INFO-TYPERS · GUÍA SIN COSTO

¿qué hago con mi lista de clientes en publicidad?

Tu lista de clientes en la publicidad: permiso, lista y públicos

El permiso que pide la ley, reencontrar y excluir a tus clientes, encontrar gente parecida y cómo subir tu lista a Facebook. En 5 minutos.

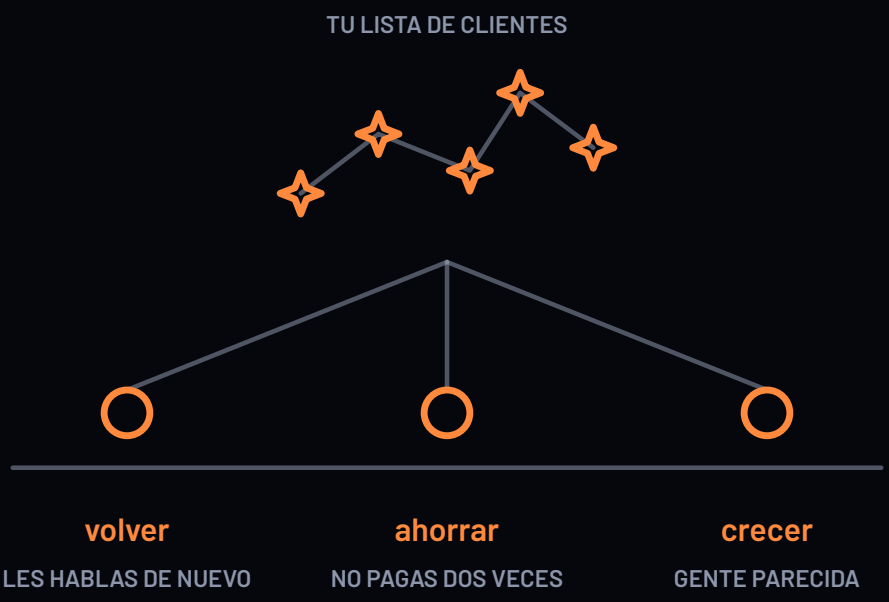
VERSIÓN INTERACTIVA

typersagency.com/blog/lista-de-clientes-en-publicidad

TYPERS

LA IDEA EN UNA FRASE

Tu constelación de clientes



Cada cliente es una estrella y tu lista es la constelación. Con permiso, Facebook la usa para tres cosas: volver a hablarles, no gastar en ellos cuando buscas gente nueva y encontrar gente que se les parece.

- Volver: anuncios para quienes ya te compraron.
- Ahorrar: los anuncios para gente nueva no les salen a tus clientes.
- Crecer: un público similar a tus mejores clientes.

Datos de la ayuda oficial de Meta, consultada el 8 de noviembre de 2026, y de la Ley 1581 de 2012. La Manzana Tec es una tienda de computadores inventada para los ejemplos.

PARTE 1 DE 4

01
Primero, el permiso



- Solo entran los clientes que autorizaron usar sus datos. En Colombia, la Ley 1581 de 2012 pide una autorización previa, expresa e informada.
- Pide el permiso cuando compran: una casilla en la factura, en el formulario o en el mensaje de WhatsApp que diga para qué vas a usar sus datos.
- Guarda la prueba de cada autorización: la ley te pide conservar una copia y Facebook te hace responsable de la lista que subes.
- Nunca compres bases de datos. Esas personas no te dieron permiso a ti.
- No subas datos de salud ni financieros: Meta los prohíbe en estas listas.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

«En la factura de La Manzana Tec hay una casilla: «Acepto que La Manzana Tec use mi correo y celular para enviarme ofertas y mostrarme publicidad en redes como Facebook e Instagram». Solo quienes la marcan van a la lista.»

ERROR COMÚN

Subir todos los correos que tienes «porque son clientes». Comprar no es lo mismo que autorizar.

PARTE 2 DE 4

02

Reencontrar y no pagar dos veces



- Subes la lista a Facebook como público personalizado. Los correos y teléfonos se convierten en códigos que no se pueden revertir antes de enviarse a Meta.
- Facebook busca esas cuentas y borra los códigos al terminar, haya o no coincidencias.
- Reencontrar: les muestras anuncios a quienes ya confían en ti, con algo que les sirva ahora.
- Excluir: con la misma lista, tus anuncios para gente nueva no les salen a tus clientes. Así casi todo tu presupuesto va a gente nueva.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

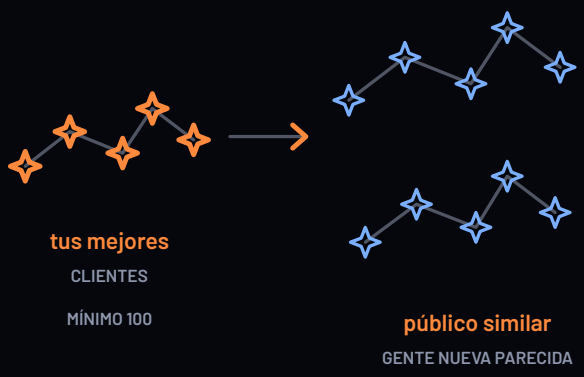
«La Manzana Tec le muestra «¿Tu portátil va lento? Te hacemos el mantenimiento» a quien compró hace dos años, y quita a sus clientes del anuncio «10 % en tu primer computador».»

ERROR COMÚN

Darle el descuento de bienvenida a quien ya te compró. Si no excluyes la lista, pagas por anunciarle a tu propio cliente.

PARTE 3 DE 4

03
Encontrar gente parecida



- Un público similar es gente nueva que se parece a tus clientes. Facebook lo arma a partir de tu lista.
- Parte de tus mejores clientes, no de todos. Meta dice que suele dar mejores resultados.
- El origen necesita al menos 100 personas que Facebook encuentre; Meta recomienda entre 1.000 y 5.000.
- Tus clientes quedan fuera del público similar: Facebook los excluye solo.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

«La Manzana Tec arma una lista con sus clientes que compraron dos veces o más y crea un público similar para su anuncio de portátiles para estudiantes.»

ERROR COMÚN

Usar como origen a todos los que alguna vez escribieron. Entre más parecidos sean tus clientes, mejor busca Facebook.

PARTE 4 DE 4

04

Tarea: sube tu lista a Facebook



tu lista a Facebook en 5 pasos

1. Arma el archivo en Excel y guárdalo como CSV: una columna email y otra phone, solo con los clientes que dieron permiso.
2. Escribe los teléfonos con el indicativo (57 para Colombia) y agrega una columna country con CO.
3. En el Administrador de anuncios abre Públicos: Crear público, Público personalizado, Lista de clientes.
4. Sube el archivo, elige «Inclusiones o exclusiones» (con «Solo exclusiones» no sirve para un similar), revisa que cada columna tenga su chulo e Importar y crear.
5. Úsala en tus anuncios: inclúyela para volver, exclúyela para gente nueva o crea un público similar.

EJEMPLO · CASO DE MUESTRA

«La Manzana Tec sube «clientes-con-permiso.csv» y nombra el público «Clientes La Manzana Tec · nov 2026» para encontrarlo fácil.»

Meta recomienda listas de 1.000 clientes o más: Facebook no encuentra a todos y con pocos el público queda pequeño. Si una cuenta es nueva, a veces toca esperar unas semanas para crear el público. Actualiza la lista cada mes: después de 30 días Facebook la marca como desactualizada.

ERROR COMÚN

Subir el Excel tal cual, con columnas sueltas y teléfonos sin indicativo. Facebook encuentra menos gente.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas rápidas

¿Y si tengo menos de 1.000 clientes?

Puedes subirla igual, pero Meta recomienda 1.000 o más porque Facebook no encuentra a todos. Mientras creces, empieza a pedir el permiso en cada venta y usa los públicos de quienes interactúan con tu página o tu Instagram.

¿Facebook ve los correos de mis clientes?

Según Meta, los datos se convierten en códigos antes de enviarse y esos códigos se borran al terminar la comparación, haya o no coincidencias.

¿Sirve para Google?

Google tiene algo parecido (Customer Match), pero para mostrar anuncios a tu lista pide 90 días de historial y un gasto acumulado alto. Por eso esta guía empieza por Facebook.

GLOSARIO

Las palabras que vas a encontrar

Público personalizado: Grupo de personas que armas con tus propios datos, como tu lista de clientes.

Público similar: Gente nueva que Facebook encuentra porque se parece a un grupo que tú le das.

Excluir: Dejar a un grupo por fuera de un anuncio para que no le salga.

Hash: Código que reemplaza un correo o un teléfono y no se puede volver a convertir en el dato.

Lo que esta guía no promete

- No promete ventas: la lista ayuda a que tus anuncios le lleguen a la gente correcta.
- No es asesoría legal. Si tienes dudas sobre tus autorizaciones, consulta la página de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Facebook cambia sus menús; si algo se ve diferente, sigue la ayuda oficial de Meta.

FUENTES

De dónde sale cada dato

Ayuda oficial de Meta consultada el 8 de noviembre de 2026 y normas de Colombia.

Meta · Crear un público personalizado a partir de una lista de clientes
https://www.facebook.com/business/help/170456843145568

Meta · Pautas de formato de las listas de clientes
https://www.facebook.com/business/help/2082575038703844

Meta · Información sobre el cifrado de información de clientes
https://www.facebook.com/business/help/112061095610075

Meta · Crear un público similar
https://www.facebook.com/business/help/465262276878947

Función Pública · Ley 1581 de 2012 (protección de datos personales)
https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981

Google Ads · Política de Customer Match
https://support.google.com/google-ads/answer/6299717

CÓMO LO HACEMOS EN TYPERS

En Typers ordenamos con cada negocio su lista de clientes, el permiso y los públicos de su pauta.

¿TU LISTA YA TRABAJA?

Revisamos contigo tu lista y tus públicos. Pide tu diagnóstico sin costo.

DIAGNÓSTICO SIN COSTO · TYPERSAGENCY.COM/BRIEF

Más guías en typersagency.com/blog. Síguenos como Info-Typers para aprender más.