META ADS · INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Los prompts que uso para crear *anuncios ganadores* con IA.

Textos, guiones y títulos para tus anuncios de Facebook e Instagram. Copia, completa los espacios y listo. Funcionan en Claude, ChatGPT o la IA que uses.

Camilo Camargo.

Ingeniero de software y COO de Urzua International Business Group

GUÍA GRATUITA · EDICIÓN 2026

ANTES DE EMPEZAR

Cómo usar estos *prompts*.

Un prompt es la instrucción que le das a la IA. Entre mejor la instrucción, mejor el resultado. Por eso estos prompts tienen espacios entre corchetes para que pongas la información de tu negocio.

1. Primero usa el **prompt de contexto** de esta página. Así la IA conoce tu negocio antes de escribir.
2. Luego, en la misma conversación, usa el prompt del tipo de anuncio que necesites.
3. Lee lo que te entrega y ajústalo con tus palabras. La IA es tu asistente, no tu reemplazo.

PROMPT

Voy a pedirte textos para anuncios de Meta Ads. Primero te doy el contexto de mi negocio:
Negocio: [qué vendes]
Para quién es: [tu cliente ideal: edad, situación, qué le preocupa]
Problema que resuelves: [el dolor principal]
Oferta: [producto, precio, qué incluye, fecha si es un evento]
Enlace o acción: [página, WhatsApp o formulario]
Tono: cercano, claro y sin exagerar.
Confírmame que entendiste y espera mi siguiente instrucción.

CONSEJO

Guarda tu prompt de contexto en un documento. Lo vas a reutilizar cada vez que necesites anuncios nuevos.

LA BASE

A quién le hablas *cambia todo*.

No es lo mismo hablarle a alguien que nunca te ha visto que a alguien que ya visitó tu página. Por eso yo separo a la gente en tres grupos:

PÚBLICO	QUIÉN ES	QUÉ NECESITA ESCUCHAR
Frío	No te conoce	Quién eres, qué problema resuelves y por qué debería prestarte atención
Tibio	Ya te conoce: te sigue, interactuó o está en tu base de datos	Tu oferta concreta y por qué es buen momento
Remarketing	Vio tu página, te escribió o vio casi todo tu video, pero no compró	Resolver sus dudas y darle un empujón

Los tres tipos de anuncio que más uso

- **Adquisición:** para atraer gente nueva. Presenta tu oferta con claridad.
- **Escasez:** para cuando quedan pocos cupos o pocos días. Genera urgencia real, nunca inventada.
- **Remarketing:** para quienes estuvieron cerca de comprar y no lo hicieron.

PROMPT 1

Anuncios para atraer *gente nueva.*

Úsalo para público frío. Te entrega 5 textos, que es el máximo que Meta te deja poner en un mismo anuncio. Así Meta prueba cuál funciona mejor.

PROMPT

Con el contexto que te di, escribe 5 textos diferentes para un anuncio de adquisición en Meta Ads, dirigido a personas que no me conocen.
Reglas:
- Empieza con una frase que detenga a alguien que está bajando por su feed. No empieces con emoji.
- Presenta la oferta con claridad: qué es, para quién y qué gana. [Si es un evento: presencial, ciudad, fecha]
- Párrafos cortos, con una línea en blanco entre cada uno.
- Un solo llamado a la acción al final: [ej. "Reserva tu lugar aquí"]
- Lenguaje sencillo, sin promesas exageradas.
- Que cada texto use un ángulo distinto: un dolor, un deseo, una historia, un dato y una pregunta.

POR QUÉ FUNCIONA

Cinco ángulos distintos le dan a Meta opciones reales para encontrar el mensaje que mejor conecta con cada persona.

PROMPTS 2 Y 3

Escasez y *remarketing*.

PROMPT

Escribe 3 textos de escasez para mi anuncio. Quedan [pocos cupos / pocos días] para [oferta]. Genera urgencia sin sonar desesperado. Nada de "última oportunidad" ni mayúsculas gritando. Usa frases como "a pocos días" o "quedan pocos lugares". Párrafos cortos con línea en blanco entre cada uno y un solo llamado a la acción.

PROMPT

Escribe 3 textos de remarketing para personas que [vieron mi página / me escribieron / vieron mi video] pero no compraron.
Responde las 3 dudas más comunes antes de comprar [ej. precio, tiempo, si es para mí]. Tono cercano, como si le escribieras a alguien que ya conoces. Cierra invitando a dar el siguiente paso.

OJO

Un anuncio no es un mensaje privado. Evita frases como "si ya compraste, ignora este mensaje". Excluye a tus compradores desde la configuración de la campaña.

PROMPTS 4 Y 5

Guiones de *video* y ganchos.

En video, los primeros tres segundos deciden si la persona se queda o sigue bajando. Por eso conviene probar varios ganchos para un mismo video.

PROMPT

Escribe un guion de video vertical de [30 / 60] segundos para mi anuncio, para grabarlo yo mismo hablando a cámara.
Divídelo en bloques cortos, fáciles de leer mientras grabo, con una línea en blanco entre cada bloque. Sin etiquetas técnicas.
Debe abrir con una frase que enganche, explicar el problema, presentar la solución y cerrar con un llamado a la acción claro.

PROMPT

Dame 10 ganchos diferentes para los primeros 3 segundos de mi video. Cada uno de máximo 12 palabras. Mezcla preguntas, datos curiosos, errores comunes y frases que contradigan una creencia de mi cliente.

CONSEJO

Graba el mismo video con 3 ganchos distintos. Es la prueba más barata y la que más te enseña.

PROMPT 6

Títulos y *reglas de oro*.

PROMPT

Dame 8 títulos cortos para mi anuncio de Meta Ads, de máximo 40 caracteres cada uno, con un emoji que tenga sentido. Que resuman el beneficio principal de [oferta].

Mis reglas para cualquier texto de anuncio

- **Claridad antes que creatividad.** Si la persona no entiende qué ofreces en dos líneas, se va.
- **Presenta la oferta.** No hables de un tema y luego metas tu producto de sorpresa.
- **Que respire.** Párrafos cortos y una línea en blanco entre cada bloque. Nadie lee un bloque de texto en el celular.
- **Sin emoji al inicio.** Empieza con palabras que detengan, no con adornos.
- **Un solo llamado a la acción.** Si das tres opciones, la persona no elige ninguna.
- **Nada de promesas exageradas.** Además de restar confianza, Meta puede rechazar tu anuncio.

CHECKLIST

Antes de *publicar*.

- [ ] Le di contexto a la IA antes de pedirle textos.
- [ ] Elegí el prompt según el público: frío, tibio o remarketing.
- [ ] Tengo 5 textos con ángulos distintos y 8 títulos.
- [ ] Cada texto presenta la oferta con claridad.
- [ ] Hay línea en blanco entre los párrafos.
- [ ] Hay un solo llamado a la acción y el enlace correcto.
- [ ] Revisé y ajusté todo con mis palabras.

SIGUE APRENDIENDO

Ya tienes las herramientas. Ahora, a usarlas.

Más guías gratuitas en **camilocamargo.com/recursos** y escríbeme por Instagram: **@ingcamilocamargo**