

ChatGPT ya tiene Publicidad

No compite por atención. Compite por intención.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Cambio

Modelo

Oportunidad

Impacto

01 EL PROBLEMA

⚠️ Tu captación sigue atrapada en Google y Meta

- Google encarece la intención.
- Meta genera volumen con baja intención.
- El duopolio limita tu margen de crecimiento.

"El problema no es el canal. Es la calidad de la intención."

02 EL CAMBIO

💡 OpenAI rompe el tabú de la publicidad

- ChatGPT empieza a probar anuncios en EE. UU.
- Lo hace en usuarios Free y Go.
- Nace un nuevo inventario de alta intención.

"No es una copia de Google. Es otro modelo publicitario."

03 EL NUEVO MODELO

🧠 Qué hace distinto a ChatGPT Ads



Muralla china

Respuesta ≠ anuncio

- La respuesta orgánica no se compra
- El anuncio aparece separado
- La confianza es parte del producto



Intención alta

Usuario en modo decisión

- No entra a entretenerse
- Entra a resolver una duda real
- Eso mejora la calidad del lead



Inventario escaso

Pocos espacios, mucha demanda

- Menos impactos disponibles
- CPMs previsiblemente altos
- ROI potencialmente superior

"Menos inventario. Más intención. Más contexto."

04 LA OPORTUNIDAD

🚀 Por qué puede ser oro para universidades

1

Impactas al alumno

mientras compara opciones reales

2

Rompes dependencia de Google

y redes sociales

3

Llegas a una intención más cercana

a la matrícula

4

Quien pruebe antes

aprenderá antes

"No compras atención. Compras contexto de decisión."

05 EL IMPACTO

📊 Menos Volumen, Mejor Lead



+ Calidad

Leads con intención más clara



+ ROI

Mayor eficiencia potencial por impacto



+ Contexto

Apareces en plena fase de evaluación



+ Diversificación

Menos dependencia del duopolio actual

"La próxima gran batalla no será por clics. Será por intención."

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu