

La IA conversacional necesita publicidad para sobrevivir

La publicidad en IA no es tendencia: es la respuesta a un modelo de negocio que necesita monetizar cada interacción.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regla

Protocolo

Control

Impacto

01 EL PROBLEMA

⚠️ La IA pierde dinero cada vez que se usa

- La inferencia ya consume más de la mitad de los ingresos
- OpenAI proyecta 121.000M USD en cómputo para 2028
- El crecimiento de uso no mejora márgenes si no monetizas cada consulta

“Sin un modelo publicitario agresivo, la escala también multiplica las pérdidas.”

02 LA REGLA DE ORO

💡 La conversación vale más que el clic

- OpenAI vende intención contextual, no historial de navegación
- El anuncio aparece al final de una respuesta con alta carga decisional
- El CPM premium apuesta por un ROI superior al del social tradicional

“El activo no es la impresión. Es el momento exacto de decisión del alumno.”

03 EL PROTOCOLO

🧠 Las 3 claves del nuevo inventario IA



Intención

Contexto real

- La segmentación nace de la conversación
- Capta dudas activas, no audiencias frías
- Impacta cuando el usuario está decidiendo



Coste

Premium de entrada

- CPM estimado de 60 USD
- Triplica referencias habituales de Meta



Escala

Mercado en apertura

- El piloto superó 100M USD anualizados en 6 semanas
- Más de 600 marcas ya entraron
- Todavía impacta a menos del 20% de usuarios elegibles

“No compras volumen. Compras contexto, intención y precio premium.”

04 CÓMO ACTIVARLO

🚀 De experimentar a cubrirte

1

Reserva presupuesto exploratorio

no esperes a que el canal madure para empezar a aprender

2

Mide por intención y calidad

compara leads, matrícula y coste incremental, no solo clics

3

Diseña creatividades para contexto conversacional

mensajes útiles, directos y alineados con dudas reales

4

Diversifica ya

combina buscadores, social e IA para no quedar cautivo de un posible monopolio de precios

“La promesa no es pagar menos, sino pagar más por una intención supuestamente mejor.”

05 EL IMPACTO

📊 De Riesgo a Ventaja Estratégica



+ Contexto

Llegas al alumno dentro de su conversación real



+ Precisión

Segmentas por intención declarada



+ Presión

El coste obliga a justificar cada impresión



+ Defensa

Diversificar reduce dependencia futura

“La publicidad en IA no nace por innovación creativa. Nace por supervivencia financiera.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu