



IMPATTO

IMPATTO ADS LAB

ARCHIVO 01 · LO LEÉS VOS

GUÍA DEL MÉTODO

El recorrido completo para producir tu primera tanda de anuncios con IA, lista para testear.

MEJORES ANUNCIOS, MUCHO MÁS RÁPIDO.

[LEER PRIMERO](#)

BIENVENIDA

Mejores anuncios, y mucho más rápido. El método Impatto Ads es una guía paso a paso, directa al resultado. Nada de semanas de teoría: te lleva por lo que de verdad mueve la aguja hasta tu primera tanda lista para testear.

RESULTADO DE TU PRIMERA SESIÓN

Una tanda de anuncios lista para testear. Lo que más tarda es leer esta guía una sola vez: después, con el material preparado, cada tanda sale en menos de cinco minutos. La calidad final depende de tus fotos: mejores fotos, mejores anuncios.

ANTES DE EMPEZAR: TRES COSAS QUE LO CAMBIAN TODO

- **Con ChatGPT Plus vas mucho más rápido.** Con la versión gratuita podés arrancar, pero vas a chocar con los límites enseguida: permite muy pocas cargas de archivos, los anuncios salen de a uno en vez de diez, te corta al llegar al tope diario y no te deja poner la inteligencia en «Alta». Si estás en la gratuita, no arrastres los cuatro archivos de instrucciones: más abajo tenés la forma de trabajar sin ellos.
- **Inteligencia en «Alta», nunca «Instantánea».** Es lo que hace que salgan los diez anuncios por separado y con calidad. Con «Instantánea» o «Media» cuesta muchísimo o no salen.
- **Modo normal o modo Work.** La ventaja del modo Work es que los archivos y el contexto quedan mejor guardados. Aun así, las referencias hay que volver a enviarlas en cada mensaje.

QUÉ ES CADA ARCHIVO

Siete archivos. Tres los lees vos; cuatro van al chat.

ARCHIVO	CÓMO SE USA	PARA QUÉ SIRVE
01 · Guía del método	Lo lees vos	Esta guía: el orden completo para producir tus anuncios.
02 · Protocolo Maestro	Va al chat	El corazón del método. Hace que la IA genere tus anuncios con criterio de agencia.
03 · Capa de Realismo	Va al chat	Bloques para que las imágenes no se vean plásticas. Realismo proporcional a la cámara.
04 · Dirección Visual	Lo lees vos	Qué pedir cuando no sabés qué pedir: imagen ancla, referencias y tu ficha.
05 · Corregí y Seguí	Va al chat cuando falla	Para cuando entrega menos anuncios, arma una grilla o cambia el producto.

ARCHIVO	CÓMO SE USA	PARA QUÉ SIRVE
06 · Variedad Total	Va al chat si se repite	Fuerza ángulos y estilos nuevos, copy más directo, sin perder coherencia.
07 · Atlas Cinematográfico	Lo lees vos	El vocabulario de un estudio: ángulos, luces, encuadres y efectos, con su frase exacta.

POR QUÉ SON ARCHIVOS Y NO UNA LISTA DE PROMPTS

Podrías escribir las instrucciones a mano cada vez, o copiarlas y pegarlas a cada rato. El paso más corto es arrastrar un archivo que ya las lleva adentro. Si las escribís a mano te vas a olvidar la mitad y el resultado va a salir distinto cada vez. Los archivos de instrucciones ya llevan todo: cómo componer, cómo iluminar, cómo mantener tu producto sin que lo cambie y qué hacer cuando sale mal.

LA DIFERENCIA, EN UNA FRASE

Escribir prompts a mano es explicarle el oficio a un fotógrafo cada vez que lo llamás. Arrastrar los archivos es contratar a uno que ya sabe, y decirle nada más qué querés esta vez.

¿Y un GPT personalizado? Es lo primero que se le ocurre a mucha gente, pero hoy los resultados salen por debajo de los de un chat normal o en modo Work. Por ahora conviene el chat, con la inteligencia siempre en «Alta».

Por eso vos solo escribís **qué** querés, nunca **cómo** se hace. El cómo ya está en los archivos. Ese es todo el ahorro de tiempo: dejaste de explicarle lo mismo una y otra vez.

PASO 1 · PONÉ LOS ARCHIVOS EN EL CHAT

Abrí ChatGPT en «Alta» —modo chat normal o modo Work, funciona igual— y arrastrá los cuatro archivos de instrucciones: 02 · Protocolo Maestro, 03 · Capa de Realismo, 05 · Corregí y Seguí y 06 · Variedad Total.

PASO 2 · LA LÍNEA QUE DECIDE TODO

Primero, qué es una referencia: un anuncio que ya existe y que te gusta. De otra marca, de tu competencia o uno que viste pasar en el feed, aunque sea de otro rubro. Un ángulo que funcionó vendiendo zapatillas suele funcionar vendiendo otra cosa, y encontrar esos ángulos ganadores es lo que más vale.

Adjuntar la referencia no alcanza. La IA la toma como inspiración, no como algo que tiene que respetar, y te devuelve otra cosa. Hay que decírselo por escrito, en el mismo mensaje. Es la causa número uno de que un anuncio no salga como querías.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Respetá al 100% la referencia adjunta y aplicala a mi producto, que es [decí qué vendés]. Mantené el producto exactamente igual: forma, color, etiqueta y proporciones. Copiá de la referencia la composición, el encuadre y la luz.

Si solo querés una parte de la referencia, decí cuál:

COPIÁ Y ADAPTÁ

De la referencia tomá solo la luz y la paleta de color. El encuadre y la composición los decido yo: [describí cómo lo querés].

LAS DOS REGLAS QUE NO SE ROMPEN

- 1 · La referencia va adjunta en cada mensaje, aunque ya la hayas mandado antes en el mismo chat. Si no está en el mensaje donde pedís el anuncio, la IA deja de mirarla.
- 2 · Tu producto va adjunto junto a ella. Las dos imágenes, siempre juntas, y siempre con la línea escrita. Adjuntar sin escribir es lo mismo que no adjuntar.

SI TODAVÍA NO PAGÁS CHATGPT PLUS

La versión gratuita permite muy pocas cargas de archivos y tampoco deja elegir la inteligencia en «Alta». Arrastrar los cuatro archivos te deja sin cupo antes de empezar. Trabajá sin ellos: adjuntá solo dos imágenes, la referencia que querés imitar y la foto de tu producto, y escribí esto:

COPIÁ Y ADAPTÁ

Extrapolá este anuncio a mi producto y mantené la coherencia de venta de mi producto. Respetá la composición, el encuadre y la luz de la referencia, y dejá mi producto exactamente como es.

Sale de a un anuncio por vez y sin el criterio que traen los archivos. Pero sale, y se ve bien. Guardá ese mensaje aunque ya pagues Plus: sirve también cuando la IA deja de respetar el anuncio que le pasaste.

PASO 3 · SUMÁ TU LOGO Y TUS REFERENCIAS

Junto a los archivos, adjuntá también tu logo y tus imágenes de referencia. En modo Work los subís una sola vez y cada chat nuevo arranca con todo cargado. Aun así, tus referencias y la foto de tu producto van adjuntas en cada mensaje. Eso no cambia en ningún modo.

PASO 4 · DE DÓNDE SALEN ESAS IMÁGENES

De Pinterest. Buscá «aesthetic ads» más tu rubro (skincare, gym, café, real estate...). Elegí las que se parecen a cómo querés que se vea **tu** marca. Si vendés algo puntual, buscá también ese producto en el estilo que querés.

- **La rápida, para la tanda de hoy:** abrí el pin para que la imagen se vea grande, hacé clic derecho, «Copiar imagen», y pegala en el chat con Ctrl + V. Podés pegar varias seguidas en el mismo mensaje.
- **La ordenada, para las próximas veces:** clic derecho, «Guardar imagen como...», todas a una carpeta [referencias/](#) con una subcarpeta por estilo o por rubro.
- **Desde el celular:** sacale captura a cada referencia o mantené el dedo sobre la imagen y elegí «Descargar imagen». Después la subís al chat desde la galería.

PASO 5 · CUANDO TE TRABÁS, PEDILE QUE COMBINE

Te gustan varias imágenes pero ninguna es exactamente lo que querés. No hace falta que elijas: tomá dos o tres y pedile una cosa de cada una. Es la manera más rápida de llegar a algo que todavía no existe.

Qué se le puede pedir a una referencia: el ángulo, la escena, dónde va el texto, la luz, la paleta, la textura del fondo, la tipografía, el recorte, el clima y los objetos de apoyo.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Adjunto mi producto y tres referencias. El producto es el de mi foto: no le cambies la forma, el color ni la etiqueta. De la REFERENCIA 1 quiero solo el ángulo del producto: [acostado, visto desde arriba]. De la REFERENCIA 2 quiero solo el tratamiento del texto: [dónde va, qué tipografía, qué tamaño]. De la REFERENCIA 3 quiero solo la escena, la luz y el color: [la superficie, el fondo, de dónde viene la luz]. No mezcles nada más de esas referencias. Una sola imagen, en 1:1.

Funciona igual con dos referencias o con cuatro. La regla no es el número: es que cada una tenga un trabajo, y uno solo.

LAS DOS MANERAS DE ARRUINARLO

Una: adjuntar cinco referencias que dicen todas lo mismo. No suma nada y encima la confunde.

Dos: adjuntar tres que se pelean entre sí sin decirle qué querés de cada una. Va a promediarlas y te va a devolver un puré.

PASO 6 · TU PRODUCTO REAL MANDA

La foto real de tu producto es tu **imagen ancla**: la fuente de verdad (forma, color, escala) y lo único que la IA no puede cambiar. Cuanto más nítida, más realista el resultado. Mandá varias fotos desde ángulos distintos: frente, costado, atrás, la etiqueta de cerca. Cuantos más ángulos, mejor respeta las proporciones y menos se inventa lo que no ve. Después guardá de tres a seis referencias de estilo coherentes entre sí: el estilo que querés trasladar a tu marca, no copiar.

PASO 7 · SI NO TENÉS EL PRODUCTO A MANO

Buscalo en video —Pinterest, TikTok, YouTube o la propia tienda—, pausá donde se vea nítido y guardá la captura. En quince segundos de video tenés el producto de frente, de costado, en la mano, en uso y un detalle de la textura.

1. Elegí el video que muestre el producto real, grabado de cerca y con buena luz. Evitá los muy editados.
2. Pausá y capturá cada ángulo distinto: frente, perfil, atrás, la etiqueta, la textura.
3. Recortá lo que sobra. Dejá solo el producto: la mano, la mesa y el fondo del video no hacen falta.

La captura sirve para tener los ángulos de tu producto, no para quedarte con el anuncio de otro. La forma, el color y la etiqueta salen de ahí; la escena y el estilo los ponés vos.

PASO 8 · UNA CARPETA POR PRODUCTO

Todo el método se usa arrastrando archivos al chat. Si los tenés desperdigados entre descargas y capturas, perdés tiempo y terminás mezclando productos.

TEXTO

```
Mi marca/
├─ Impatto Ads Lab/      ← los 7 archivos (siempre los mismos)
├─ Logo/                 ← tu logo en PNG, fondo transparente
└─ Productos/
    ├─ Perfume 50 mL/
    │   ├─ producto/      ← tus fotos reales o capturas de video
    │   └─ referencias/   ← las de estilo, elegidas por vos
    └─ Crema facial/
        ├─ producto/
        └─ referencias/
```

Empezar una tanda pasa a ser abrir la carpeta, arrastrar y escribir el mensaje. Y dentro de un mes está todo donde lo dejaste.

PASO 9 · DESCRIBÍ EL ESTILO EN PALABRAS

No alcanza con adjuntar la referencia y decir «usá las referencias». La IA entiende mejor las palabras: describí paleta, luz, tipografía y composición, y pedile que respete tu marca.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Producto: [tu producto] (usá MIS fotos como fuente de verdad). Estilo como las referencias: paleta [ej. crema y azul marino], luz suave, tipografía serif grande, composición editorial, mucho espacio en blanco. Respetá SIEMPRE mi marca: colores [los tuyos]. Distintos ángulos y copys. Premium, no recargado. Generame 10 anuncios por separado, no quiero collage. En 1:1 y en español.

PASO 10 · ASÍ SE GENERA CORRECTAMENTE

Cuando está bien, la IA genera los diez anuncios por separado: cada uno es su propia imagen, no una grilla ni un collage. Una tanda, diez ángulos: mismo producto, misma marca, conceptos y copys diferentes. En modo Work el resultado es igual, con la ventaja de tener todo el contexto cargado; aun así, las referencias van adjuntas en cada pedido.

REVISÁ SIEMPRE: LAS IMPERFECCIONES SON NORMALES

La IA a veces falla un detalle —una mano, un pie, un reflejo—. Pasa en cualquier producción y no es una falla del método ni tuya. Por eso revisá cada anuncio antes de usarlo. No descartes la tanda: regenerá solo ese anuncio con el archivo 05 (por ejemplo: «corregí solo los pies: proporción y apoyo natural; mantené todo lo demás igual»).

MENTALIDAD DE AGENCIA

En una producción real, nada sale perfecto en la primera toma. Dirigís, revisás y corregís. Ese es el método.

VOS MANDÁS SOBRE EL TEXTO

A veces el texto sale genérico o demasiado armado. Elegí cómo lo querés:

- **A · Sin texto** (recomendado para conectar de verdad): «Generá las imágenes limpias, SIN texto: yo agrego el copy después».
- **B · Con tu copy exacto**: «Usá este copy en el anuncio: [tu título o tu frase]».
- **C · Que lo escriba la IA, pero que conecte**: «Mi audiencia es [quién]; hablale con un tono [cercano / premium / directo]. Copy corto, nada genérico».

¿Se ve recargado? Pedí: «Menos texto, más limpio, sin tantas etiquetas, estilo editorial minimalista».

FORMATOS Y UBICACIONES

Por defecto todo sale en 1:1. Si querés otro tamaño, pedilo siempre al final de la instrucción («en 4:5 vertical»).

FORMATO	MEDIDA	DÓNDE LUCE
1:1 cuadrado	1080 × 1080	El más versátil: entra en casi todas las ubicaciones.
4:5 vertical	1080 × 1350	Feed de Instagram y Facebook. Ocupa más pantalla.
9:16 vertical completo	1080 × 1920	Stories y Reels, a pantalla completa.
1.91:1 horizontal	1200 × 628	Escritorio y enlaces.

Con 1:1 y 4:5 cubrís lo principal. Línea lista: «generá las 10 en formato 4:5 vertical».

SOLUCIÓN RÁPIDA: SI TE DA UNA SOLA O UN COLLAGE

Es normal y se arregla reenviando una línea. Asegurate primero de estar en «Alta».

COPIÁ Y ADAPTÁ

Generame 10 anuncios por separado, no quiero collage. En 1:1 y en español.

Si te dio un collage o una grilla, sumá al principio: «Cada uno NUEVO y completo, a máxima resolución». Para otros casos (cambió el producto, deformó una mano) usá el archivo 05.

LA COSTUMBRE QUE MÁS CAMBIA EL RESULTADO

Volvé a pasarle las referencias cada vez que pidas una tanda nueva, sin esperar a que empiece a salir mal. Las primeras imágenes salen perfectas y, a medida que el chat se alarga, pierden realismo: la piel se alisa, el producto se desvía y todo vuelve a oler a IA. Cuando ya empezó a salir mal, explicarle más no suele arreglarlo. La IA no tiene memoria infinita: mientras más largo el chat, más pesa lo último que escribiste y menos lo que adjuntaste al principio.

LA REGLA MÁS IMPORTANTE DEL MÉTODO

La imagen de referencia manda. Antes que el prompt, el estilo o el copy. Si el resultado se desvía, casi nunca es culpa de lo que escribiste: la IA dejó de mirar tu referencia. Volvé a adjuntarla —la foto real del producto y tus tres a seis referencias de estilo— y recién ahí pedí de nuevo, completo.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Estas son otra vez mis referencias. La primera es mi producto real: forma, color y proporciones exactas, no lo cambies. Las demás son el estilo. Vuelve al nivel de realismo y calidad de las primeras imágenes de este chat. Generame 10 anuncios por separado, no quiero collage. En 1:1 y en español.

EL ATAJO CUANDO NADA MÁS FUNCIONA

Ya volviste a adjuntar todo y el resultado sigue sin parecerse al anuncio que le pasaste. Dejá de explicar. Adjuntá solo dos imágenes —ese anuncio y la foto de tu producto— y mandá la línea de extrapolación sola. Funciona porque le quitás todo lo demás: dos imágenes y una orden.

Tres momentos para usarlo:

1. El resultado se desvió y volver a adjuntar no alcanzó.
2. Todavía no pagás Plus y se te agotan las cargas.
3. Querés un anuncio puntual, calcado de una referencia concreta, sin abrir toda la tanda.

EL CONTEXTO LO ES TODO: EL PROTOCOLO ES TUYO

El 02 · Protocolo Maestro ya viene con una estética premium resuelta, lista para usar tal cual. Pero es una base para que la modifiques: cambiá la paleta, la tipografía, el tipo de luz y el tono del copy por los de tu marca, y guardá esa versión aparte. Ese texto pasa a ser el contexto de tu marca: lo que volvéis a pegar cada vez que el chat se desvía y lo primero que ponés cuando abris uno nuevo.

Si ya nada lo recupera, abrí un chat nuevo y arrancá otra vez con tus archivos. Un chat limpio casi siempre rinde más que uno largo y peleado.

SACALE EL JUGO: PEDÍ VARIEDAD

No te asustes si la tanda sale desapareja: es a propósito. Algunos anuncios llevan titular con bajada, otros una sola frase y al menos dos no llevan ninguna palabra. Los anuncios que más venden casi nunca son los que más texto tienen. Un anuncio ataca un ángulo; diez anuncios deberían atacar diez ángulos distintos. Si empiezan a salir parecidos:

COPIÁ Y ADAPTÁ

Necesito que los anuncios sean completamente diferentes: distinto copy, escenas y modelos; cinematográficos, estéticos o de estilos totalmente distintos, que vendan mucho mejor. Generame 10 anuncios por separado, no quiero collage. En 1:1 y en español.

LA REGLA DE ORO

Variedad de concepto, coherencia de marca. Cambiá el ángulo, el copy y la escena; nunca el producto, la paleta ni la tipografía.

CUANDO NECESITÁS VOLUMEN

Una tanda son diez anuncios y sale en menos de cinco minutos. Si necesitás cincuenta, podés correr varias tandas a la vez:

1. Abrí cinco pestañas del mismo proyecto: la misma cuenta y el mismo Proyecto de ChatGPT.
2. Prepará el mismo material en todas: los archivos, tu foto ancla y tus referencias.
3. Escribí la instrucción en las cinco, igual o cambiando el ángulo en cada una.
4. Enviá en las cinco, una detrás de otra. Trabajan en paralelo.

Esto necesita ChatGPT Plus, y cinco a la vez es lo razonable. Cincuenta anuncios no son cincuenta anuncios buenos: son cincuenta candidatos. El trabajo de verdad empieza cuando elegís.

CUANDO YA SABÉS CUÁL QUERÉS: DIRIGÍ DE A UNO

Las tandas grandes son para encontrar. Cuando tenés el anuncio que te gusta, cambiá de modo: una imagen por vez, empujándola.

- **Combiná lo que te gustó de varias:** «Usá la luz de la primera referencia y el encuadre de la segunda».
- **Mové una sola cosa por vez:** «La persona está de pie: ponela sentada». «Acercá la cámara». «Dejá el fondo liso». Un cambio, mirás y decidís el siguiente.

COPIÁ Y ADAPTÁ

De la primera imagen me gusta [la luz / el encuadre / la paleta]. De la segunda me gusta [lo que sea]. Combinalas para mi producto, manteniéndolo exactamente igual al de mi foto. Y cambiá solo una cosa: [lo que quieras mover].

Los anuncios que más venden casi nunca salen de la primera tanda: salen de agarrar uno bueno y empujarlo tres o cuatro veces más.

TU MARCA: QUE SE VEA DE LAS GRANDES

Podés pedir cualquier estilo. Pero elegir uno distinto cada semana es justo lo que hace que una marca se vea barata: nada se acumula y nadie te reconoce. Lo que hace que una marca se vea grande no es el

presupuesto: es tener una idea clara de cómo se ve y sostenerla. Buscá «instagram feed ideas» en Pinterest, elegí el que te represente y usalo como norte.

TU BASE, EN UNA HOJA

3 colores · 1 tipografía · 1 tipo de luz · 1 tono de copy. Escribilo, y que cada tanda que generes pueda volver a esa hoja.

PRUEBA Y ERROR, MÁS RÁPIDO

Los buenos anuncios se encuentran probando. Este método te da varios ángulos en minutos.

1. **Subí varios como campaña de testeo:** cada anuncio con un ángulo distinto, dentro de una misma campaña.
2. **Presupuesto chico, dejá correr:** unos días para que junten datos suficientes.
3. **Escalá el ganador e iterá:** más presupuesto al mejor; volvé al chat y generá más versiones con el 06 · Variedad Total.

UNA ÚLTIMA COSA

Compartí tus mejores piezas con el equipo de Impatto: las revisamos y te ayudamos a encontrar el siguiente ángulo. Si algo de esta guía se puede mejorar, contanos. Lo leemos todo.