

ANATOMÍA DEL POST PERFECTO

HOOK

Primera línea — Para el scroll

LinkedIn muestra ~140 caracteres antes del "ver más". Esa línea decide si leen o pasan. **Una sola idea. Sin introducción.** Directo al punto.

CUERPO

Desarrollo — Entrega el valor

800–1.000 caracteres = sweet spot algorítmico. Párrafos de 1–2 líneas (mobile-first). Estructura: Situación → Problema → Insight → Lección.

CIERRE

CTA — Genera conversación genuina

Termina con una **pregunta abierta real**. **No pedir likes ni follows** — LinkedIn lo detecta como engagement bait y penaliza.

TIPOS DE HOOK QUE FUNCIONAN

DATO + CONTRASTE

"Perdí \$50.000 en mi primer año. *Hoy lo mejor que me pudo pasar.*"

PREGUNTA INCÓMODA

"¿Por qué la mayoría de los emprendedores fracasa antes de tener un producto?"

AFIRMACIÓN POLÉMICA

"El MBA es la peor decisión que puede tomar un emprendedor. *(O la mejor. Depende.)*"

HISTORIA PERSONAL

"En 2019 tuve 3 semanas para vender mi empresa o cerrarla. *Así lo viví.*"

LISTA CON PROMESA

"5 errores que cometí al levantar capital *(que nadie en el ecosistema habla):*"

ESTRUCTURA DEL CUERPO

- S** **Situación:** Contexto mínimo. ¿Cuándo / dónde / qué estaba pasando?
- P** **Problema:** El conflicto, la tensión, lo inesperado. Aquí el lector se engancha.
- I** **Insight:** Lo que aprendiste. Desde **tu experiencia**, no como experto genérico.
- L** **Lección:** Una idea accionable. Lo que el lector puede aplicar mañana.
- ?** **Pregunta de cierre:** Abierta y genuina. Que invite a compartir experiencia, no a votar.

ELIGE EL FORMATO (ALCANCE Q1 2026)



Video nativo

Vertical 9:16 · 30–90 seg · logo primeros 4 seg · nativo, no link de YT **+69%**



Imagen nativa

1:1 o 4:5 · diseño limpio · evita stock photos genéricas **+11%**



Carrusel PDF

Slides simples, mobile-first · máx 10 slides · el dwell time es clave **+7%**



Solo texto

Menor reach pero puede generar conversación auténtica si el hook es fuerte **base**



Sin imagen o video el alcance cae significativamente — siempre incluye un visual



CHECKLIST ANTES DE PUBLICAR



¿Tu primera línea para el scroll?

Lee solo esa línea. ¿Querías seguir leyendo? Si dudas, reescríbela.



¿800–1.000 caracteres? Párrafos cortos

1–2 líneas por párrafo. **Espacios en blanco = respiro para el lector móvil.**



¿Tiene imagen, video o carrusel?

El visual no es decoración — **es alcance**. Video nativo +69%, imagen +11%.



¿Links van en el primer comentario?

Links en el cuerpo = **–60% distribución**. Publica, luego agrega el link.



¿Máximo 5 hashtags relevantes?

Más de 5 activa penalización. Nicho y específicos, no genéricos como #negocios.



¿El CTA es una pregunta genuina?

Que invite a reflexionar, no a reaccionar. **Sin "comenta Sí si estás de acuerdo"**.



¿Lo revisaste en móvil?

72% del engagement es en mobile. Lo que se ve bien en desktop puede verse fatal en el teléfono.



NUNCA HACER



Links en el cuerpo — penaliza –60%



Editar en las primeras 2h — reduce distribución



Publicar 2 posts en 24h — el segundo no llega



Publicar y desaparecer — responde en la primera hora



Pedir likes/follows/shares — engagement bait



Más de 5 hashtags — penalización automática



Comentarios de "Gran post 🔥" — LinkedIn los detecta



Hablar como experto genérico — habla desde tu experiencia

"Un post honesto y directo desde tu experiencia real vale más que diez posts perfectos escritos para impresionar. **Autenticidad = alcance.**"