

# Meta Ads: Campañas Rentables desde Cero

El roadmap completo para crear, lanzar y escalar campañas en Facebook e Instagram que generan ventas reales — sin agencia, sin misterio.

■ Al terminar este roadmap: vas a tener tu primera campaña rentable corriendo.

Descargá · Estudiá · Implementá

---

## FASE 1 — SETUP Y BASE TÉCNICA

Antes de gastar un dólar, tu infraestructura tiene que estar perfecta.

### 01

#### Crear y configurar el Business Manager

- Ir a [business.facebook.com](https://business.facebook.com) — crear cuenta con email de empresa
- Verificar el dominio de tu web (obligatorio para optimización de conversiones)
- Crear la cuenta publicitaria y cargar método de pago
- Roles y permisos: separar acceso de socios y empleados
- Límite de gasto: configurarlo desde el día 1 para evitar sorpresas

## 02

### Instalar y verificar el Meta Pixel

- Ir a Events Manager → crear pixel → copiar ID
- Instalación vía GTM (Google Tag Manager) — el método más limpio
- Verificar con Meta Pixel Helper (extensión de Chrome)
- Eventos estándar: PageView, ViewContent, AddToCart, Purchase
- Conversions API (CAPI): conectar servidor para datos más precisos post-iOS 14

## 03

### Definir tu objetivo y público objetivo

- Mapa de audiencia: edad, ubicación, intereses, comportamientos
- Custom Audiences: subir tu lista de emails, visitantes del sitio
- Lookalike 1%: crear desde tus mejores compradores
- Interests research con Meta Audience Insights
- Regla de oro: nunca mezclar públicos fríos con retargeting en la misma campaña

## FASE 2 — ESTRUCTURA DE CAMPAÑA

Nivel	Qué controla	Cuántos necesitás
Campaña	Objetivo y presupuesto CBO	1 por producto/oferta
Conjunto	Audiencia, ubicación, horario	3-5 variantes de audiencia
Anuncio	Imagen/video + copy + CTA	3-5 creativos por conjunto

### CBO vs ABO — cuándo usar cada uno:

CBO (Campaign Budget Optimization): dejás que Meta distribuya el presupuesto entre conjuntos. Ideal cuando ya tenés datos y querés escalar.

ABO (Ad Set Budget): controlás el gasto por conjunto. Ideal para testear audiencias nuevas con presupuestos pequeños (\$5-10/día por conjunto).

■ **Estrategia inicial probada: 1 campaña ABO, 3 conjuntos de \$5/día, 3 creativos por conjunto. 9 días de datos → escalá lo que gana, matá lo que pierde.**

# FASE 3 — CREATIVOS QUE CONVIERTEN

El creativo es el 80% del resultado. El algoritmo distribuye, pero el creativo decide si la persona para o sigue scrolleando.

## Fórmula del creativo ganador:

- HOOK (0-3 seg): pregunta, afirmación disruptiva o imagen de alto contraste
- PROBLEMA: nombrarlo exactamente como lo piensa tu audiencia
- SOLUCIÓN: tu producto/servicio como el puente
- PRUEBA SOCIAL: número, testimonio o resultado concreto
- CTA: una sola acción clara — 'Clic en el enlace', 'Reservá tu lugar'

## Los 5 hooks de texto que más convierten en 2025:

Hook	Ejemplo
Pregunta de dolor	¿Cuánto dinero perdiste en ads que no funcionaron?
Número + resultado	Generé \$3.200 en 21 días con \$150 de inversión en ads
Contra-intuición	Por qué publicar más contenido destruye tu alcance orgánico
Identificación directa	Si sos emprendedor latino y querés vender en dólares...
Antes/Después	Antes: 0 ventas. Después de cambiar solo el hook del anuncio...

# FASE 4 — LANZAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN

## 01

### Lanzamiento (\$5-10/día)

- Semana 1: no tocar nada — dejar que el algoritmo aprenda
- Métricas a revisar: CTR (objetivo >1.5%), CPM y frecuencia
- No pausar conjuntos en los primeros 7 días (rompe la fase de aprendizaje)
- Si el CPC es >\$2 sin ventas a los 10 días → matar el creativo

## 02

### Cómo leer el dashboard sin confundirse

- CPM: costo por 1000 impresiones — indica la competencia del público
- CTR: clicks/impresiones — mide si el creativo engancha
- CPC: costo por click — eficiencia del creativo + landing page
- ROAS: ingresos / inversión — >2x es rentable, >3x es escalable
- Frequency: >3 en la misma audiencia = burnout, renovar creativos

## 03

### Escalado inteligente

- Regla del 20%: aumentar presupuesto máximo 20% cada 3-4 días
- Horizontal: duplicar el conjunto ganador con nueva audiencia
- Retargeting: crear audiencia de visitantes últimos 30 días y oferta directa
- Lookalike de compradores: el público más rentable que existe
- Cuándo pasar a CBO: cuando tenés +3 conjuntos ganadores con datos

## HERRAMIENTAS RECOMENDADAS

Herramienta	Para qué	Costo
Meta Business Manager	Gestión completa de cuentas y campañas	Gratis
Meta Pixel + CAPI	Tracking de conversiones preciso	Gratis
Canva Pro	Diseño de creativos estáticos rápido	\$13/mes
CapCut / DaVinci	Edición de videos para Reels y Stories	Gratis
Claude AI	Generar copies, hooks y variaciones en segundos	\$20/mes
Google Sheets	Dashboard de métricas y tracking propio	Gratis

■ **Siguiente paso: Unirte a la comunidad INMIGRANTES.IA en Skool para las clases en vivo de Meta Ads, plantillas de campañas listas y soporte directo. \$17/mes — [skool.com/comunidad-skool-basis](https://skool.com/comunidad-skool-basis)**