



facebook

Ads

-----  
**GUÍA PARA  
SEGMENTAR PÚBLICOS**  
-----

# INDICE DE CONTENIDOS

1. Por qué segmentar el público en Facebook Ads
2. Opciones de segmentación
3. Estructura de una campaña de publicidad en Facebook Ads
4. Tipos de segmentación
  - 4.a. Público personalizado
  - 4.b. Público ya guardado
  - 4.c. Público similar

# 1. Por qué segmentar el público en Facebook Ads

La segmentación del público al que diriges tus anuncios te aporta beneficios como:

- **Focalizar los mensajes:** Saber a quién te diriges es muy útil a la hora de diseñar el contenido gráfico y redactar el copy de los anuncios.
- **Realizar inversiones más seguras:** Dirigir los mensajes a los usuarios que son susceptibles de convertirse en clientes, te garantiza no estar gastando dinero en personas que nunca van a reportar ningún ROI.
- **Aumentar las ventas:** Al ser usuarios predispuestos hacia tu marca, ya sea por intereses, necesidades o situación sociodemográfica, es más probable que tus ventas aumenten.
- **Recopilación de datos de interés:** El público que va a ver los anuncios estará segmentado en base a tu buyer persona, por lo que los datos que te ofrezca la campaña serán muy importantes para afinar más los objetivos y conocer mejor a los usuarios.

## 2. Opciones de segmentación

- Público guardado
- Público personalizado
- Público similar

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, there are navigation panels for 'Objetivo', 'Conjunto de anuncios' (with options like Tráfico, Oferta, Público, Ubicaciones, Presupuesto y calendario), and 'Anuncio' (with options like Identidad, Formato, Enlaces). The main area is titled 'Público' and includes a 'Crear nuevo' button and a dropdown for 'Usar un público guardado'. Below this, there's a section for 'Públicos personalizados' with a search bar and a 'Crear' dropdown menu. The dropdown menu is open, showing three options: 'Público personalizado' (reaching people who interacted with the business), 'Público similar' (reaching new people on Facebook who resemble the most valuable audiences), and 'Público guardado' (reaching a previously saved audience). Below the dropdown, there are filters for 'Lugares', 'Edad' (18-65+), 'Sexo' (Todos, Hombres, Mujeres), and 'Idiomas'. At the bottom, there's a 'Segmentación detallada' section with a text input for demographic data and buttons for 'Sugerencias' and 'Explorar'. On the right side, there's a 'Busca más personas que se asemejen a tus mejores clientes' section with a 'Crear un público similar' button. Below that is a 'Tamaño del público' section with a gauge showing 'Alcance potencial: 27.000.000 personas' and 'Resultados diarios estimados' for 'Alcance' (7.700 - 25.000) and 'Clics en el enlace' (76 - 420).

Población a la que puedes llegar a alcanzar en base a tu segmentación.

•**Un archivo de clientes:** Si ya dispones de una lista de emails de usuarios que ya son clientes, puedes usarla para que sean los destinatarios de tu próxima campaña en Facebook (siempre y cuando sean usuarios).

•**Tráfico web:** Otra opción es utilizar los perfiles que han visitado tu sitio web, y a partir de ahí definir tu público objetivo mucho más.

•**Actividad con la aplicación:** Las personas que ya hayan interactuado de alguna manera con tu aplicación (en caso de que la tengas), son un buen target al que impactar.

•**Actividad fuera de Internet:** Pues el offline también tiene cabida aquí, ya que puedes crear un público a partir de usuarios que mostraron interés por tu negocio a través de medios tradicionales como el teléfono.

•**Interacción:** Es importante que conozcas que también es posible crear tu público objetivo a partir de las personas que habitualmente interactúan (o han interactuado) con tu página de Facebook o su contenido.

**Crear un público personalizado**

¿Cómo quieres crear este público?

Llega a personas que tienen relación con tu negocio, ya sean clientes existentes o personas que interactuaron con tu negocio en Facebook u otras plataformas.

- Archivo de clientes**  
Usa un archivo de clientes para asociar a tus clientes con personas en Facebook y crear un público a partir de las coincidencias encontradas. Los datos se cifrarán antes de subirse.
- Tráfico del sitio web**  
Crea una lista de personas que visitaron tu sitio web o realizaron acciones específicas usando el píxel de Facebook.
- Actividad en la aplicación**  
Crea una lista de personas que iniciaron tu aplicación o juego, o que realizaron acciones concretas.
- Actividad fuera de internet** **NUEVO**  
Crea una lista de personas que interactuaron con tu negocio en la tienda, por teléfono o a través de otros canales fuera de internet.
- Interacción** **ACTUALIZADO**  
Crea una lista de las personas que interactuaron con tu contenido en Facebook o Instagram.

Este proceso es seguro y los datos de tus clientes son confidenciales.

**Busca más personas que se asemejen a tus mejores clientes**

Creación de un público similar en función de las personas que ya están interesadas en tu negocio. Usaremos datos como el lugar, la edad y los intereses para buscar personas parecidas.

Para empezar rápido, elige un público personalizado de calidad como origen, por ejemplo, compradores anteriores.

**Crear un público similar**

**Tamaño del público**

Tu selección de público es bastante amplia.

Especifi... Amplio

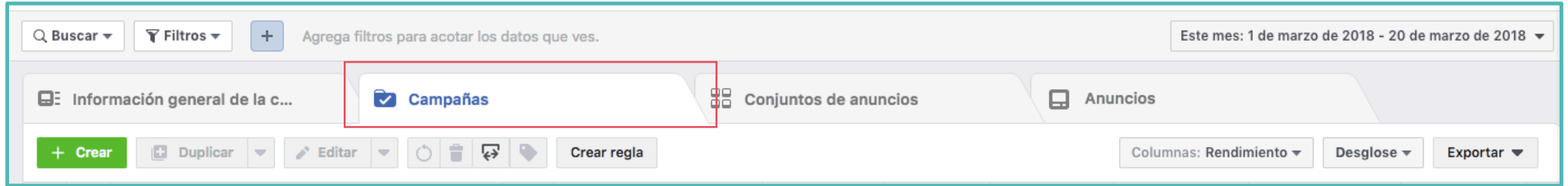
Alcance potencial: 27.000.000 personas

**Resultados diarios estimados**

**Alcance**  
7.700 - 25.000

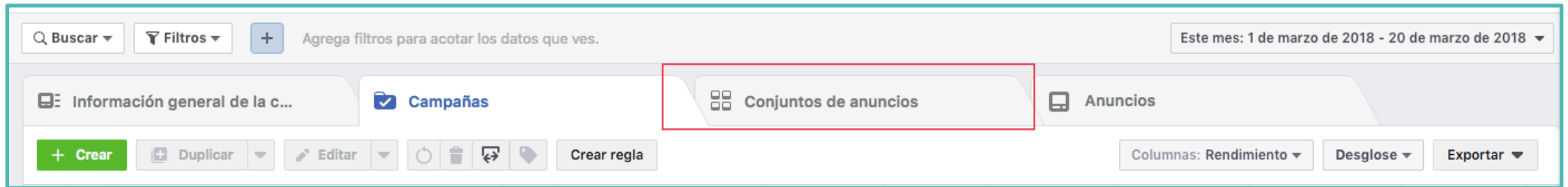
**Clics en el enlace**  
76 - 420

# 3. Estructura de una campaña de publicidad en FB Ads



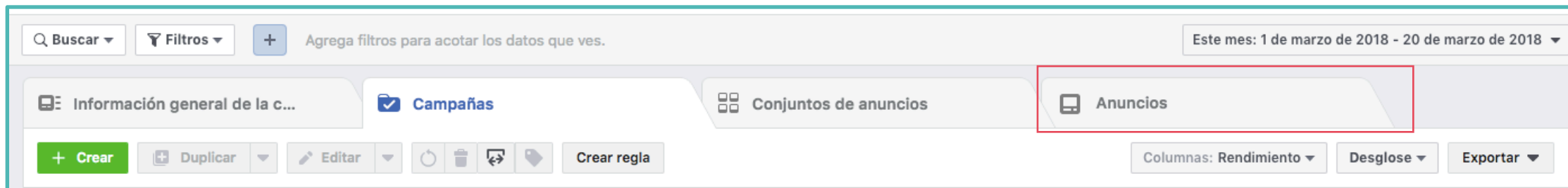
A nivel de campaña se configura:

- El objetivo
- El resultado clave (clics o impresiones)
- El tipo de tráfico
- El público objetivo
- Las ubicaciones
- El presupuesto
- El calendario



A nivel de conjunto de anuncios se configura:

- El píxel de conversión
- El presupuesto (para este conjunto concreto)
- El calendario (para este conjunto concreto)
- Las ubicaciones (para este conjunto concreto)
- La optimización
- La entrega



A nivel de anuncios se configura:

- La página de Facebook y de Instagram de destino
- El contenido gráfico (vídeo, imagen individual, galería o colección)
- Los textos
- El píxel de seguimiento



# 4. Tipos de segmentación

## 4.a. Público personalizado

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left is a sidebar with navigation options: Campaña (checked), Conjunto de anuncios (Tráfico, Oferta, Público, Ubicaciones, Presupuesto y calendario), and Anuncio (Identidad, Formato, Enlaces). The main area is divided into three sections:

- Públicos personalizados:** Includes a search bar, 'Excluir | Crear' buttons, a 'Lugares' dropdown set to 'Todas las personas en este lu...', a location selection for 'España', and filters for 'Edad' (18 - 65+), 'Sexo' (Todos, Hombres, Mujeres), and 'Idiomas'.
- Segmentación detallada:** Features a section to 'INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones', a search bar for demographic data, and an option to 'Ampliar intereses si es posible conseguir un incremento de clics en el enlace a un precio inferior por clic en el enlace'.
- Conexiones:** A section to 'Agregar un tipo de conexión'.

On the right side, there are performance metrics and a disclaimer:

- A gauge chart showing 'Tu selección de público es bastante amplia.' with a needle pointing towards 'Amplio'.
- 'Alcance potencial: 27.000.000 personas'.
- 'Resultados diarios estimados' for 'Alcance' (7.700 - 25.000) and 'Clics en el enlace' (76 - 420).
- A disclaimer: 'La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado. ¿Te resultaron útiles estas estimaciones?'.

Datos sociodemográficos

Intereses

Relación con la marca

## 4.b. Público ya guardado

Públicos creados con anterioridad y sus características

**Oferta** DESACTIVADO  
Crea una oferta que las personas puedan guardar y recordar para aumentar las conversiones. [Más información.](#)

**Público**  
Define quién quieres que vea tus anuncios. [Más información.](#)

Crear nuevo **Usar un público guardado** ▼

Buscar

USAR UN PÚBLICO OBJETIVO

**Jóvenes desempleados ES y LatAm (25-35)**

Tamaño: 31.000.000 personas

Lugar - Viviendo en: Argentina, Chile, Colombia, República Dominicana, España, México, Perú, Venezuela

Edad: 25 - 35

Idioma: Catalán, Español, Vasco, Gallego o Español (España)

Personas que coinciden con: Intereses: Ofertas de Empleo, Entrevista de trabajo, Empleo, Currículum vitae, Portal de empleo u Ofertas de empleo

Comportamientos: Acceso a Facebook

Agregar lugares de forma manual

Edad 18 - 65+

Sexo Todos Hombres Mujeres

Idiomas Ingresar un idioma...

Segmentación detallada INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

**Campaña**  
Objetivo ✓

**Conjunto de anuncios**

- Tráfico
- Oferta
- Público**
- Ubicaciones
- Presupuesto y calendario

**Anuncio**

- Identidad
- Formato
- Enlaces

Cerrar

Especcfl... Amplio

Tu selección de público es bastante amplia.

Alcance potencial: 27.000.000 personas

**Resultados diarios estimados**

**Alcance**  
7.700 - 25.000

**Clicks en el enlace**  
76 - 420

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te resultaron útiles estas estimaciones?

## 4.c. Público similar

Nombre del público  Crear un público similar ✕ Cambiar a creación rápida

Encuentra nuevas personas en Facebook que se parezcan a tus públicos existentes. [Más información.](#)

Origen  Crear

Lugar  Explorar

Tamaño del público  0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de países

El tamaño del público oscila entre el 1% y el 10% de la población total de los países que elijas (las personas que tienen más similitudes con tu público de origen representan el 1%).

[Mostrar opciones avanzadas](#)

Cancelar Crear público

Edad  -

Sexo  Todos  Hombres  Mujeres

Idiomas

Segmentación detallada  INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Público ya creado o página dentro de Facebook que quieres utilizar como base.

En el botón "crear" puedes empezar a plantear tu público segmentado para luego buscar el similar.