



EBOOK

LA VERDAD SOBRE LA ATRIBUCIÓN DIGITAL

Cómo medir correctamente tus
ventas y dejar de regalarle
conversiones a las plataformas

P O R B E L K A C O M P A N Y

@belkacompany



INTRODUCCIÓN

Hay algo que nadie te dice en marketing digital:

- No todas las ventas que ves en tus plataformas son reales.
- Muchas veces estás tomando decisiones con datos inflados.
- Esto tiene una consecuencia directa:
 - Inviertes mal
 - Escalas lo incorrecto
 - Pierdes dinero

**Este ebook no es para aprender pauta.
Es para que entiendas:
qué está pasando realmente con tus ventas**

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA REAL: MÉTRICAS INFLADAS

Hoy las plataformas como Meta,
Google o TikTok:

- Necesitan demostrar resultados
Y lo hacen a través de sus modelos
de atribución.

El problema es que:

No están diseñados para decirte la
verdad completa, están diseñados
para atribuirse valor.

Ejemplo real

Una persona:
ve tu anuncio en Meta
busca tu marca en Google
entra directo
compra

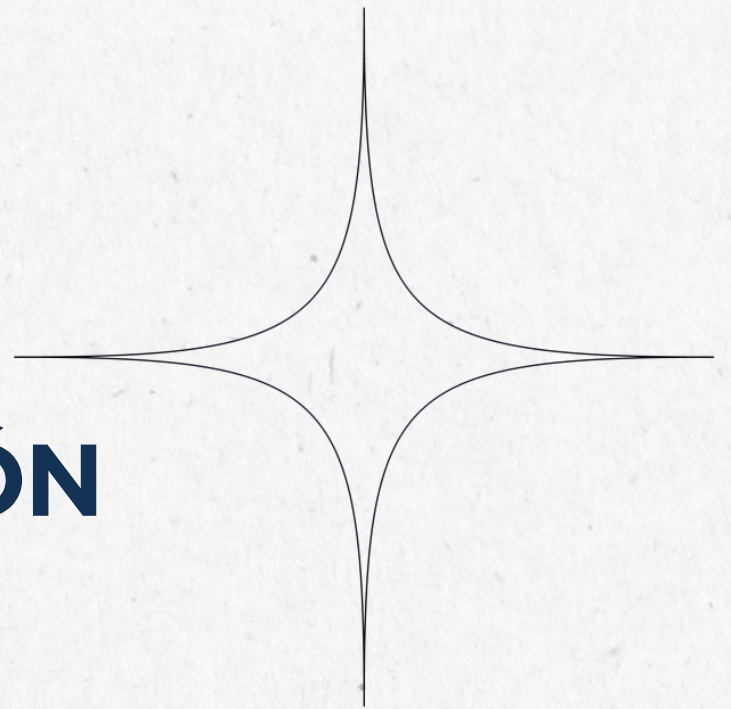
Meta dice: “yo vendí”

Google dice: “yo vendí”

pero la venta fue del ecosistema

CAPÍTULO 2

QUÉ ES LA ATRIBUCIÓN (BIEN ENTENDIDA)



La atribución responde:

¿Quién generó la venta?

Pero hay dos formas de verlo:

Atribución tradicional

Le da el crédito al último punto de contacto

Atribución incremental

Mide si la venta ocurrió gracias al anuncio

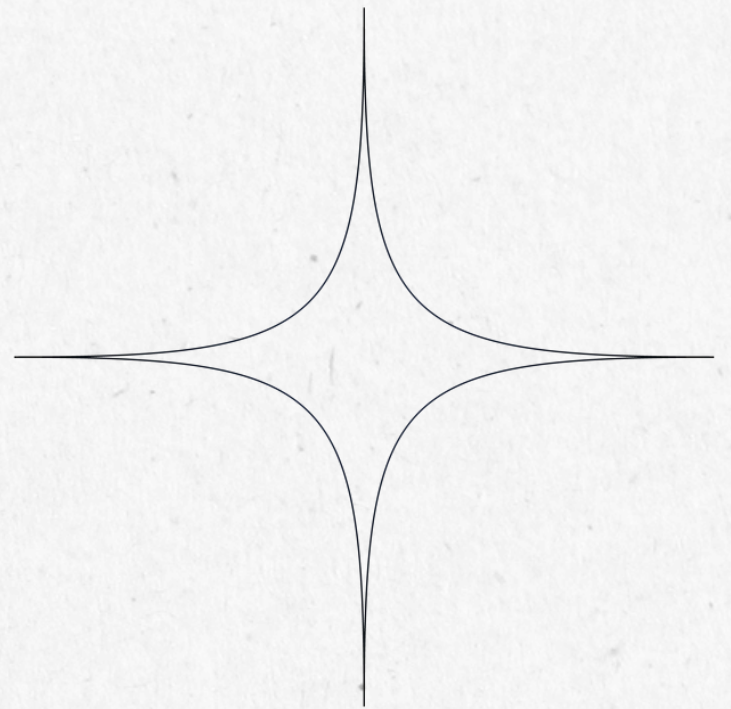
@belkacompany

DIFERENCIA CLAVE

TIPO	QUÉ MIDE	PROBLEMA
tradicional	Todo lo que pasa después del anuncio	Infla resultados
incremental	Lo que realmente generó el anuncio	Más real

CAPÍTULO 3

ROAS INFLADO VS ROAS REAL



ROAS tradicional

incluye ventas que igual habrían ocurrido

ROAS incremental

solo mide impacto real

EJEMPLO

Métrica	Tradicional	Incremental
Compras	100	40
ROAS	500%	200%

CAPÍTULO 3

ROAS INFLADO VS ROAS REAL

Meta mide con:

1 day view

1 day click

7 day click

1 day view

- Vio el anuncio
- No hizo clic
- Compró
- Meta se atribuye la venta

1 day click

clic + compra en 24h
más confiable

7 day click

compra tardía

puede inflar resultados

CAPÍTULO 3

ROAS INFLADO VS ROAS REAL

Meta mide con:

1 day view

1 day click

7 day click

1 day view

- Vio el anuncio
- No hizo clic
- Compró
- Meta se atribuye la venta

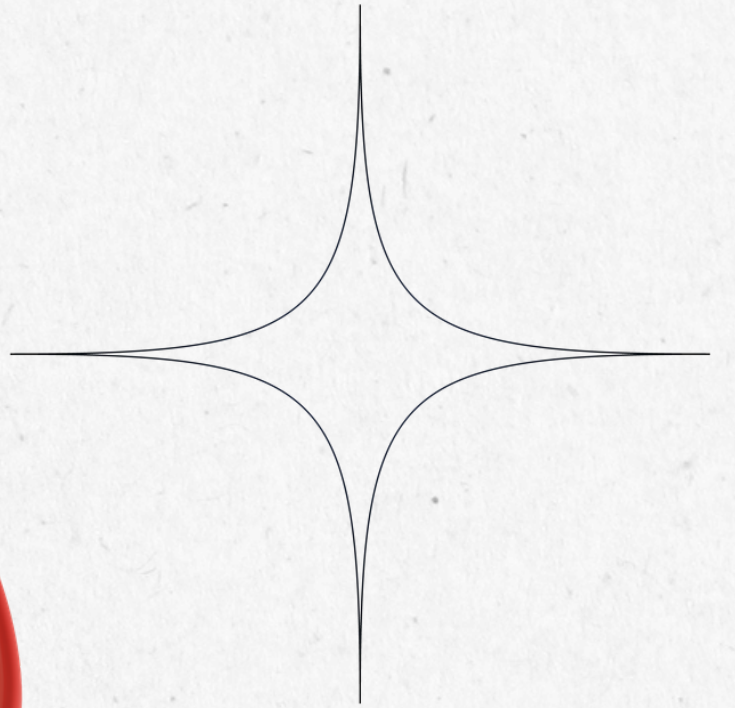
1 day click

clic + compra en 24h
más confiable

7 day click

compra tardía

puede inflar resultados



Regla Belka

No gana la plataforma que cierra la venta
Gana el ecosistema que la hace posible

