



ROAS

**El número que determina
si tu marca crece, o pierde dinero**

**Todo lo que necesitas saber sobre ROAS para invertir con cabeza y escalar
sin miedo.**

¿Estás invirtiendo en publicidad... o simplemente gastando?

1

Inviertes sin saber si es suficiente.

Subes el presupuesto, cruzas los dedos y esperas.
Sin un número objetivo, cada decisión es una apuesta.

2

No sabes cuánto puedes escalar.

¿Tienes margen para doblar la inversión? ¿O ya estás
al límite? Sin datos claros, imposible saberlo.

3

Tomas decisiones sin números reales.

Bajas presupuesto cuando las cosas van mal. Pero,
¿cuándo van bien? Tampoco lo sabes exactamente.

**No tienes un problema de anuncios.
Tienes un problema de claridad.**

El ROAS no es solo un indicador.

Es tu brújula.

La mayoría de marcas miran el ROAS después de gastar. El error no es pequeño: cuando lo ves tarde, ya perdiste el dinero.

"Mi mentor solía decir que el ROAS es la
● 'Osa Mayor' de nuestras campañas:
siempre visible, siempre orientando el camino."

✗ ANTES

Inviertes sin saber
→ miras qué pasó
→ reaccionas tarde

✓ AHORA

Defines el ROAS objetivo
→ inviertes con criterio
→ mides vs meta

El cambio de mentalidad es sencillo:

Define tu ROAS objetivo antes de invertir un solo euro.

Así sabes exactamente qué resultados necesitas para que la campaña tenga sentido.

"El ROAS no es un número que miras después.
Es un número que define todo antes."

Sin fórmulas complicadas. Solo tres números.

Antes de lanzar cualquier campaña, necesitas tener claros estos tres datos:

Ventas objetivo

01

¿Cuánto quieres facturar este mes?

Tu meta de ingresos en euros.

Ticket medio

02

¿Cuánto cuesta tu producto?

El precio promedio de lo que vendes.

% margen a invertir

03

¿Cuánto puedes gastar por venta?

No todo tu margen, solo lo que destinas a captar clientes.

$$\text{ROAS} = \frac{\text{Ingresos generados}}{\text{Inversión publicitaria}}$$

Por cada €1 invertido → ROAS 5x = €5 en Ventas

Descubre exactamente qué necesitan tus anuncios antes de invertir un euro.

1 TU OBJETIVO DE VENTAS

Ventas que quieres / mes

€40.000

ingresa tu meta de facturación

Ticket medio de tu producto

€50

preciopromedio por venta

FÓRMULA → VENTAS NECESARIAS

Ventas necesarias = Objetivo € ÷ Ticket medio

400 unidades a vender este mes (= 20.000 ÷ 50)

2 % DE MARGEN DISPUESTO A INVERTIR

5%

16%

60%

■ ACLARACIÓN IMPORTANTE

El % de margen no tiene que ser todo tu margen de utilidad sino el % que estás dispuesto a invertir para adquirir un nuevo cliente. Por ejemplo: si tu margen es del 35% pero quieres ganar mínimo el 15%, el % que inviertes sería el 20%. Con ese número y tu meta de ventas, sabrás exactamente el presupuesto que necesitan tus anuncios.

Las 4 fórmulas (de forma simple)

Ventas necesarias = $\text{Ventas €} \div \text{Ticket}$

CPA máximo = $\text{Ticket} \times \% \text{ margen}$

Inversión necesaria = $\text{Ventas €} \times \% \text{ margen}$

ROAS objetivo = $\text{Ventas €} \div \text{Inversión}$

Ejemplo completo

Ventas
€20.000

Ticket
€50

Margen a invertir
16%

Ventas necesarias
400 unidades

CPA objetivo
€8 por conversión

Inversión necesaria
€3,200 presupuesto

ROAS objetivo
6.25x por cada €1

Ahora ya sabes en qué número fijarte...
pero eso por sí solo no va a resolver tu problema.

¿Tu cuenta en Meta está preparada para ese ROAS?

¿Tus creatividades convierten al coste necesario?

¿Tu embudo retiene o pierde compradores en el camino?

¿Estás midiendo bien, o tus datos te están mintiendo?

Tener el ROAS objetivo claro es el punto de partida.

Ejecutarlo bien es donde la mayoría de marcas dejan dinero sobre la mesa.

Ahora ya sabes qué números importan.

**Si quieres aplicarlos bien y convertirlos
en ventas reales para tu marca,**

[Agendar asesoría gratuita](#) →



RODMAN AGENCY

Growth Partner · Ecommerce · Meta Ads

rodmanagency.com