

Anúnciate en ChatGPT sin pagar a ciegas.

Montar la campaña, ponerle el UTM y ver con Clarity qué hace de verdad la gente que te clicca. Porque el panel de ChatGPT no te lo va a contar.

Con mis números reales dentro. Los feos también.

JULIETA BOLULLO · LA AGENCIA DE IA

@julietabolullo · laagenciadeia.com



EMPEZAMOS

En media hora lo tienes montado.

Esta guía no va de cuánto vas a ganar anunciándote en ChatGPT. Va de que, cuando lo hagas, puedas leer lo que está pasando. Que es justo lo que la plataforma no te deja hacer.

01

Montar la campaña

Dónde se entra, qué objetivo eliges y cuánto pones. Diez minutos.

02

Ponerle el UTM

La coletilla del enlace que separa a quien viene del anuncio de todo lo demás.

03

Instalar Clarity

Gratis, cinco minutos, y te graba la pantalla de quien entra.

04

Leerlo con IA

Los prompts exactos para que te diga qué está fallando.

Aviso, para que no te lleves un chasco como yo

Nadie puede enseñarte todavía resultados serios de ChatGPT Ads: la plataforma acaba de abrir en España. Si alguien te vende el santo grial, desconfía. Esto es lo otro: la instalación bien hecha para que, cuando tengas datos, signifiquen algo.

ANTES DE GASTAR UN EURO

Esto no es Meta. Y conviene saberlo antes.

En Meta abres el desglose del informe y sabes quién te ha visto aunque no hayas segmentado nada. En ChatGPT no existe ese botón. No es que esté en pruebas: es una decisión de privacidad de OpenAI y no va a cambiar.

EN META PUEDES VER

- Edad y sexo de quien ha convertido
- Provincia o comunidad
- Móvil u ordenador
- En qué sitio ha visto el anuncio
- La hora a la que pasó

Está en Administrador de anuncios » Desglose » Por entrega.

EN CHATGPT PUEDES VER

- Impresiones
- Clics y CTR
- Lo que llevas gastado
- Coste por clic y por mil
- Conversiones, si pones el píxel

Ni edad, ni zona, ni de qué estaba hablando esa persona.

Por eso el resto de la guía va de medirlo por fuera.

Y por eso la primera pantalla que te voy a enseñar es justo esa, para que la reconozcas en cuanto entres.

PASO 1

Se entra por aquí: ads.openai.com

Te registras con tu cuenta de OpenAI y creas la cuenta publicitaria. En España está abierto en autoservicio desde agosto de 2026: no hace falta agencia ni gastar un mínimo. Esta es la pantalla que te vas a encontrar.

Ads ManagerBeta

Resumen

Campañas

Herramientas

Facturación

Configuración

Campañas

Grupos de anunciosAnuncios

10/09/26 - 23/09/26

En a...	Nombre	Clics	Conversiones	Gasto	CTR	CPC medio	CPM medio
☐	CREA TU APP · España · Clics · Prueba...	77	0	€72.79	1.17%	€0.95	€11.02
☐	LA CENTRALITA · España · Clics · Pru...	200	0	€83.66	1.93%	€0.42	€8.08

Mi cuenta por dentro: el menú a la izquierda y, en el centro, mis dos campañas.

Resumen y Campañas

Todo lo que vas a usar está en esos dos.

Facturación

Aquí metes la tarjeta. Sin esto no se publica nada.

El botón Crear

Arriba a la derecha. De ahí sale la campaña nueva.

PASO 2

Montar la campaña en diez minutos.

Le das a Crear y te sale esto: tres pantallas, la campaña, el grupo de anuncios y la revisión.

Nueva campaña

Guardar como borrador X

1 Crear campaña

2 Crear grupo de anuncios y anuncios

3 Revisión

Nombre de la campaña

Nueva campaña de tráfico

Tipo de campaña

Estándar

Elige cómo esta campaña creará anuncios y adónde irán las personas.

Objetivo

Conversiones

El objetivo de tu campaña determina cómo pujas en la subasta de anuncios y qué formatos publicitarios puedes promocionar.

Evento de conversión

Selecciona un evento

Selecciona la acción que quieres que la gente realice al ver tu anuncio

Facturada por impresiones

Seguiremos optimizando tu campaña para obtener conversiones.

Siguiente: Grupo de anuncios

La primera pantalla: nombre, tipo y objetivo. Con eso ya estás dentro.

1 Objetivo: clics

Si lo que quieres es que entren en tu web, ese. Conversiones solo tiene sentido cuando ya tienes el píxel puesto y midiendo.

2 País y presupuesto

España, y empieza por 10 o 15 euros al día.

3 Tres anuncios, no uno

Con uno solo no tienes con qué comparar.

4 El enlace, con UTM

Va en la página siguiente. No lo pongas pelado.

El fallo que cometí yo

Monté la campaña con el píxel sin instalar, así que durante semanas la columna de conversiones marcaba cero aunque hubiera gente entrando. Ponlo antes de darle a publicar.

PASO 2

El UTM: la coletilla que lo cambia todo.

Un UTM es un trozo de texto que se pega al final del enlace. No se ve, no molesta, y hace que en tus datos quede marcado de dónde viene cada visita. Sin esto, la gente del anuncio se te mezcla con la de Instagram y no puedes separar nada.

LA PLANTILLA

```
tuweb.com/pagina?utm_source=chatgpt&utm_medium=cpc&utm_campaign=NOMBRE
```

EL MÍO, DE VERDAD

```
laagenciadeia.com/lacentralita/?utm_source=chatgpt&utm_medium=cpc&utm_campaign=centralita_prueba_01
```

utm_source
Siempre chatgpt. Es el que vas a filtrar luego.

utm_medium
Siempre cpc, que quiere decir que has pagado por ese clic.

utm_campaign
El nombre que tú quieras, pero uno distinto por campaña.

Tres normas y no falla
Todo en minúsculas, sin tildes y sin espacios (usa guion bajo). Y el UTM va en el enlace del anuncio, no en tu web: es el anuncio el que tiene que marcar la visita.

PASO 3

Instalar Clarity. Cinco minutos y es gratis.

Clarity es de Microsoft, no cuesta nada y no tiene límite de visitas. Te graba la pantalla de quien entra en tu web: por dónde baja, dónde se para y en qué punto exacto se va.

1 Entra en clarity.microsoft.com

Inicias sesión con Google, con Microsoft o con Facebook. No pide tarjeta en ningún momento.

2 Nuevo proyecto

Le pones un nombre y la dirección de tu web. Si tienes varias páginas de destino, con un solo proyecto vale: luego se separan por URL.

3 Copia el código

Te da un trozo de código de tres líneas. Es el que hay que pegar en la web.

4 Pégallo antes de `</head>`

En todas las páginas a las que lleven tus anuncios. Si usas WordPress, Shopify o Wix, Clarity tiene un botón que lo instala solo.

5 Si usas Google Tag Manager

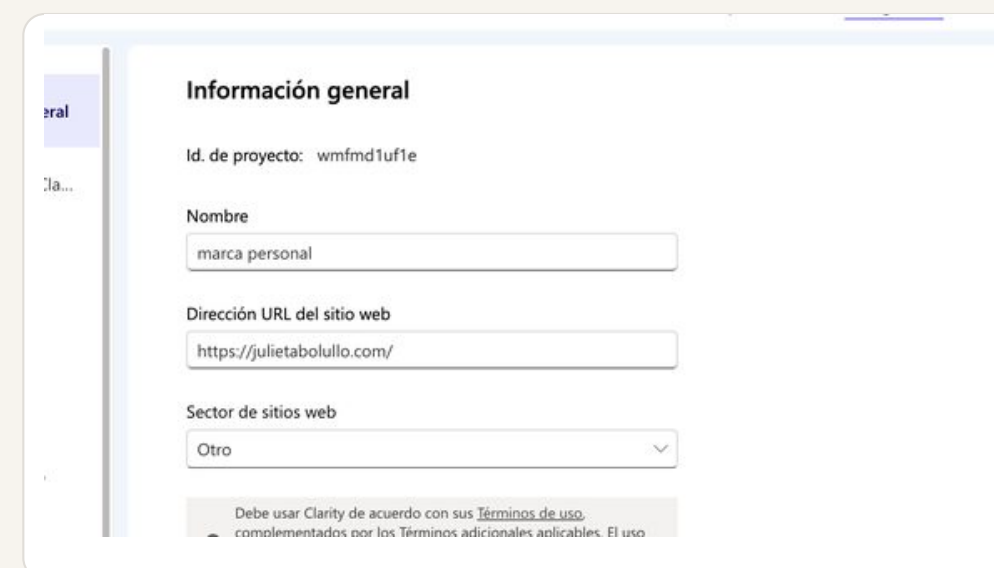
Aún más fácil: etiqueta nueva, HTML personalizado, pegas el código y activador en todas las páginas. Y publicar, que se olvida.

6 Comprueba en diez minutos

Entra tú en tu web desde el móvil y mira si aparece tu sesión en Grabaciones. Si no sale, el código no está donde crees.

Ojo si ya tienes Google Analytics a mano

No pasa nada por tener los dos: miden cosas distintas. Analytics te dice cuánta gente; Clarity te enseña qué hace esa gente. La decisión la vas a tomar con lo segundo.



The screenshot shows the 'Información general' form in the Microsoft Clarity interface. It includes the following fields:

- Id. de proyecto:** wmfmd1uf1e
- Nombre:** Input field containing 'marca personal'.
- Dirección URL del sitio web:** Input field containing 'https://julietabolullo.com/'.
- Sector de sitios web:** Dropdown menu with 'Otro' selected.

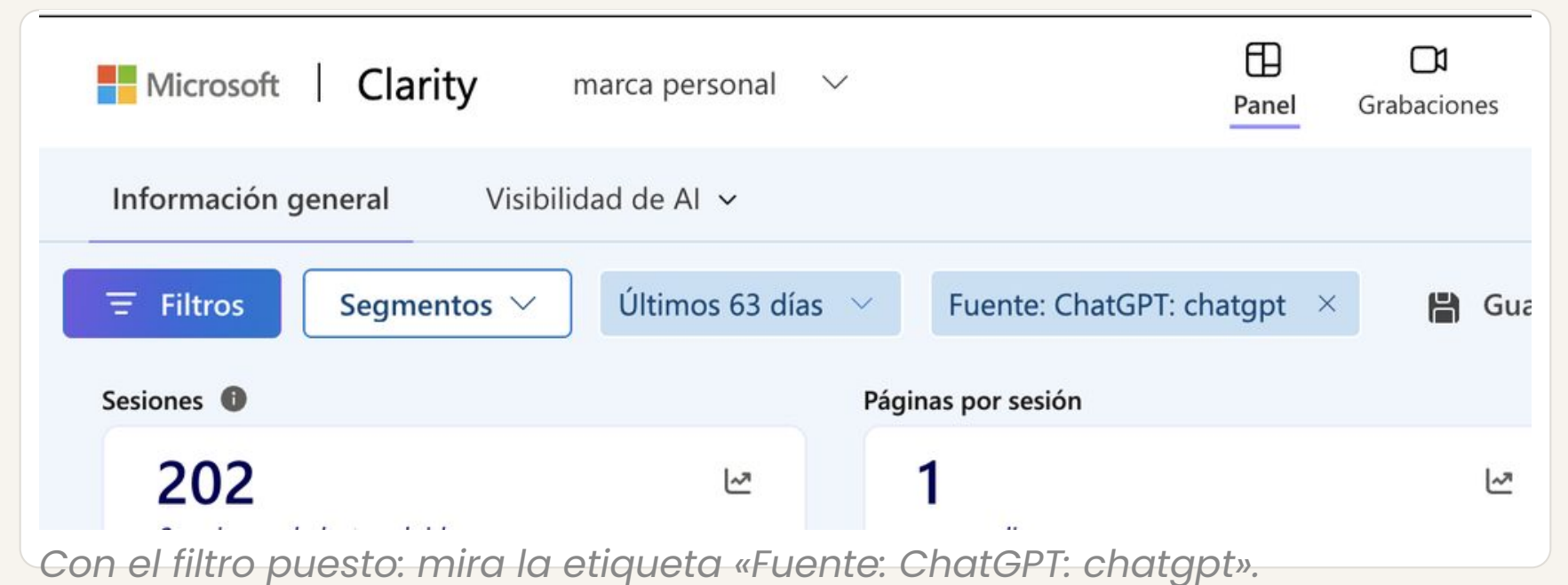
At the bottom, there is a small disclaimer: 'Debe usar Clarity de acuerdo con sus [Términos de uso](#), complementados por los [Términos adicionales aplicables](#). El uso'.

PASO 4

Ahora sepáralos. Aquí se pierde todo el mundo.

Ya tienes el UTM puesto y Clarity grabando. Falta decirle a Clarity que te enseñe solo a la gente que viene del anuncio. Son cuatro clics y es lo que convierte esto en información.

- 1 Arriba a la izquierda, botón Filtros.
- 2 En la columna de la izquierda, Tráfico.
- 3 Dentro de Tráfico, Fuente.
- 4 Despliega ChatGPT y marca chatgpt.
- 5 Aplicar. Y cambia la fecha: por defecto son 3 días.



La trampa: te van a salir dos ChatGPT y no son lo mismo

chatgpt en minúsculas y sin punto: son tus anuncios, los que llevan el UTM.

chatgpt.com es gente que ha llegado desde ChatGPT sin que tú pagues nada.

PASO 5

Las seis cosas que sí dicen algo.

Clarity te va a enseñar veinte números. Estos son los que usarías tú si fueras yo, y en este orden.

01

Tiempo activo

No el total: el activo. Mide el rato que de verdad está mirando. Por debajo de 20 segundos, no ha leído nada.

02

Profundidad de scroll

Hasta dónde bajan. Si el 70% se queda en el primer tercio, el problema está arriba del todo.

03

Páginas por sesión

Si es 1,00 clavado, nadie ha pinchado nada. Ese número solo sube si tu página convence.

04

Clics fallidos

Tocan algo que no es un botón. Cada uno es una persona que quería algo y no lo encontró.

05

Ciudad y dispositivo

Lo que ChatGPT no te da ni pagando. Si el 89% entra desde el móvil, tu página se diseña para el móvil.

06

Recurrentes

Si es 0%, nadie vuelve. Y volver es lo que acaba comprando.

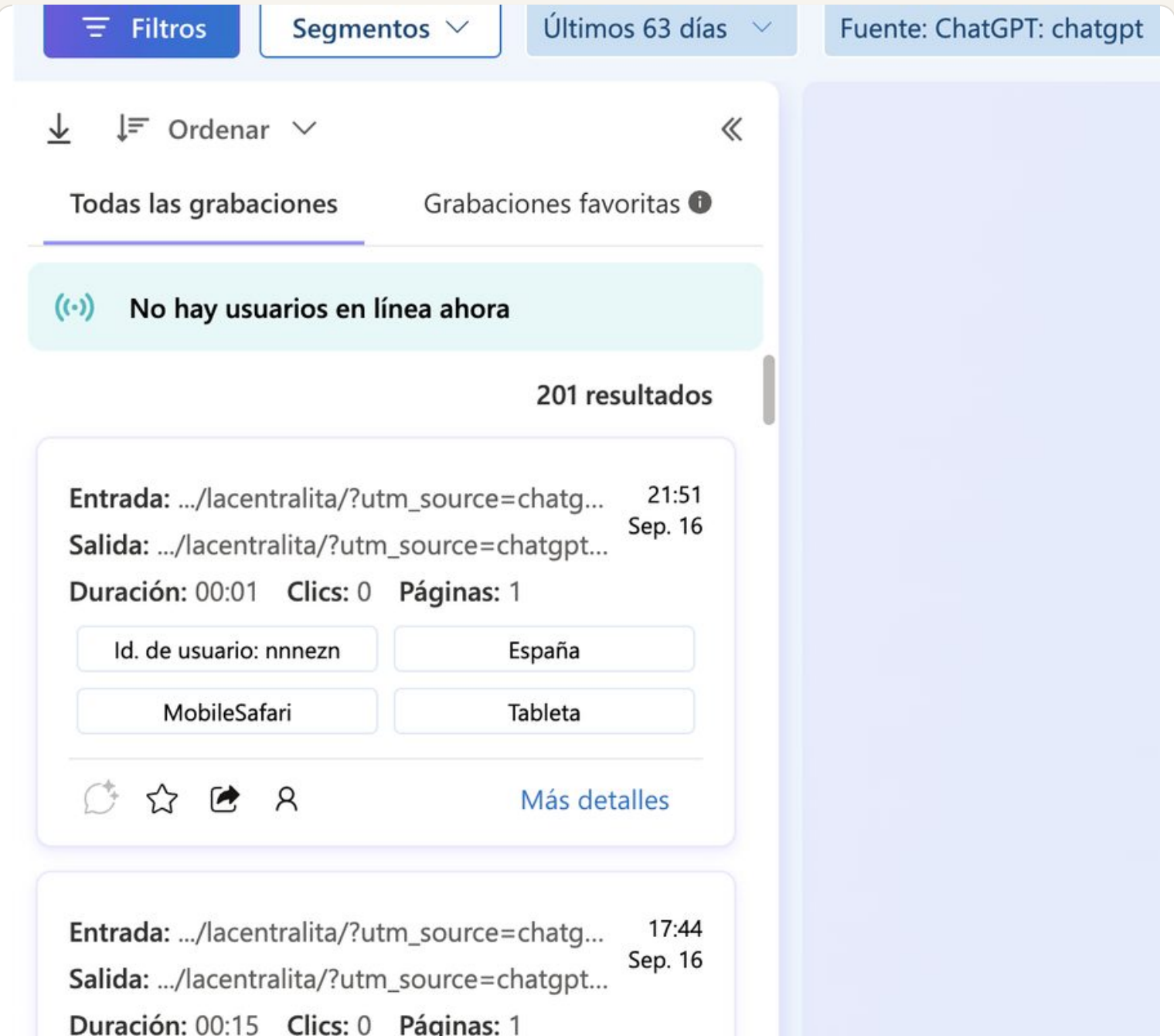
Y el truco que vale por todos los demás

Mira esos mismos números en la MISMA página con gente que no viene del anuncio. Si tu página retiene al resto y no a estos, no es la página: es a quién se lo están enseñando.

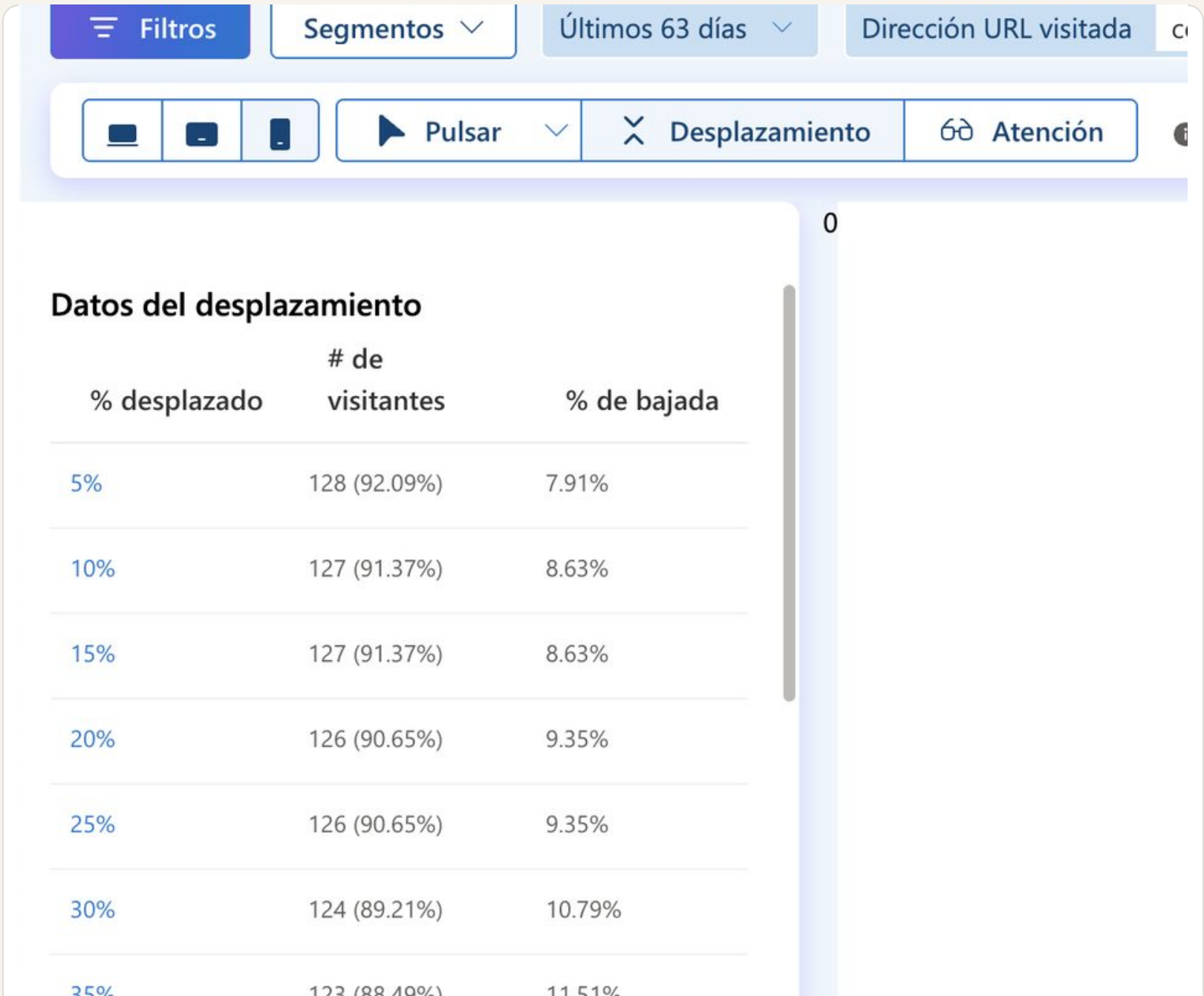
PARA QUE LO RECONOZCAS

Así se ve por dentro.

Estas son mis tres pantallas, con el filtro del anuncio ya puesto. Si las tuyas se parecen a esto, lo has montado bien.



Las grabaciones: 201 sesiones que puedo ver una a una, con su UTM.



El mapa de desplazamiento: el 69% se cae al llegar al 40% de la página.

PASO 6

Qué pedirle a la IA para que te diga algo útil.

No le pidas "analiza mis anuncios", porque te contestará una obviedad. Dale los números y el texto de tu página, y pídele que compare. Copia y pega estos dos.

PROMPT 1 · EL DIAGNÓSTICO

Eres analista de captación. Te doy datos reales de mi web, de gente que ha llegado desde un anuncio de pago. Sesiones: X. Tiempo activo medio: X s. Páginas por sesión: X. Profundidad de scroll: X%. Clics fallidos: X%. Usuarios recurrentes: X%. Dispositivo: X% móvil. Debajo te pego el texto completo de la página a la que llegan. Dime: 1) qué me dicen estos números sobre la calidad del tráfico, 2) qué me dicen sobre la página, y 3) qué NO se puede concluir con estos datos. Sé concreto y no me hagas la pelota.

PROMPT 2 · LA COMPARACIÓN, QUE ES LA BUENA

Te paso los mismos datos de la misma página, pero de dos grupos: los que llegan desde el anuncio y los que llegan de todo lo demás. Grupo A (anuncio): ... Grupo B (resto): ... Dime si la diferencia se explica mejor porque la página no encaja con lo que promete el anuncio, o porque el anuncio se está enseñando a gente que no tiene nada que ver. Dame la prueba más barata que puedo hacer esta semana para salir de dudas.

El segundo prompt es el que a mí me quitó la venda. El primero solo confirma lo que ya sospechas.

LA PARTE INCÓMODA

Hay cosas que no vas a saber. Nunca.

Y es mejor que lo tengas claro antes de meter dinero, porque te vas a pasar dos semanas buscando un botón que no existe.

- Qué le estaba preguntando a ChatGPT esa persona cuando le salió tu anuncio.
- Qué edad tiene, ni si es hombre o mujer.
- En qué parte de la conversación apareció.
- Quién lo vio y no clicó.

Cómo decidir igualmente

Antes del clic a ciegas. Asúmelo y no pelees con el panel.

Después del clic lo ves todo: ciudad, dispositivo, qué tocan y dónde se van.

La prueba limpia monta una página solo para el anuncio, sin guiños a tu Instagram. Si aun así se van a los quince segundos, entonces sí es la audiencia.

MIS NÚMEROS, SIN MAQUILLAR

Esto es lo que me salió a mí.

Dos campañas, España, unas semanas. Te lo enseño porque nadie enseña las cifras feas y porque así entiendes para qué sirve todo lo anterior.



Y lo que me dijo la comparación

En esa misma página, la gente que NO venía del anuncio se quedaba un minuto y veinte. Cinco veces más. Así que la página funciona: lo que no encaja es lo otro. Sin el UTM y sin Clarity yo eso no lo habría sabido nunca, y habría seguido pagando. Otro detalle: pagué 277 clics y Clarity registró 202 sesiones. Es normal, hay quien cierra antes de que cargue. Pero eso tampoco lo ves desde el panel.

HASTA AQUÍ

Esto es un ejemplo, no es el negocio.

La IA se aplica a procesos, captación, atención al cliente, informes y a todo ese trabajo aburrido que llevas meses posponiendo. Lo que necesite tu negocio, se puede abordar con IA.

HABLAMOS

Cuéntamelo y te digo si tiene arreglo

Dime qué es lo que más tiempo te come cada semana y te digo si se puede resolver con IA o no. Sin rodeos y sin venderte humo.

WhatsApp · 694 470 687

julieta@laagenciadeia.com

LA CENTRALITA

Si gestionas contenido para clientes

El contexto de cada marca, las ideas, las aprobaciones, la captación y tus campañas de email en un único circuito. Pruébala 7 días gratis, sin tarjeta.

laagenciadeia.com/lacentralita

CREA TU APP

Y si lo que quieres es montarte algo tuyo

La guía para crearte con IA una app, una herramienta o una automatización para tu negocio, aunque no sepas programar. Pago único de 25 euros.

creatuapp.laagenciadeia.com

Nos vemos en @julietaabolullo.