

Guía gratuita · Copywriting

Ganchos y copys que generan engagement

Diez fórmulas de gancho con ejemplos, la estructura de un buen caption y los llamados a la acción que invitan a comentar, guardar y escribir. Lista para copiar y adaptar a tu marca.

- 01** **La primera línea decide todo**
 - 02** **10 fórmulas de gancho**
 - 03** **La estructura de un buen caption**
 - 04** **Llamados a la acción que sí funcionan**
 - 05** **Errores que matan el engagement**
 - ✓ **Lista de verificación**
-

En redes sociales nadie te lee por obligación. Tienes una línea, o los primeros segundos de un video, para que alguien deje de deslizar. Esta guía reúne las fórmulas de escritura que más usamos en Recrea Agency para que una publicación se lea completa, se comente y termine en un mensaje.

01

La primera línea decide todo

Instagram, TikTok y LinkedIn muestran solo el inicio del texto antes del "ver más". Si esa primera línea no despierta curiosidad, el resto del caption no existe. Lo mismo pasa con los primeros segundos de un reel: el texto en pantalla y la primera frase tienen que dar una razón para quedarse.

Consejo Recrea Agency

Escribe primero el cuerpo del post y deja el gancho para el final. Es más fácil resumir una idea que ya está clara.

02

10 fórmulas de gancho

Cópialas, cambia el tema y pruébalas una por una. Con el tiempo sabrás cuáles funcionan mejor con tu audiencia:

1. **El error común:** "El error que hace que tu menú no venda (y casi todos los restaurantes lo cometen)."
2. **La lista útil:** "5 cosas que revisar antes de imprimir tu logo."
3. **El antes y después:** "Así se veía esta marca hace seis meses. Así se ve hoy."
4. **La pregunta directa:** "¿Tus clientes saben exactamente qué vendes en cinco segundos?"
5. **La opinión firme:** "Publicar todos los días no te va a hacer crecer. Esto sí."
6. **El secreto del oficio:** "Lo que los diseñadores revisamos primero en una marca nueva."
7. **El resultado concreto:** "Cómo pasamos de 3 a 20 mensajes semanales cambiando solo la bio."
8. **La historia:** "Un cliente llegó con una idea en una servilleta. Esto pasó después."
9. **El atajo:** "La forma más rápida de escribir un caption cuando no sabes qué decir."
10. **El llamado a tu cliente:** "Si tienes un negocio de comida en Santo Domingo, esto es para ti."

03

La estructura de un buen caption

Un caption que funciona tiene cuatro partes. No necesitan ser largas, pero sí estar en este orden:

Gancho → **Valor** → **Prueba** → **Acción**

Gancho: una línea que detiene el scroll. Usa una de las fórmulas anteriores.

Valor: el consejo, la explicación o la historia. Frases cortas y párrafos de una o dos líneas.

Prueba: un dato, un caso o una experiencia propia que respalde lo que dices.

Acción: qué quieres que haga la persona ahora. Solo una cosa.

Escribe como hablas con un cliente en persona. Si una frase no se la dirías a alguien frente a ti, cámbiala.

04

Llamados a la acción que sí funcionan

Cada objetivo pide un llamado distinto. Elige según lo que necesitas esa semana:

- **Para comentarios:** "¿Tú cuál escogerías, la A o la B?" · "Cuéntanos tu caso en los comentarios."
- **Para guardados:** "Guárdalo para tu próxima publicación."

- **Para compartidos:** "Envíaselo a tu socio."
- **Para mensajes:** "Escribenos 'GUÍA' y te la enviamos." · "Te respondemos por WhatsApp en menos de una hora."
- **Para seguidores:** "Síguenos para la parte 2 el jueves."

Consejo Recrea Agency

Una palabra clave por mensaje directo ("PLAN", "GUÍA", "PRECIO") facilita responder rápido y te permite medir qué post trajo cada conversación.

05

Errores que matan el engagement

- Empezar con "Hola a todos" o "Feliz lunes": no le dice nada a quien está deslizando.
- Bloques de texto sin espacios: en el celular se ven imposibles de leer.
- Diez hashtags genéricos al final: usa pocos y específicos de tu nicho y tu ciudad.
- Pedir tres cosas a la vez: comenta, comparte y síguenos. Mejor una sola.
- No responder los comentarios: cada respuesta es una segunda oportunidad de conversación.

Lista de verificación

- ☐ La primera línea despierta curiosidad sin necesitar contexto.
- ☐ El texto tiene párrafos cortos y se lee bien en el celular.
- ☐ Incluí una prueba: un dato, un caso o una experiencia.
- ☐ Hay un solo llamado a la acción, claro y específico.
- ☐ Reservé tiempo para responder comentarios en la primera hora.



¿Prefieres que lo hagamos por ti?

En Recrea Agency somos el departamento de marca, diseño y marketing de tu empresa. Planificamos, diseñamos y publicamos tu contenido para que tú te enfoques en vender.

Web	recreaagency.com
WhatsApp	+1 849 407 4193
Instagram	@recreaagency
Email	yeltsin@recreaagency.com



Más guías gratis en recreaagency.com/blog