

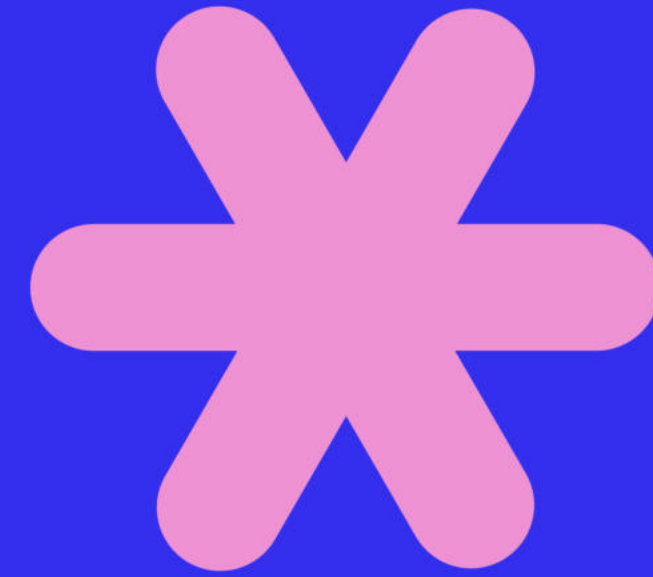
# Capacitación: Formatos en Redes Sociales

mersa

¿En qué  
quedamos en la  
clase pasada?



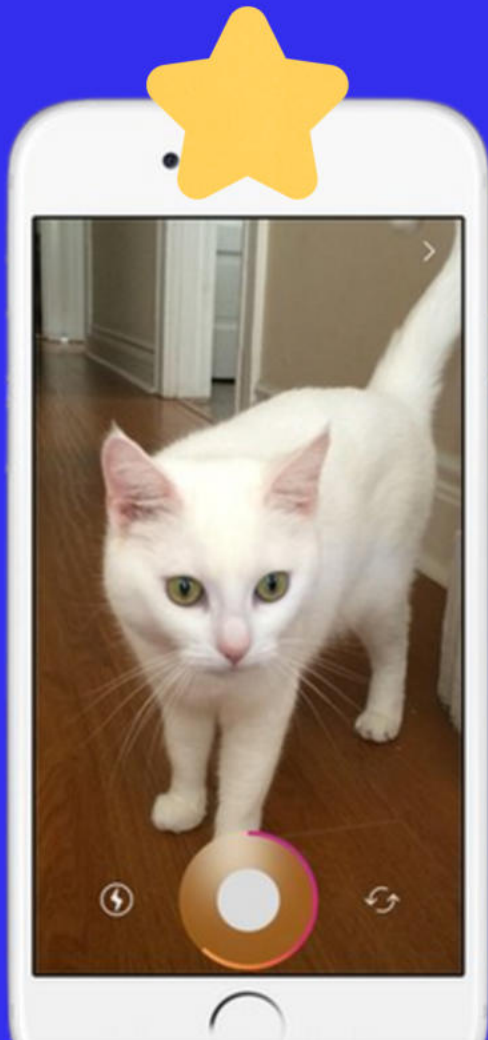
# Formatos y condiciones de uso





# Instagram

Tipo de formato



## Historias

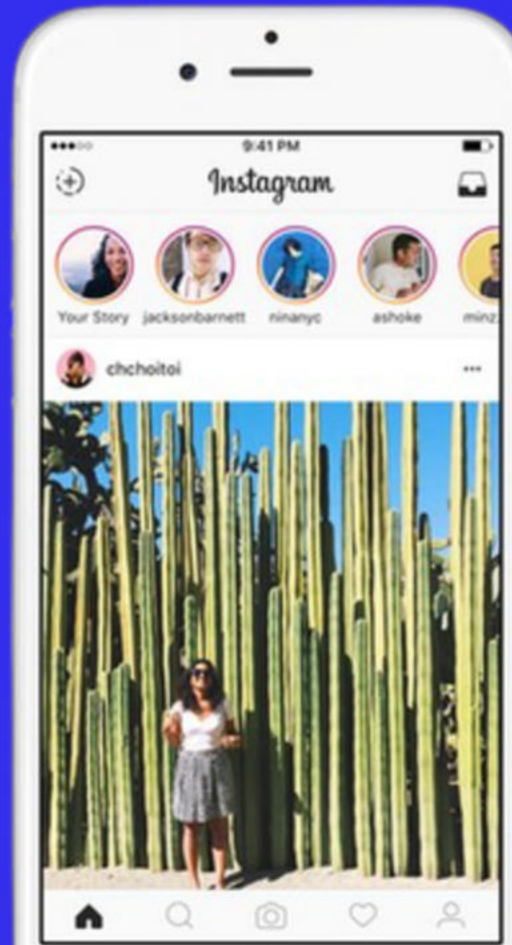
Publicación temporal  
(24 horas).

**Destacadas**



## Reels

Vídeos suelen ser  
muy visuales y  
tienen una duración  
máxima de 60  
segundos



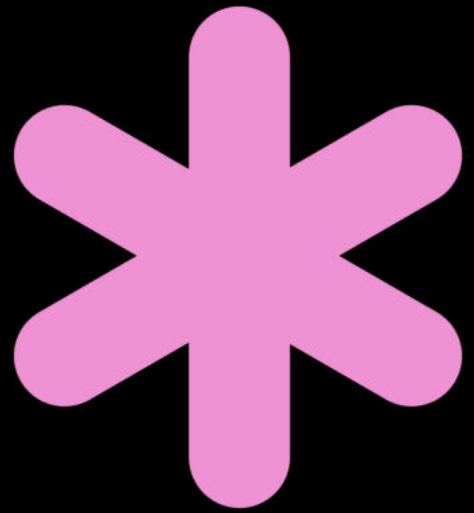
## Foto

Publicación típica.  
No tiene mucho  
alcance. (No se  
recomienda).



## Carrusel

Fotos o vídeos (híbrido) subidos dentro de un mismo post.  
En sus últimas actualizaciones, Instagram ha ampliado el  
límite de imágenes en los carruseles, permitiendo ahora  
hasta 15 imágenes por publicación.



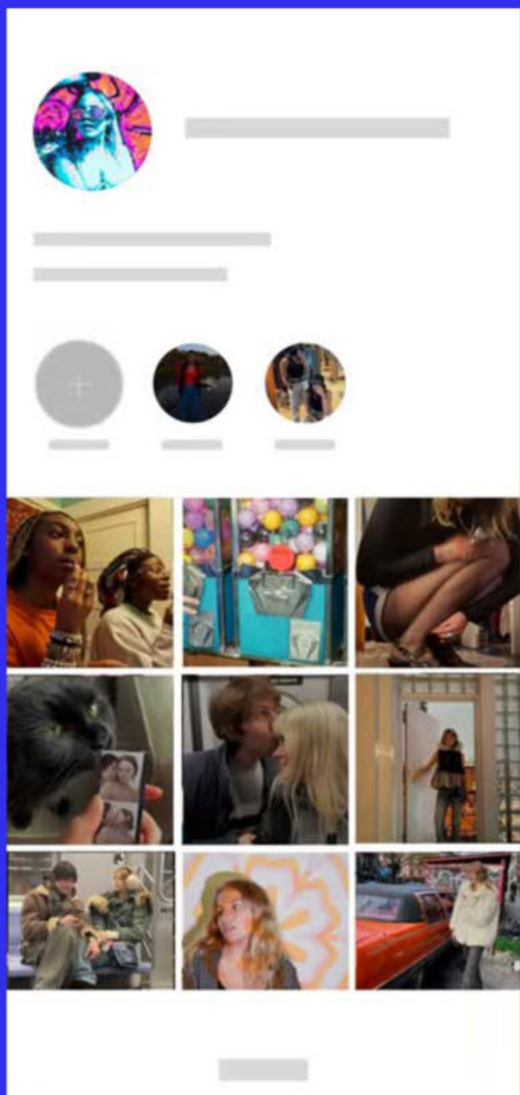
Formatos y condiciones de uso

# Historias

i<sup>+</sup>mersa



# Historias



**Compartir momentos del día de tu marca/organización**

**Genera conexiones**

**Captura lo que haces con facilidad**

Las historias te permiten capturar tu día a día; destacar los momentos especiales o expresarte con texto, música, stickers interactivos, filtros y GIF para dar vida a tus historias.

**Interactúa con tu comunidad**

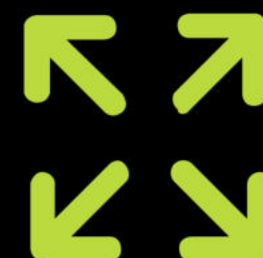
**Destaca tus momentos favoritos en el perfil**

Publica tus historias como historias destacadas en tu perfil para compartirlas durante más de 24 horas.



**¿Qué es?**

Publicación temporal (24 horas) de 60 segundos por publicación (si dura más, Instagram lo corta en varios).



**Tamaño**

Relación 9:16 (1080x1920).

**Vertical**





## Hashtags

Cuando otros usuarios hagan clic en el hashtag, podrán ver todo el contenido de otros usuarios.

## POLL

Yes

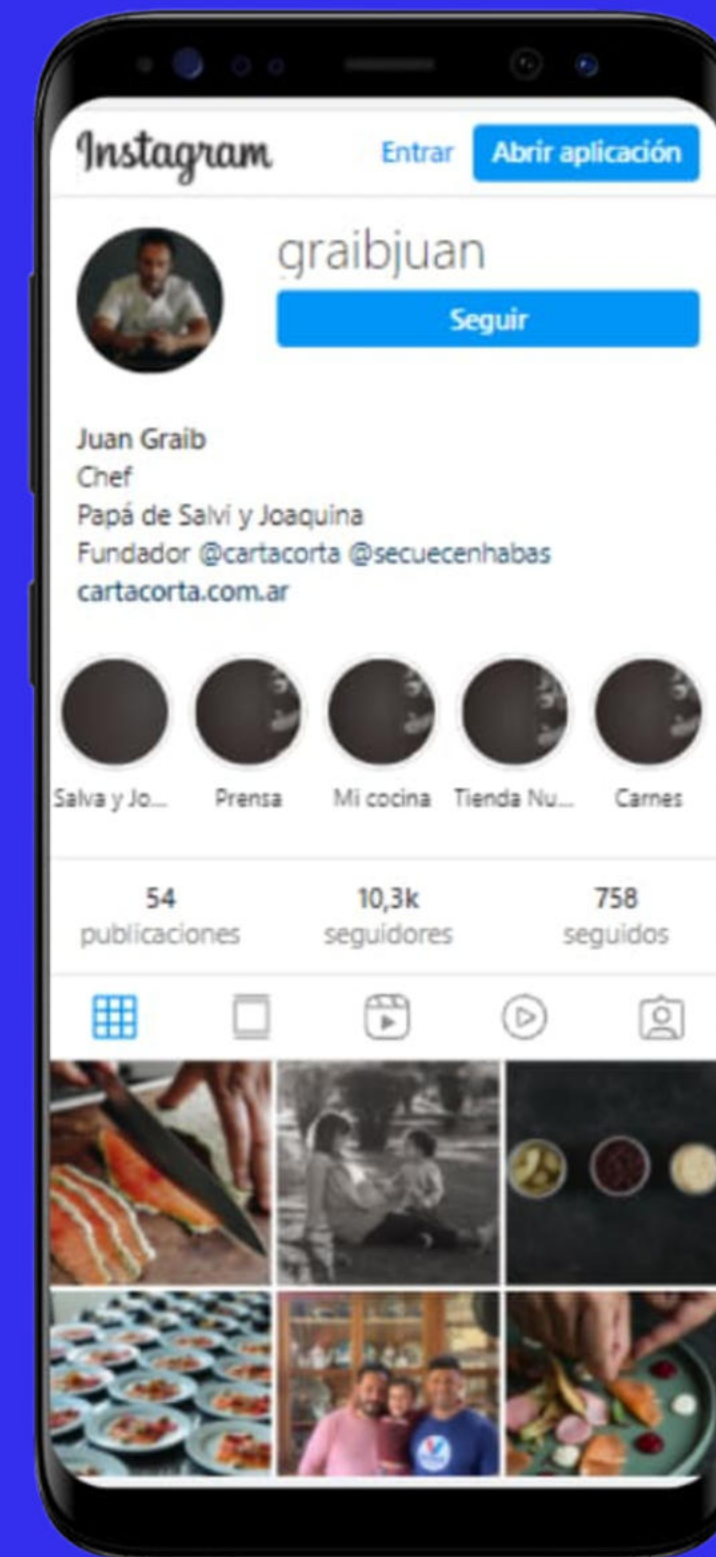
No

Other

≡ POLL

## Encuestas

Permite que tus seguidores interactúen con tu marca. Lo mejor es que podrás ver los resultados.



## Historias destacadas

¡No dejes que tu contenido pierda vigencia tan rápido!



**Formatos y condiciones de uso**

# Reels



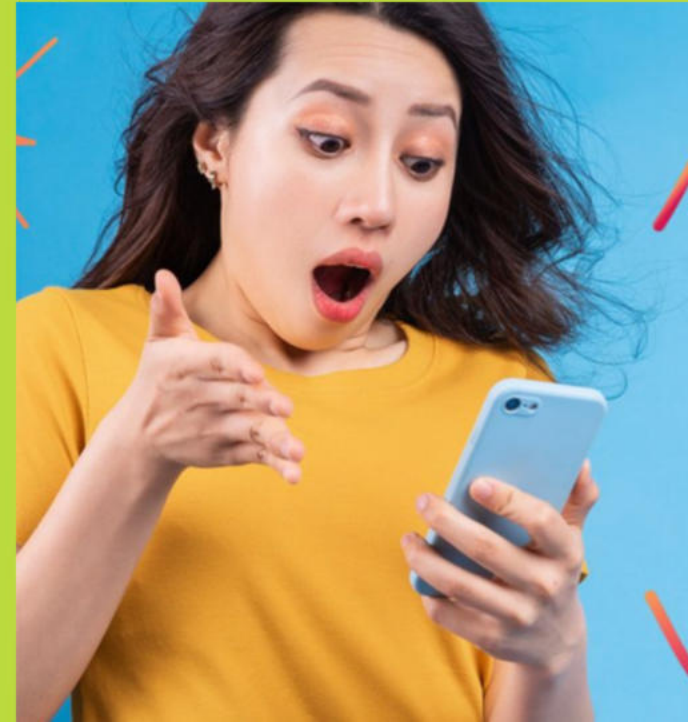
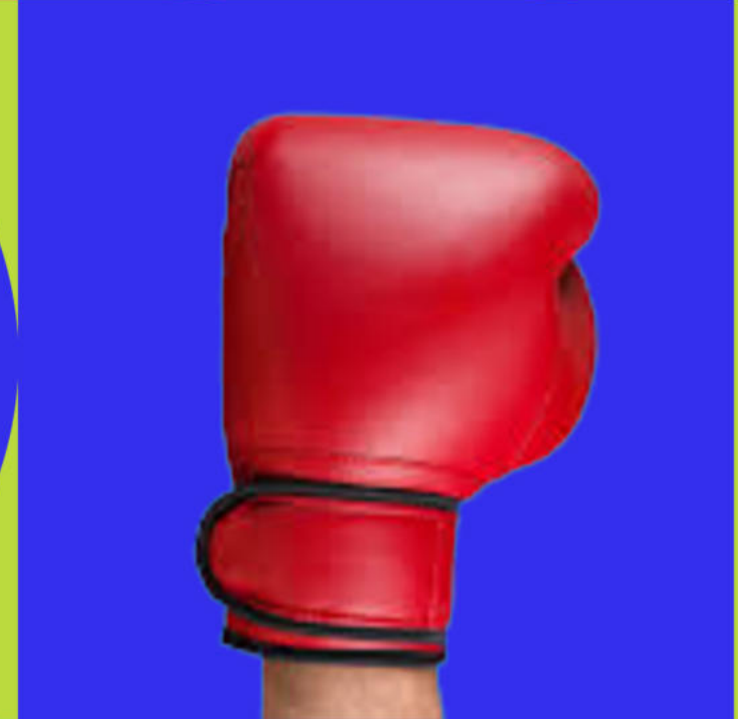
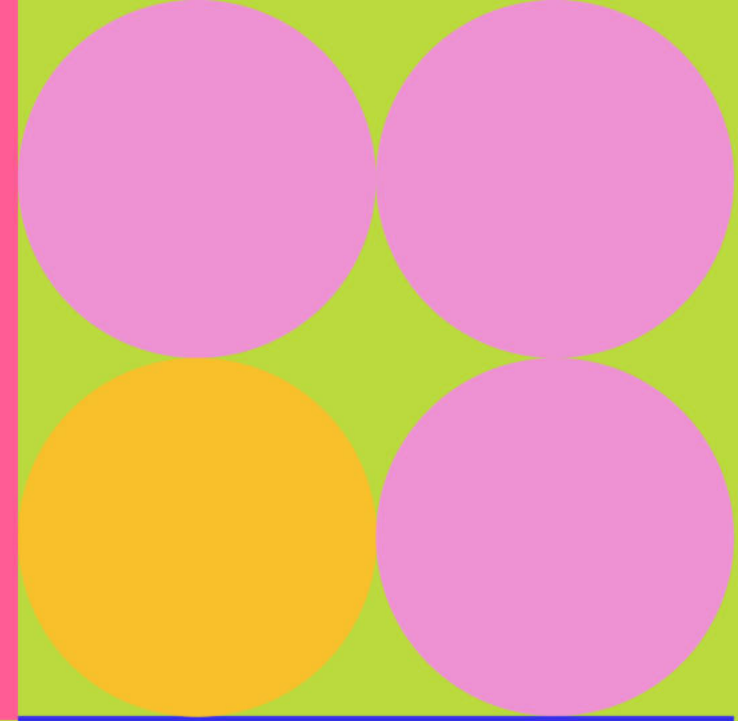
# Reels

## ¿Por qué usar los Reels?

Llegan a gente nueva (sección descubrimiento) y resumen la propuesta de valor de una marca en poco tiempo. Es ideal para tips, know-how, demostraciones, “antes/después”, testimonios y casos de uso.

**Duración sugerida:** Instagram permite hasta 3 min, peeeero, lo ideal es mantener corto = mejor retención. (30–40 s)

¿Qué crees  
que es un **gancho** o  
un **hook**?





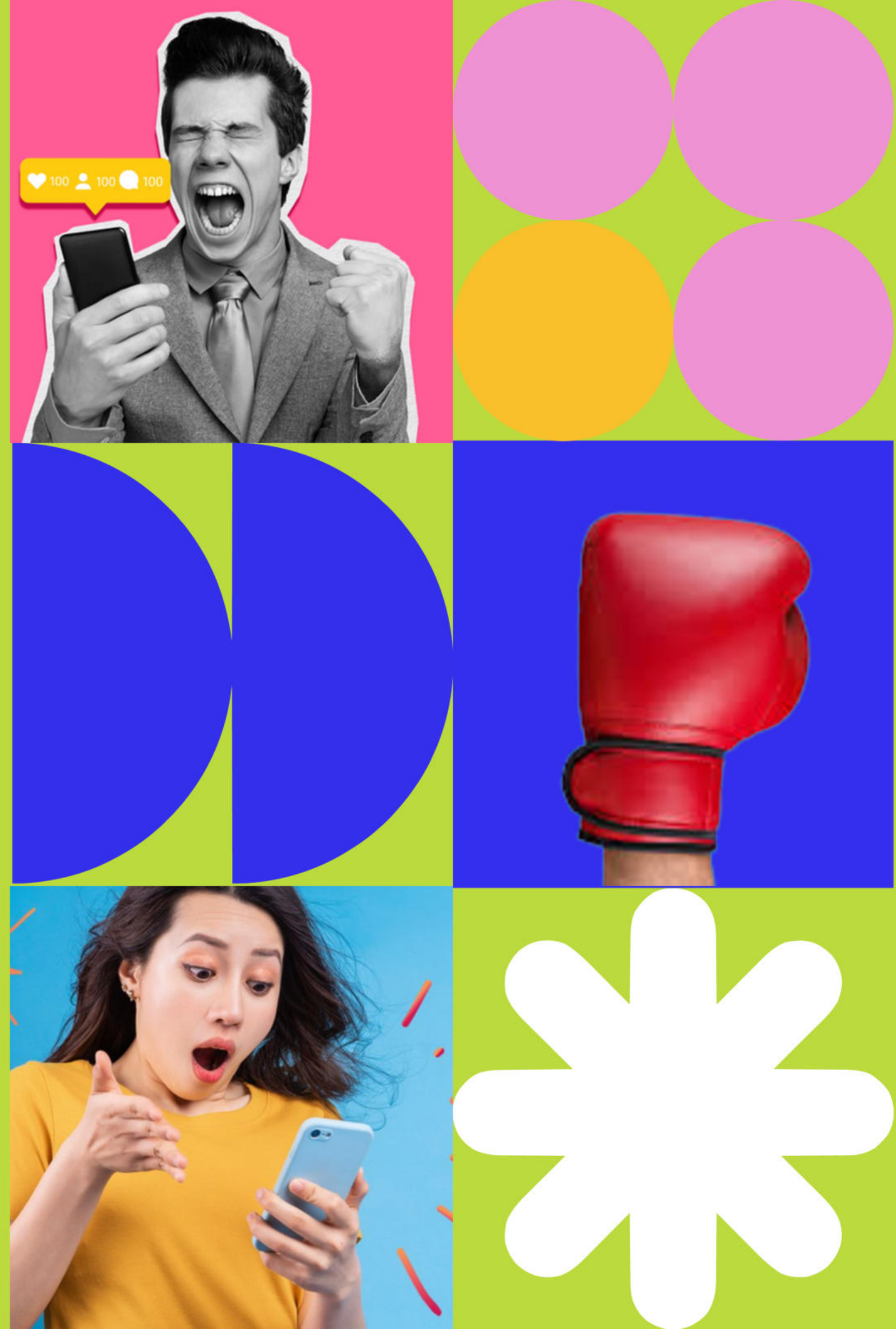
# ¿Cómo llamar la atención?

Hook

CTA

Es ese elemento que te engancha y te atrapa. Hace que captes la atención, puede ser con música o una acción en el inicio del video.

La función principal es atraer, retener y conectar a la audiencia con el contenido, incrementando la tasa de visualización.







que me contactes  
**para**



**Hooks**

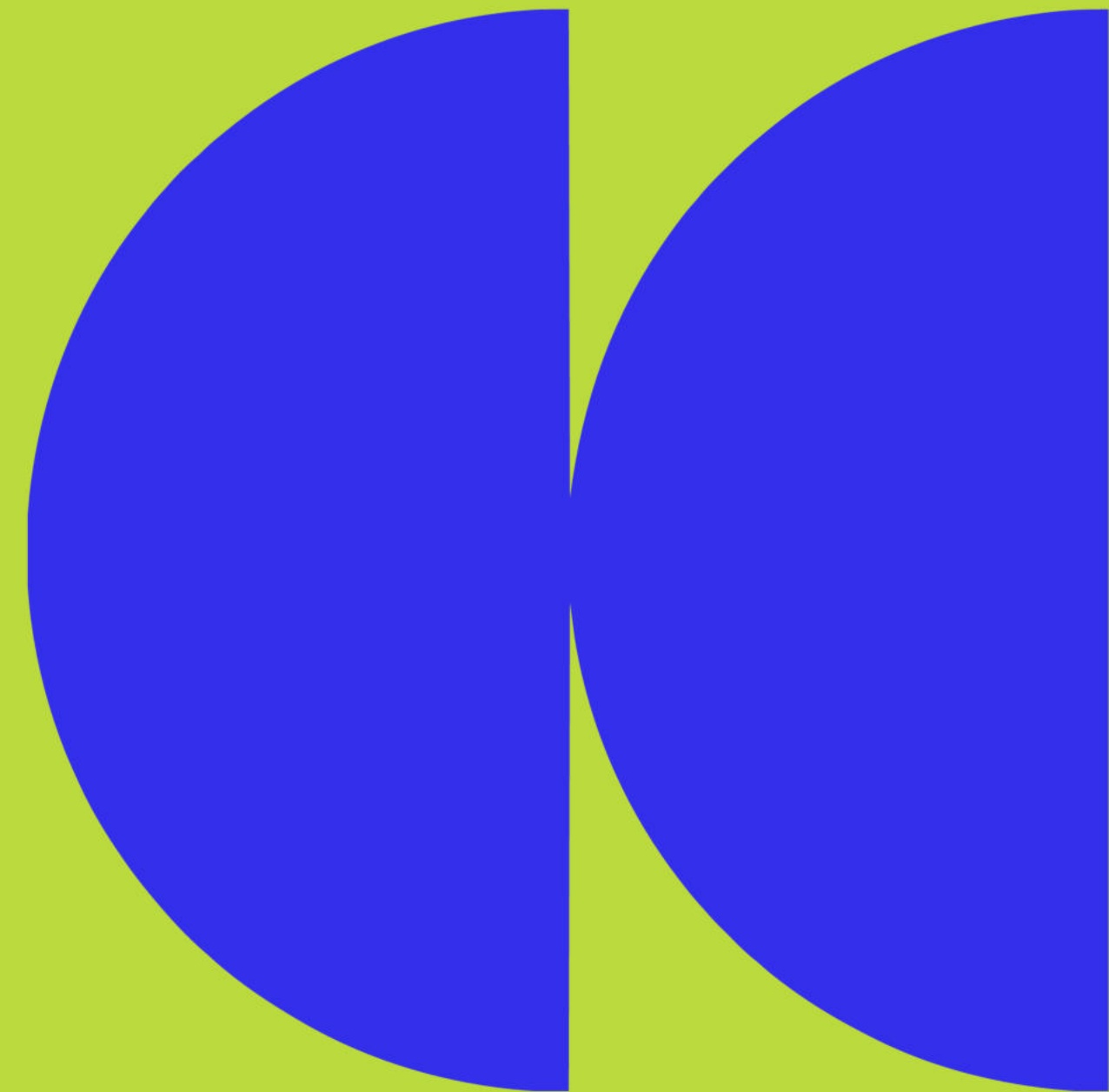


# ¿Cómo llamar la atención?

CTA

Hook

Un Call to Action o Llamada a la acción es una instrucción que invita a la persona usuaria a realizar una acción específica, puede ser: “Compra ahora”, “Contáctanos aquí...”, “visita nuestro portal web”. Puede ser una frase verbal, un texto, un botón.



# Estructura de un buen Reel

## 1. **Hook (0–3 s):**

Promesa/problema/algo que llame la atención /secreto / pregunta. Evita saludos largos.

## 2. **Desarrollo (4–30 s):** 3

puntos/beneficios máximo, ejemplos visuales y uso de subtítulos.

## 3. **Cierre + CTA (31–40 s):**

resumen en 1 frase + llamado a la acción puntual.





# Usa subtítulos en tus videos

- Solo el 60% de las historias o los reels en Instagram son vistos con sonido y en Facebook es el 85%.
- Los subtítulos son para todas las personas, para quienes tengan discapacidades visuales o auditivas
- Son un gran gancho visual



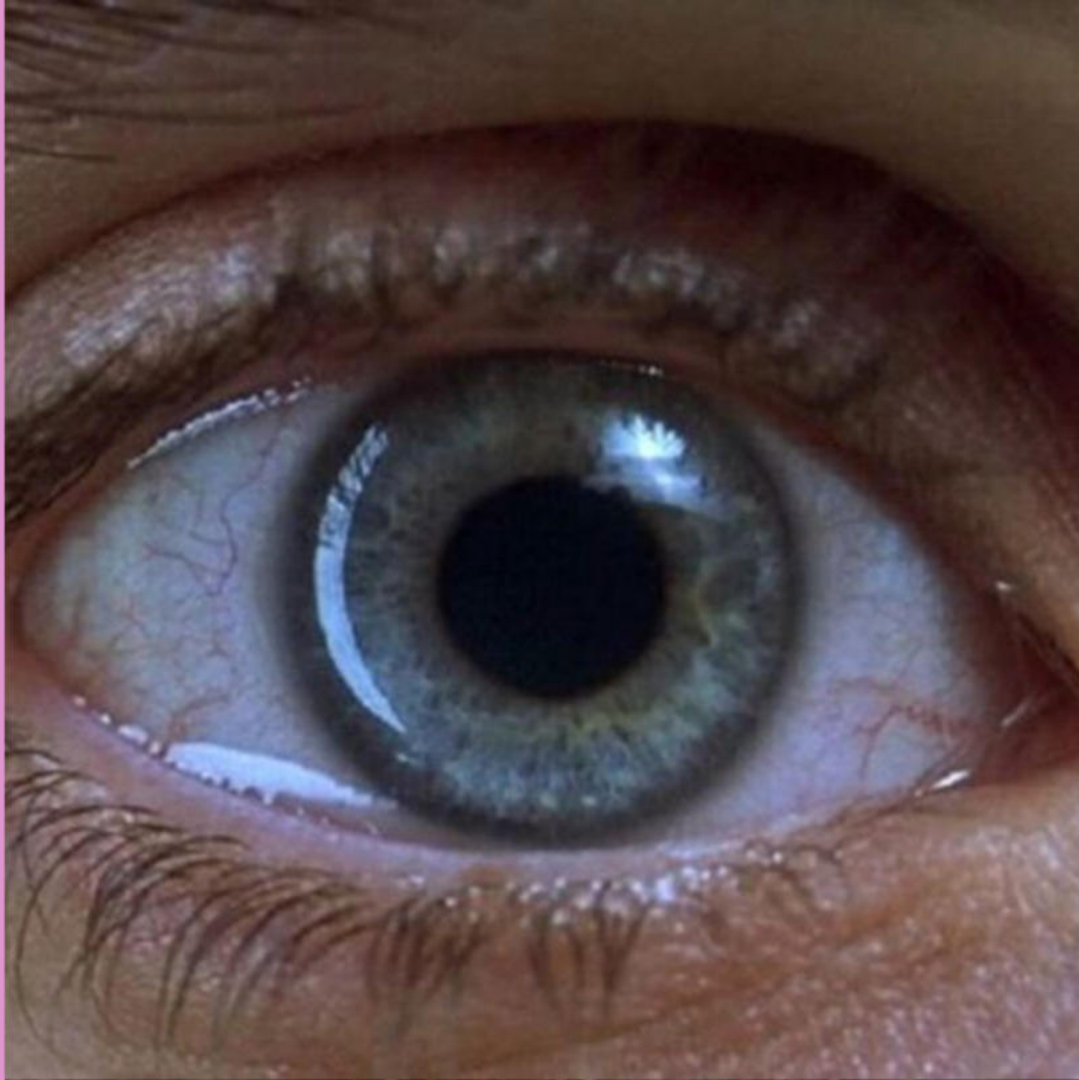
# Planos y tiros de cámara

1. Plano Detalle (PD)
2. Primerísimo Primer Plano (PPP)
3. Primer plano (PP)
4. Plano Medio (PM)
5. Plano Americano (PA)
6. Plano General (PG)



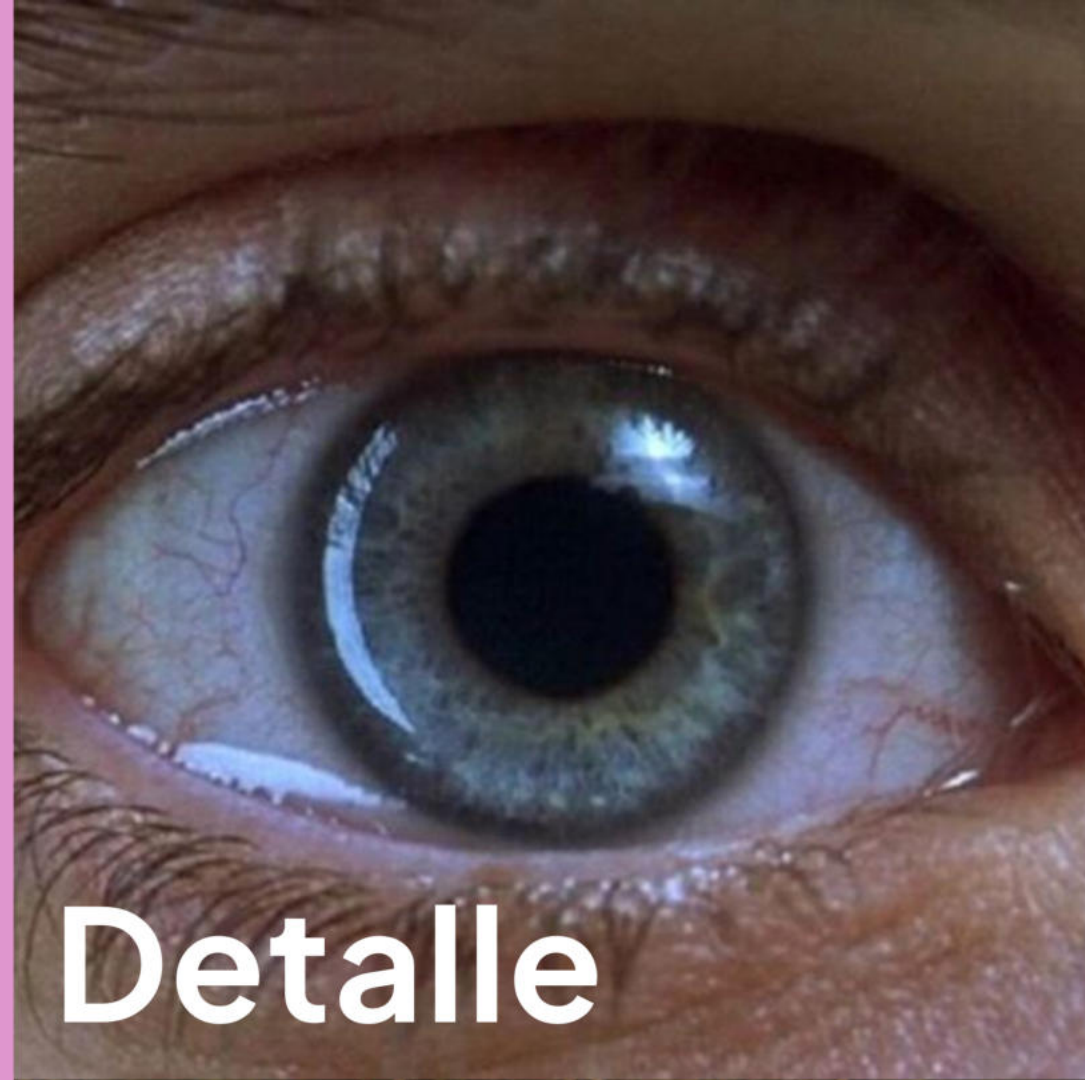


# Planos de cámara





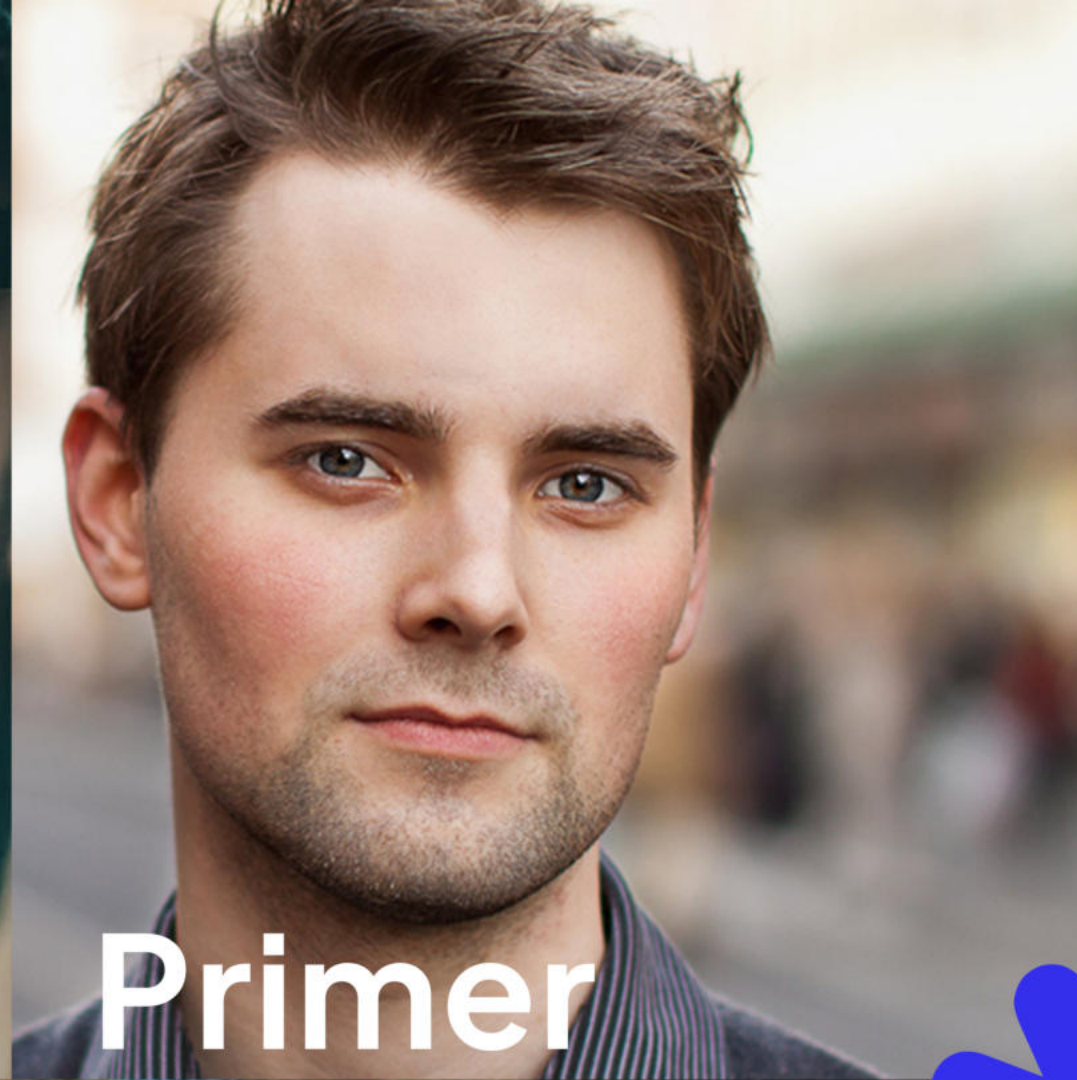
# Planos de cámara



Detalle



PPP



Primer



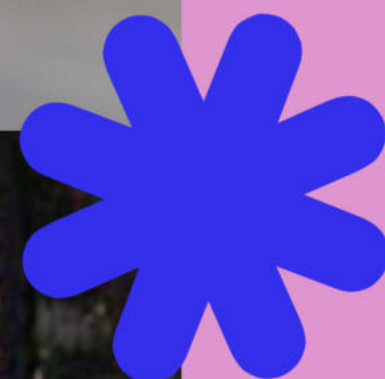
Medio



Americano



General







*PD: Plano Detalle*



*PPP: Primerísimo  
Primer Plano*



*PP: Primer Plano*



*PMC: Plano Medio Corto*



*PML: Plano Medio*



*PML: Plano Medio Largo*



*PA: Plano Americano*



*PE: Plano Entero*



*PG: Plano General*



*GPG: Gran Plano General*



# Ejercicio aplicado

1. Escoge un pilar estratégico (**Acompañamiento permanente/ Gestión integral de procesos/ Eficiencias / Transformación digital**).
2. Completa la plantilla de guion con: título de contenido, hook, 3 puntos, cierre y CTA.
3. Define los planos de tu video (cómo lo vas a grabar).
4. Comparte tu storyboard.

# GRACIAS

¡Nos vemos en la siguiente sesión!

