

HISTORIAS DE IMPACTO EN INSTAGRAM. DESDE LA ESTRATEGIA Y CONCEPTUALIZACIÓN

Ebook complementario



PAOLA MORA | UPYMES



INTRODUCCIÓN

Crear historias efectivas en Instagram no se trata solo de publicar por publicar. Se trata de comunicar con intención, de convertir cada historia en una oportunidad para conectar, inspirar y guiar a tus clientes hacia la acción.

Este eBook fue diseñado como una guía práctica para acompañarte después del taller.

Aquí encontrarás las preguntas más frecuentes que surgen al momento de crear historias —esas dudas que todos tenemos al iniciar— junto con una plantilla semanal que te ayudará a planificar tu contenido con claridad y estrategia.

Mi intención es que este material te sirva como una brújula: para que sepas qué contar, cómo contarlo y, sobre todo, por qué cada historia que compartes puede marcar la diferencia en tu negocio.

Recordá que las historias son más que contenido: son el vínculo vivo entre tu marca y las personas que te eligen cada día.

♥ Tu tarea: experimentar, equivocarte, aprender y volver a crear. Porque la constancia y la autenticidad siempre cuentan la mejor historia.

HISTORIAS DE IMPACTO EN INSTAGRAM.
DESDE LA ESTRATEGIA Y CONCEPTUALIZACIÓN

1

PREGUNTAS FRECUENTES **HISTORIAS DE INSTAGRAM**

VUELVE LAS HISTORIAS DE INSTAGRAM EN TU ALIADA DE FACTURACIÓN.

PAOLA MORA | UPYMES

Estrategia y objetivos

1. ¿Cuántas historias debo subir al día?

Lo ideal es entre 3 y 7 historias diarias, distribuidas en diferentes momentos del día. La clave es la constancia, no la cantidad.

2. ¿A qué hora es mejor publicarlas?

Depende del comportamiento de tu audiencia.

Empieza probando entre 9 a.m. y 1 p.m., y otra tanda entre 6 p.m. y 9 p.m.

Luego revisá las estadísticas de Instagram para identificar tus picos de interacción.

3. ¿Debo planificar las historias o hacerlas espontáneas?

Ambas funcionan. Las planificadas te aseguran coherencia con tu estrategia; las espontáneas generan cercanía. Lo ideal es combinar las dos.

4. ¿Cómo sé qué tipo de historia usar cada día?

Podés basarte en los objetivos de la semana:

- Lunes a miércoles → historias de conexión y valor.
- Jueves y viernes → historias de autoridad y testimonios.
- Fines de semana → historias ligeras o detrás de cámaras.
-

5. ¿Puedo repetir las mismas secuencias o temas?

¡Sí! Repetir con variaciones fortalece el recuerdo de marca.

Recordá que tu audiencia no ve todo lo que publicás, así que la repetición estratégica es una aliada, no un problema.

Contenido y creatividad

6. ¿Qué hago si no sé qué publicar?

Usá la regla del 3x3:

- 3 historias para educar o inspirar.
- 3 para mostrar proceso o detrás de cámaras.
- 3 para conectar emocionalmente o invitar a la acción.

7. ¿Es mejor hablar frente a cámara o usar solo imágenes?

Hablar genera más confianza. No es necesario hacerlo todos los días, pero una o dos veces por semana mostrarse frente a cámara humaniza la marca.

8. ¿Qué duración deben tener las historias?

Cada historia dura 15 segundos, pero las secuencias ideales tienen entre 3 y 5 historias seguidas para mantener la atención sin cansar.

9. ¿Cómo logro que las personas vean mis historias hasta el final?

- Usá subtítulos o texto de apoyo (la mayoría ve sin sonido).
- Alterná formatos (video, imagen, encuesta, sticker).
- Empezá con un gancho claro o pregunta atractiva.

10. ¿Qué tipo de historias generan más interacción?

Las que incluyen sticker de encuesta, preguntas o barras de reacción. Evitan el consumo pasivo y aumentan la visibilidad orgánica.

Aspectos técnicos y prácticos

11. ¿Qué herramientas puedo usar para diseñar historias?

- Canva (para plantillas y diseños rápidos).
- CapCut / InShot (para editar videos cortos).
- Mojo / Unfold (para historias animadas con estilo).

12. ¿Puedo usar música o reels en historias sin problemas de derechos?

Sí, siempre que la música esté disponible dentro de la biblioteca de Instagram.

Evita subir videos con música externa si tiene derechos de autor.

13. ¿Qué hago si no tengo tiempo para subir historias todos los días?

Podés grabar bloques de contenido una vez por semana y programarlas con Meta Business Suite.

También sirve dejar historias “base” (como tips o testimonios) listas para usar cuando no tenés tiempo.

14. ¿Cómo leo las estadísticas correctamente?

- Alcance: cuántas personas vieron tu historia.
- Toques hacia adelante: interés medio.
- Respuestas o stickers usados: alto nivel de conexión.
- Salidas: contenido poco relevante o muy largo.

15. ¿Cuánto tiempo duran los resultados en las historias?

Los picos de interacción duran entre 24 y 48 horas, pero su efecto en confianza y visibilidad puede extenderse semanas si se publican con consistencia.

Mentalidad y presencia digital

16. ¿Y si me da vergüenza salir en cámara?

Empezá mostrando tus manos, tu producto o tu entorno.

El objetivo no es “ser influencer”, sino crear conexión auténtica.

Poco a poco te vas sintiendo más cómoda al hablar.

17. ¿Qué pasa si siento que nadie ve mis historias?

Seguí publicando. El algoritmo prioriza a quienes son constantes.

Además, aunque pocos vean al inicio, los que sí ven son los más interesados en tu marca.

18. ¿Cómo evito que las historias se vean “forzadas” o muy de venta?

Usá la técnica 70/30:

- 70% contenido de valor o conexión.
- 30% contenido promocional.
- Así las ventas se sienten naturales, no invasivas.

19. ¿Puedo usar las historias para vender directamente?

Sí, pero solo cuando ya generaste confianza.

Primero contá la historia detrás del producto, mostrale el beneficio y luego agregá el link o el CTA.

20. ¿Cuánto tiempo necesito para ver resultados?

Si publicás historias con intención todos los días, en 3 a 4 semanas vas a notar más interacción, más mensajes y más conversiones.

HISTORIAS DE IMPACTO EN INSTAGRAM.
DESDE LA ESTRATEGIA Y CONCEPTUALIZACIÓN

2

PLANTILLA
PLAN SEMANAL

VUELVE LAS HISTORIAS DE INSTAGRAM EN TU ALIADA DE FACTURACIÓN.

PAOLA MORA | UPYMES



Paola Mora Vargas

paola@upymes.com

Su historia con el mundo de los negocios comenzó en la niñez, revendiendo artículos de moda sin imaginar que esa experiencia marcaría el inicio de una vocación. Desde entonces comprendió que vender no era solo ofrecer un producto, sino entender a las personas.

Por eso estudió Dirección de Empresas y más adelante obtuvo una maestría en Psicología, con el propósito de comprender a profundidad cómo pensamos, decidimos y nos relacionamos con lo que consumimos.

Además, se especializó con una maestría en Planificación con énfasis en Desarrollo Microempresarial, consolidando así su compromiso con el fortalecimiento del sector PYME.

Con más de 15 años de experiencia y contacto con más de 15.000 empresas, ha acompañado a emprendedores y empresarios en el desafío de construir negocios más humanos, rentables y sostenibles.

Hoy combina su experiencia técnica, su sensibilidad humana y su visión estratégica para enseñar que vender es servir, comunicar y generar confianza.

Cree firmemente que los empresarios tienen el poder de transformar su entorno cuando aprenden a conectar con propósito y autenticidad.

Derechos de propiedad intelectual

Todo el contenido incluido en este material –textos, estructuras metodológicas, ejercicios, ejemplos, plantillas y diseño– es propiedad intelectual de UPYMES®, salvo que se indique lo contrario.

Este eBook ha sido creado exclusivamente para uso personal de quienes participaron en el taller “ Historias de impacto en Instagram. Desde la estrategia y conceptualización” promovido por el Banco Nacional de Costa Rica el 8 octubre, 2025. Queda prohibida su reproducción total o parcial, distribución, venta o adaptación sin autorización expresa y por escrito de la autora.

Gracias por honrar el trabajo, la experiencia y la intención con la que fue creado este material.





Historias de impacto en Instagram.

Desde la estrategia y conceptualización

Octubre, 2025

Paola Mora | paola@upymes.com

Cuando termines este taller podrás:

- Entender por qué las **historias son clave para dar visibilidad y generar ventas.**
- **Diseñar secuencias de historias estratégicas** que enganchen desde el primer segundo.
- El **ABC de las historias destacadas.**
- **Crear tu plan semanal de historias,** listo para aplicar en tu negocio.

El poder de
las historias.

Tus historias son el mostrador de tu marca.
Si está vacío o apagado, nadie sabrá que estás ahí.

 Por qué las historias pueden **cambiar tus resultados** en Instagram

- Las historias no son solo contenido que desaparece, son el **espacio donde tu audiencia realmente te ve, te escucha y conecta contigo.**
- Mientras los posts son tu vitrina, las **historias son tu conversación** directa con el cliente.
- **La mayoría de las ventas** en Instagram no **ocurren** en el feed, sino **en las historias.**
- Es ahí donde **las personas deciden si confían en vos** y si quieren comprarte.

💡 ¿Por qué **funcionan** tan bien?

- Son lo **primero que ve tu audiencia** al abrir Instagram.
- Permiten **interacción inmediata** (preguntas, encuestas, reacciones).
- Crean **cercanía emocional** al mostrar el lado humano de la marca.
- **Aumentan la visibilidad**: el algoritmo premia las cuentas activas en historias.
- **Generan confianza** al mostrar procesos, experiencias y testimonios reales.

🔍 Lo que debes saber **antes de empezar**

- Las historias **no son para vender directamente**, sino para conectar y mantenerte presente.
- **Duran 24 horas**, lo que te permite probar, experimentar y perder el miedo a la cámara.
- Funcionan mejor cuando tienen una **secuencia con propósito**.
- Todo **contenido debe tener una intención**: informar, inspirar o motivar una acción.
- La **constancia vale más que la perfección**. Publicar historias todos los días mantiene viva tu marca.

La estrategia
detrás de una
secuencia efectiva

CONFIANZA Y CREDIBILIDAD

Posicionar tu marca o negocio como una referencia confiable y experta en su sector, transmitiendo seguridad, profesionalismo y resultados reales que respalden lo que ofreces.



¿Cuándo usarla?

- Cuando desees posicionar tu marca o emprendimiento como referente en tu rubro.
- Ideal para reforzar confianza antes o durante una campaña de ventas.
- Perfecta si tu público aún duda de tu experiencia o resultados.



Beneficios

- Aumenta la credibilidad y autoridad de tu negocio.
- Facilita la conversión porque las personas confían más en quien demuestra resultados.
- Ayuda a diferenciarte de la competencia.
- Te posiciona como un negocio sólido, coherente y confiable.



Errores

- Mostrar solo logros sin conectar emocionalmente (suena arrogante).
- Saturar con datos sin contexto ni historia.
- No incluir un llamado a la acción claro.
- Usar lenguaje técnico o distante.

ESTRUCTURA

Gancho de credibilidad.

Cuenta un dato o resultado poderoso: cantidad de clientes, años en el mercado, alianzas, logros.

HISTORIA 1

Storytelling (contexto).

Cuenta brevemente cómo llegaste ahí: esfuerzo, evolución o propósito detrás del resultado.

HISTORIA 2 o +

Validación social.

Incluye testimonios, fotos de procesos, reconocimientos, colaboraciones.

HISTORIA 3

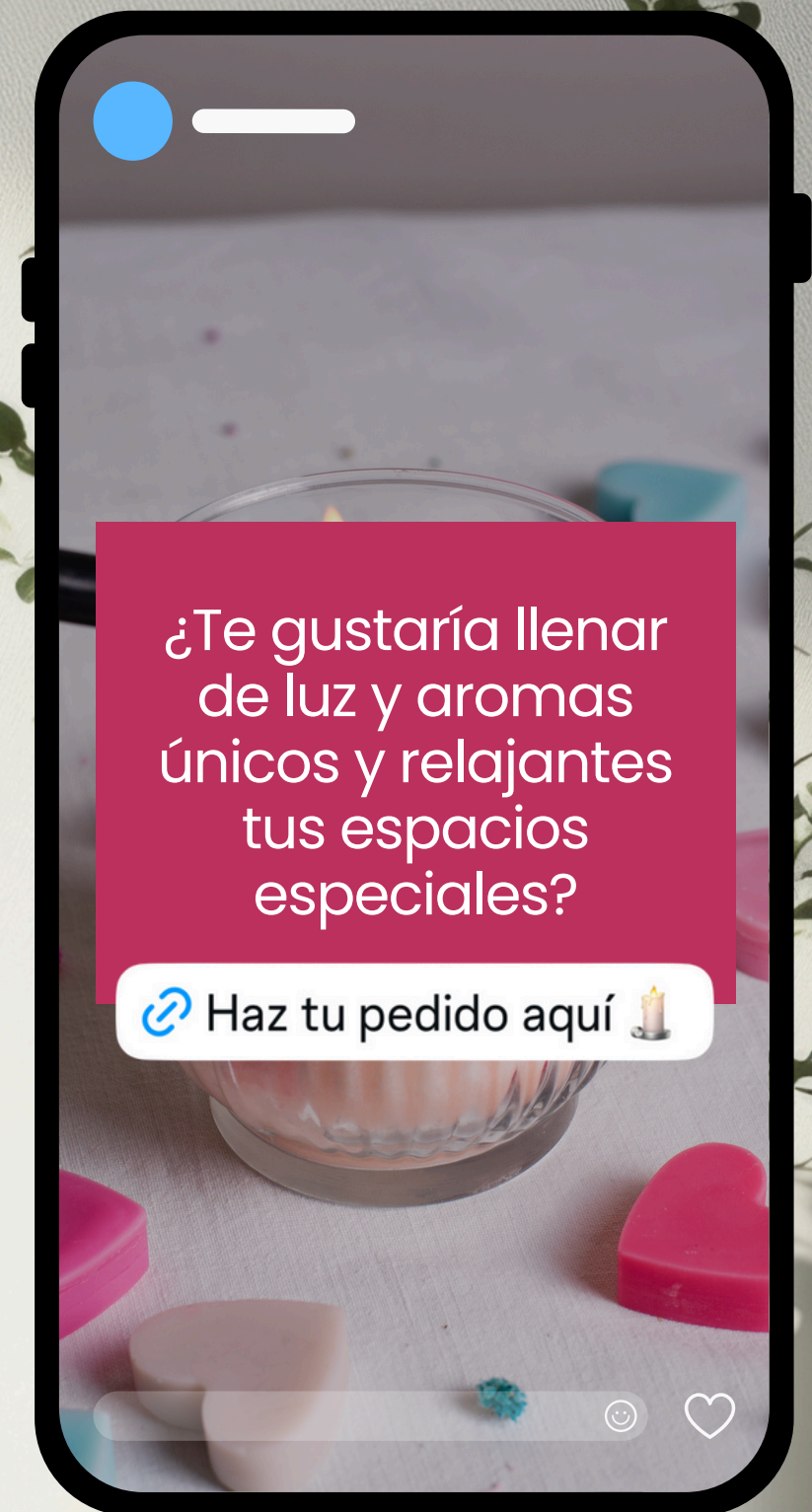
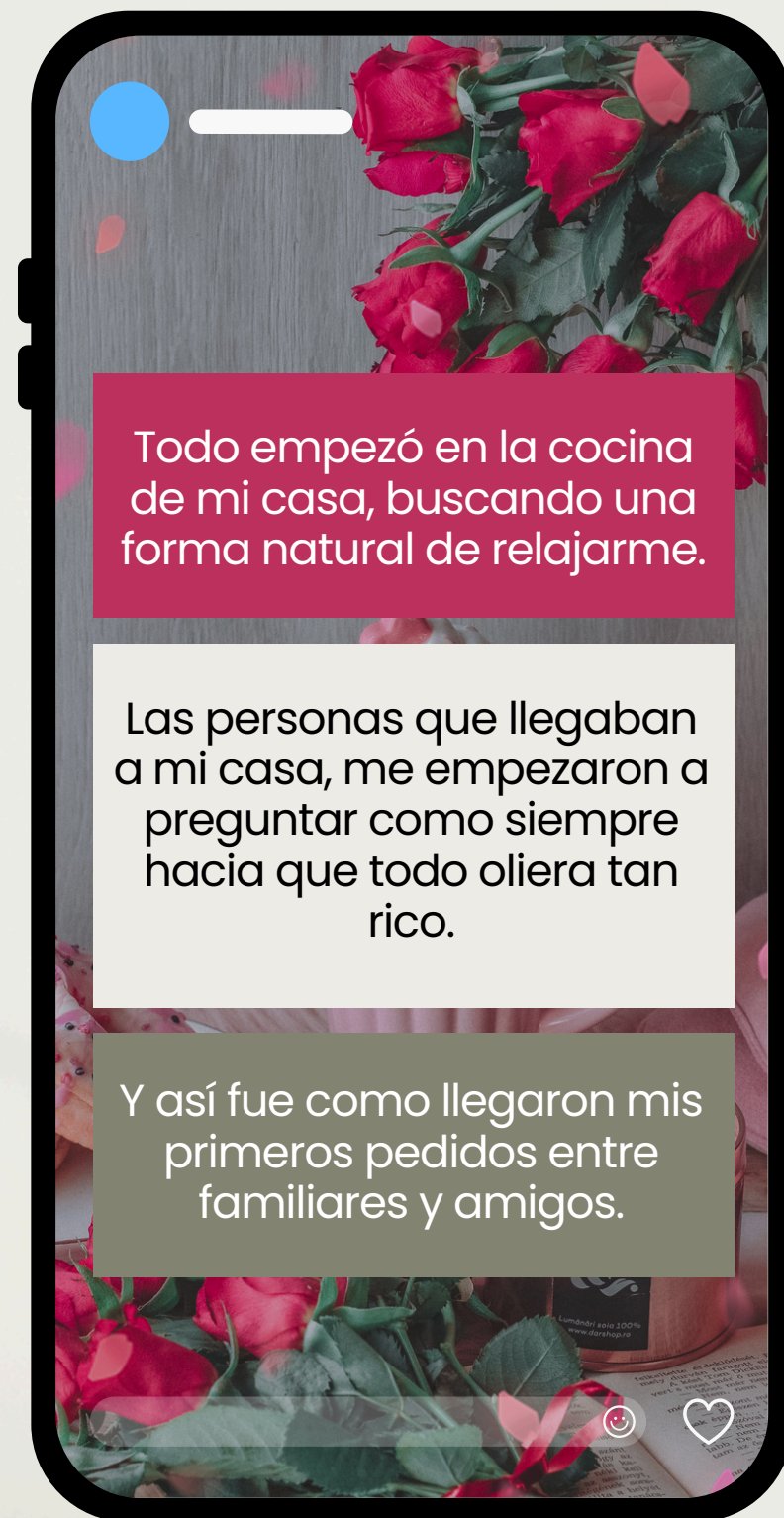
Llamado a la acción (CTA)

Invita a probar, seguir, comprar o agendar, desde la confianza:

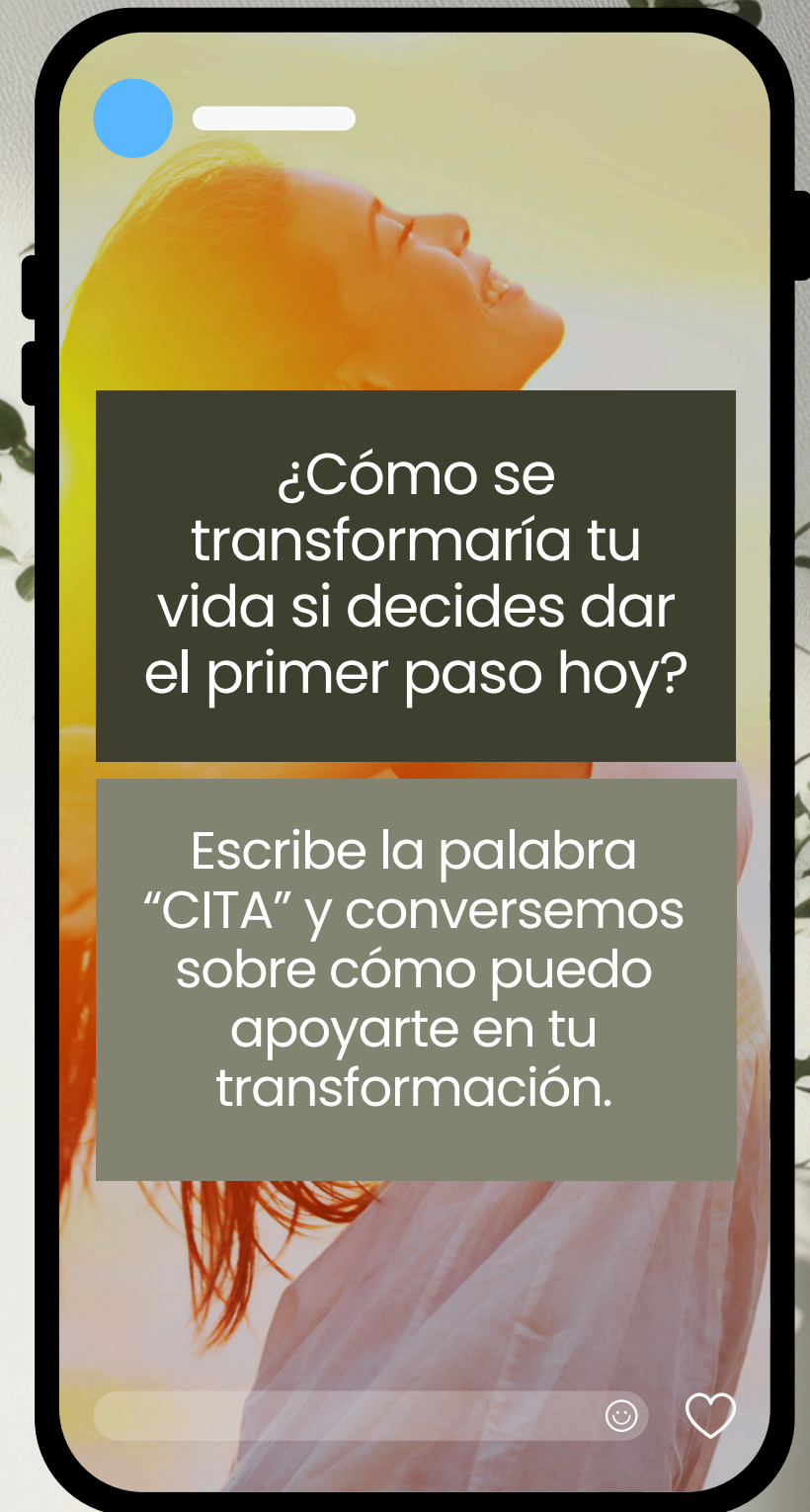
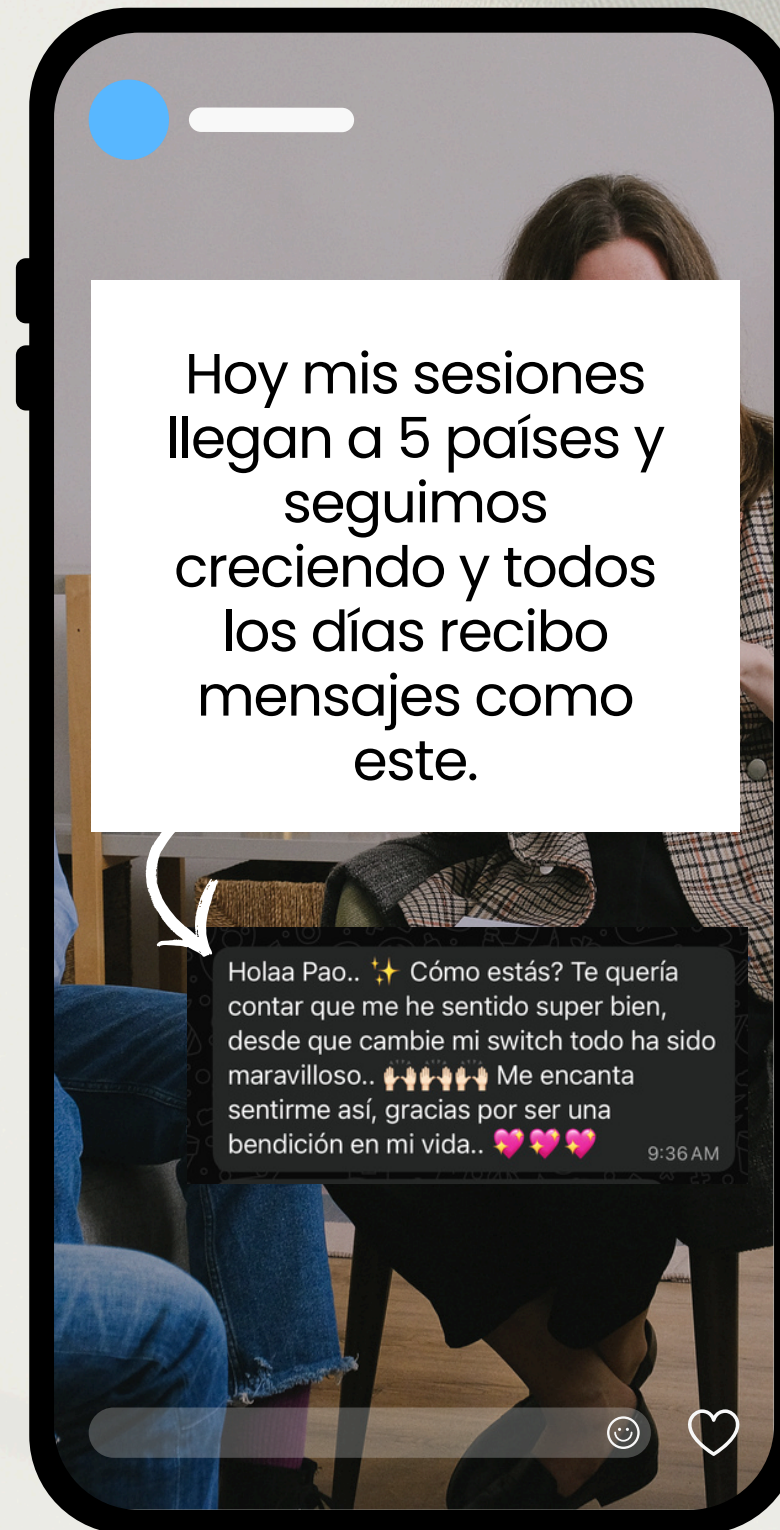
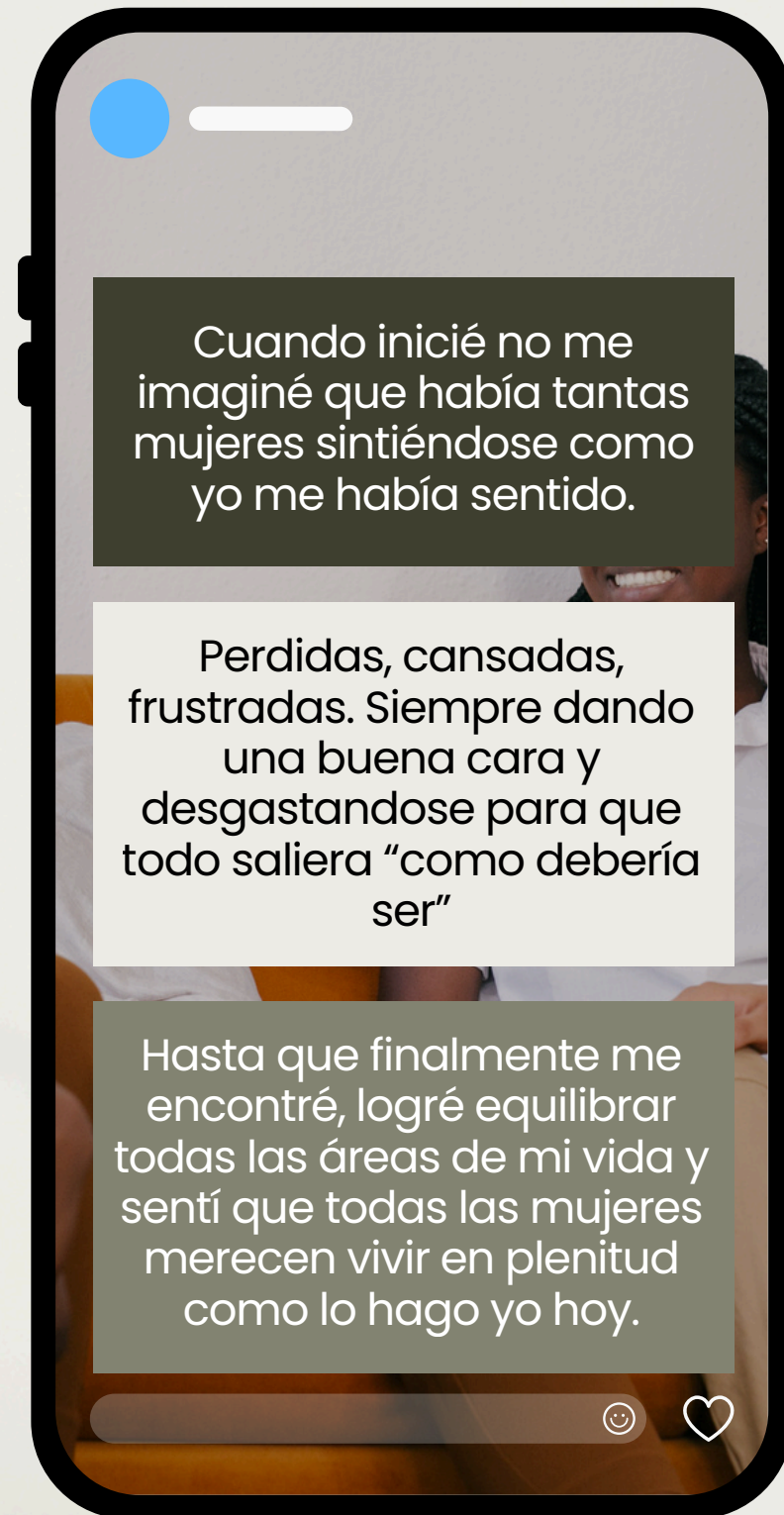
👉 "Si quieres vivir resultados como este, escíbeme ahora."

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO



VINCULO

Crear cercanía y humanidad mostrando la historia detrás de la marca o producto para que las personas sientan que no solo compran, sino que conectan contigo



¿Cuándo usarla?

- Cuando hay nuevos seguidores o clientes y quieres presentarte o re-presentar tu historia.
- Antes de un lanzamiento o una campaña para fortalecer vínculo emocional con la audiencia.
- En momentos donde tu comunidad necesita recordar el propósito y el alma de la marca.



Beneficios

- Humaniza tu marca y genera empatía inmediata.
- Permite que las personas entiendan tu por qué y tu para qué.
- Crea una conexión emocional más profunda, que fideliza más allá de la venta.
- Facilita que nuevos seguidores entiendan rápido quién eres y qué ofreces.



Errores

- Contar la historia en tono de “biografía” en lugar de hacerlo vivencial o emocional.
- No incluir imágenes o videos reales del proceso o del equipo.
- Hacerlo demasiado largo o sin estructura.
- Olvidar incluir un CTA (por ejemplo, invitar a conocer el catálogo o seguirte).

ESTRUCTURA

Intro cercana.

Ejemplo: "He visto muchas caras nuevas por aquí y quiero contarte cómo nació este proyecto."

HISTORIA 1

Storytelling (contexto).

Cuenta el momento clave: cómo, cuándo o por qué nació tu marca o servicio.

HISTORIA 2 o +

Propósito y valores.

Explica el "para qué": qué te mueve, cuál es el impacto que quieres generar.

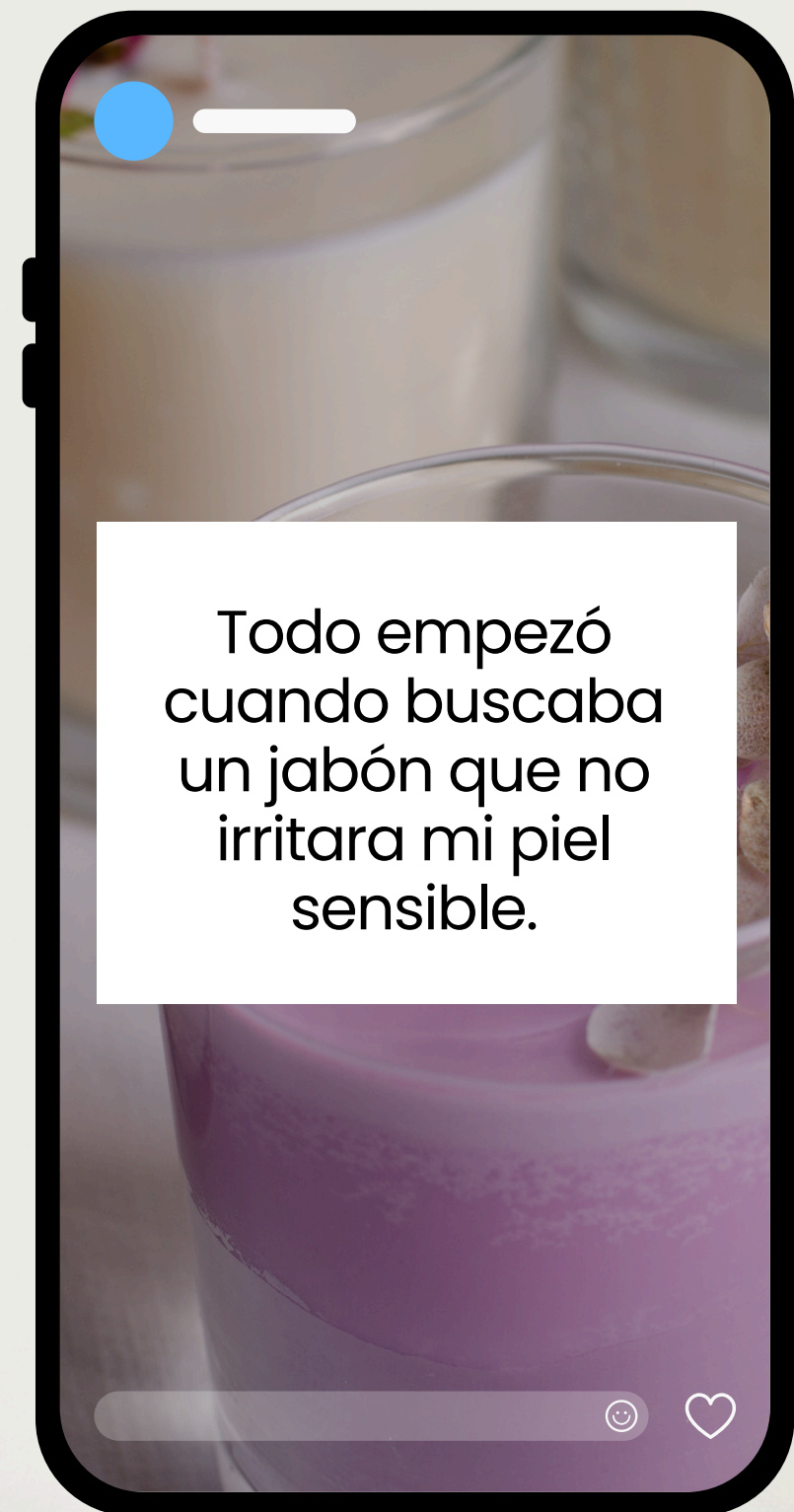
HISTORIA 3

Llamado a la acción (CTA)

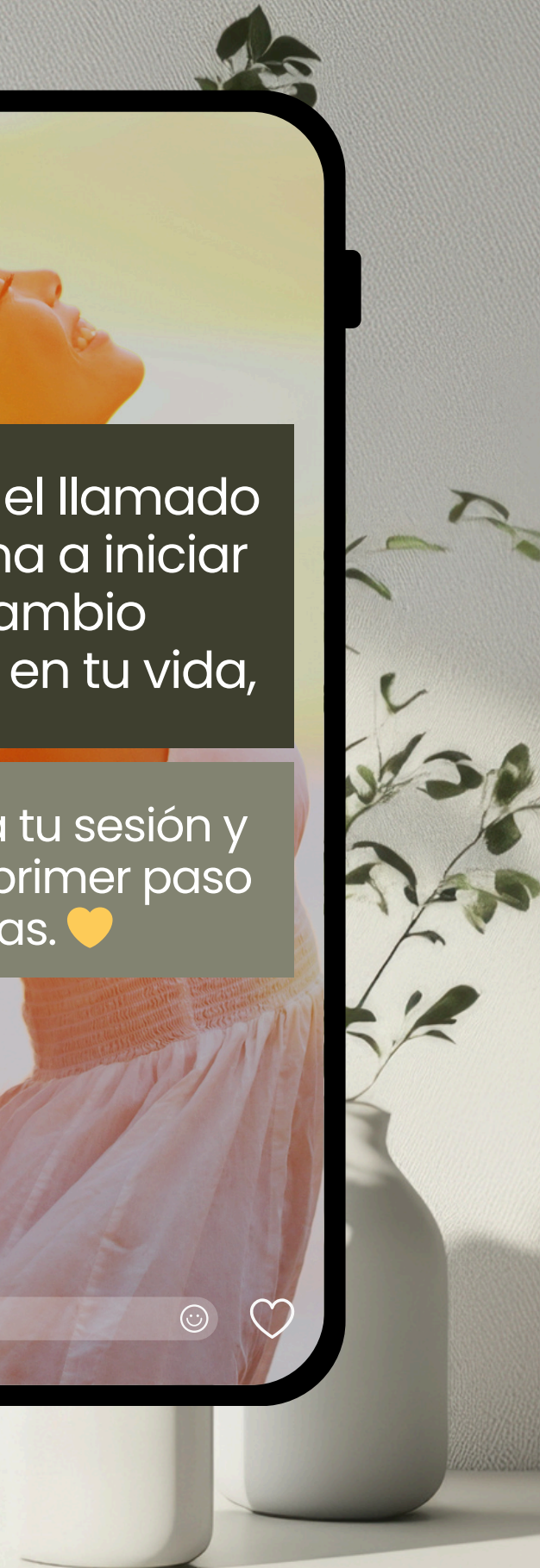
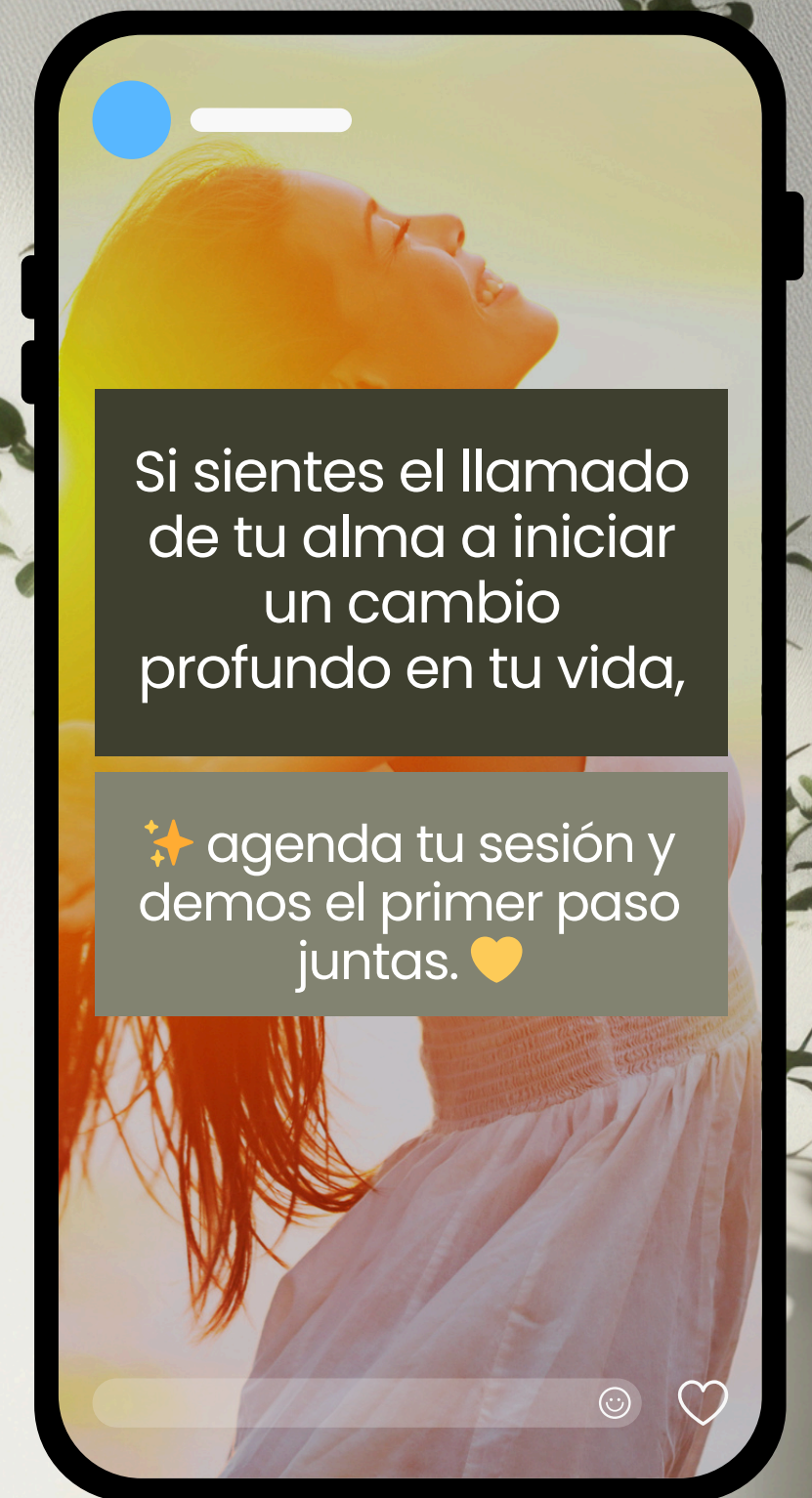
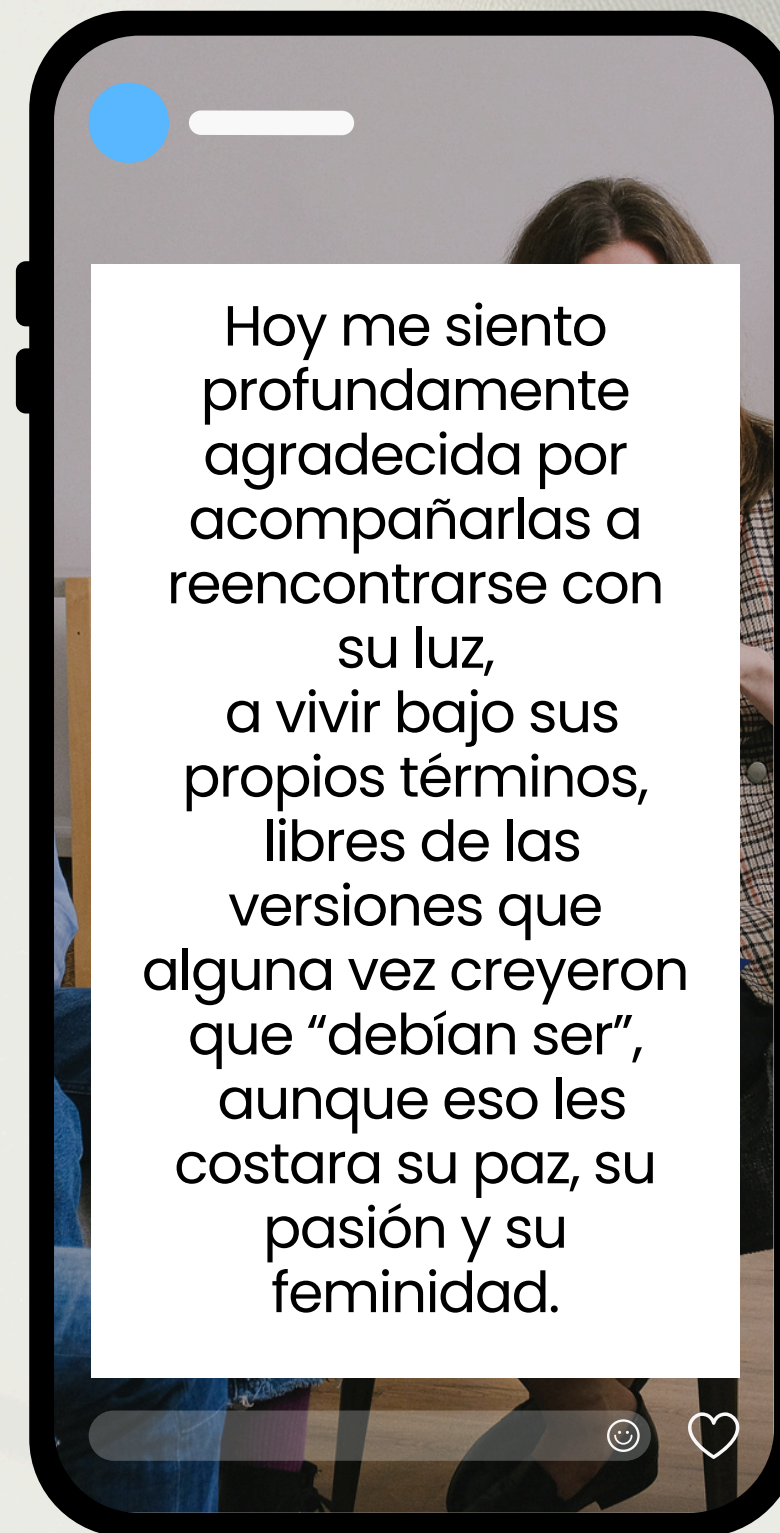
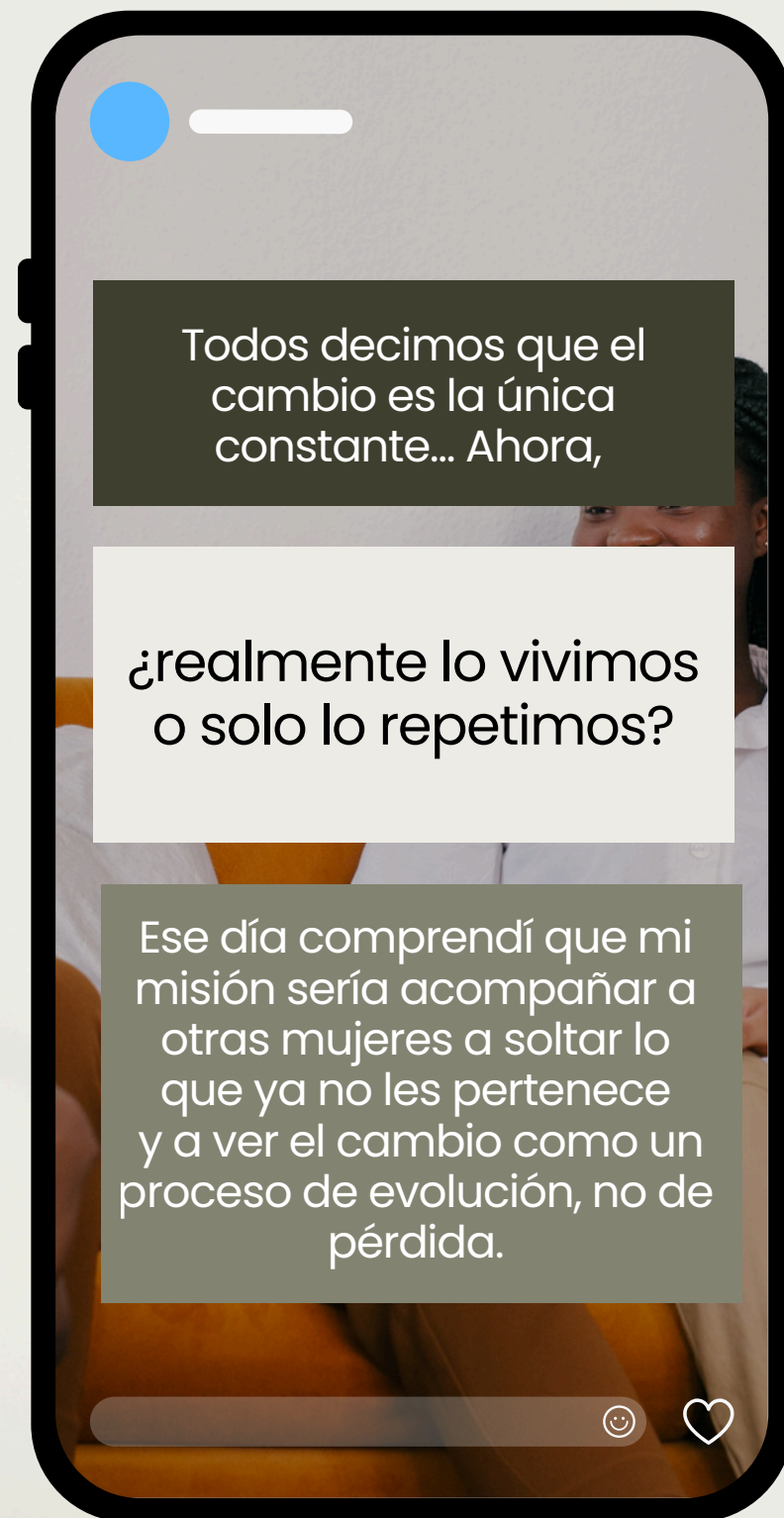
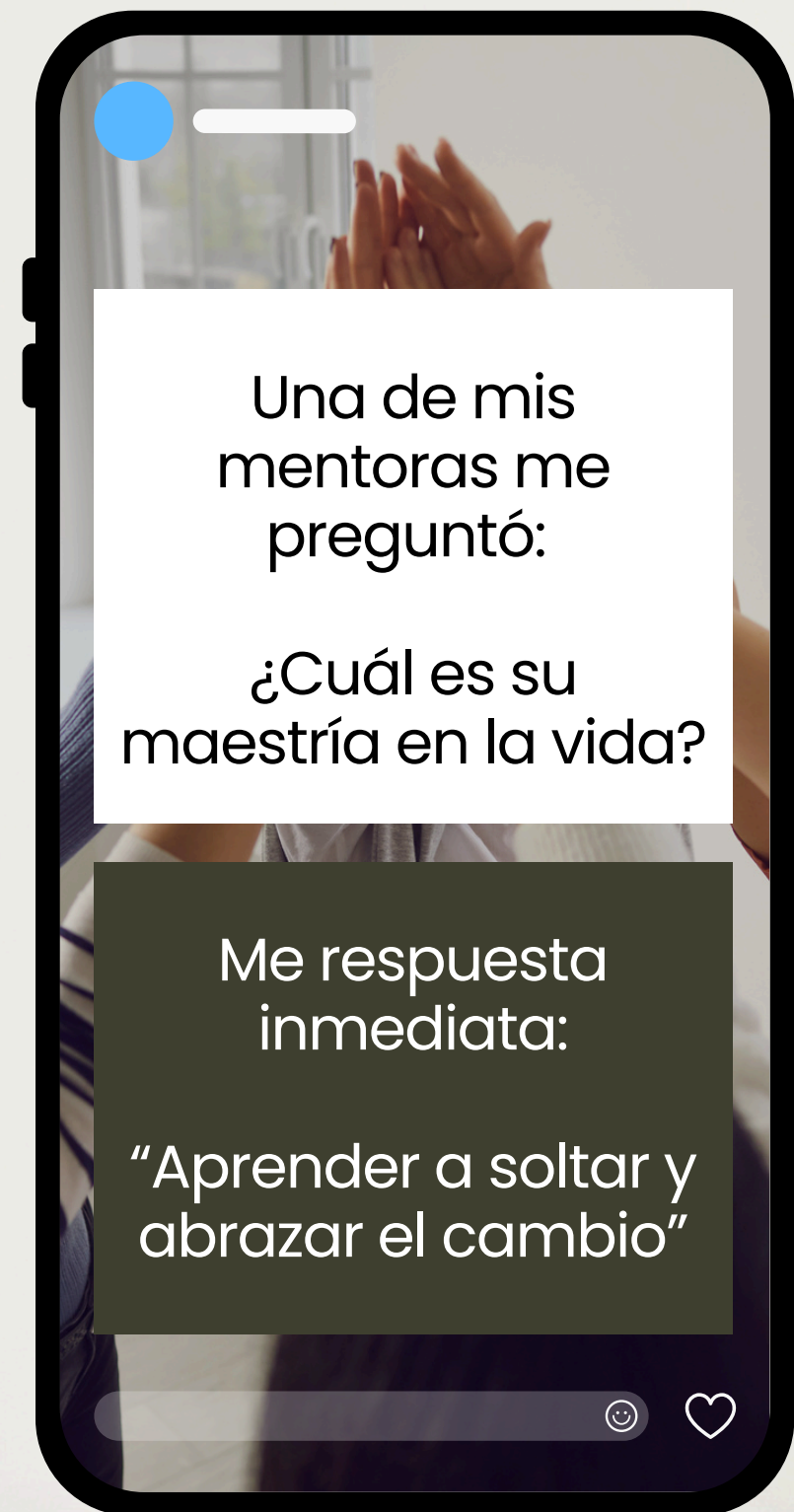
Invita a conocer más: "Si aún no has probado nuestras creaciones / servicios, te invito a hacerlo hoy 🌟."

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO





Crear conversación directa con tu comunidad, resolviendo dudas reales que fortalecen la confianza, aumentan la interacción y abren puertas a la venta natural.



¿Cuándo usarla?

- Cuando desees escuchar a tu comunidad y entender qué necesitan o qué les cuesta más.
- Antes o durante un lanzamiento, para detectar objeciones o curiosidades sobre tus productos/servicios.
- Cuando buscas aumentar la interacción y la cercanía en tu perfil.



Beneficios

- Genera notificaciones directas y visibilidad personalizada.
- Permite responder dudas individuales, creando sensación de atención 1:1.
- Aumenta la confianza y el interés por tus servicios o productos.
- Funciona como contenido de valor y espacio de venta suave.



Errores

- No poner un CTA o link en las respuestas.
- Responder de forma fría o impersonal.
- Hacer la dinámica sin consistencia (pierde efectividad si se usa esporádicamente).
- Dejar la cajita sin seguimiento o sin mostrar respuestas.

ESTRUCTURA

Intro y apertura del diálogo.

Ejemplo: "Abrí esta cajita para resolver dudas sobre *cómo resolver las principales objeciones de ventas de tus P/S.*"

¿Qué te gustaría saber?"

HISTORIA 1

Cajita de preguntas.

Anima a responder: "Cuéntame, ¿qué es lo que más te cuesta con [tema]? Prometo responder todas 🌟."

HISTORIA 2 o +

"Impulso"

Crea una historia que haga que las personas se devuelvan a preguntar.

Ejemplo:
Si no contestaste es porque ya tienes dominadas las objeciones en tu empresa, sino es así, devuélvete y aprovecha esta oportunidad.

HISTORIA 3

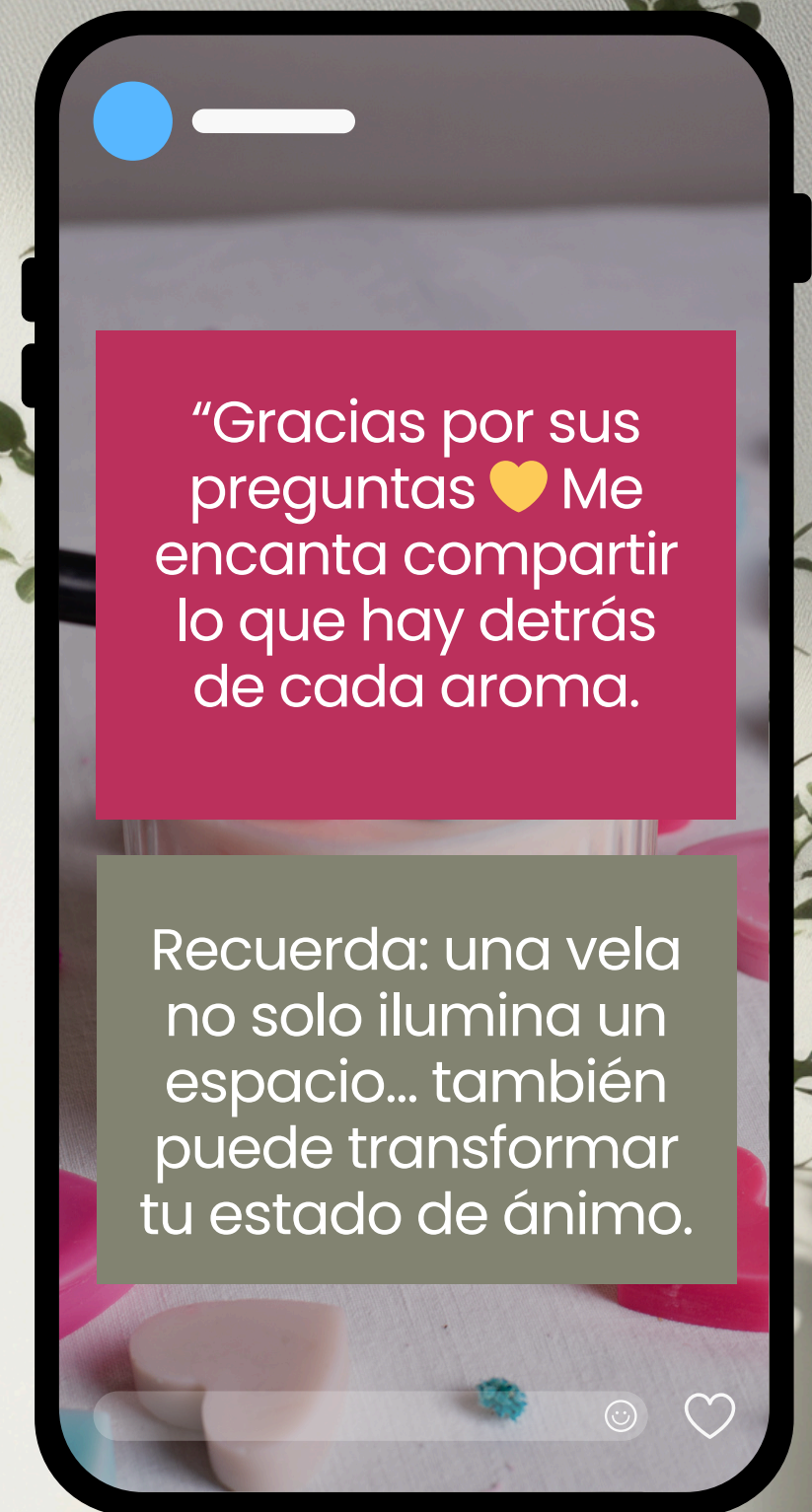
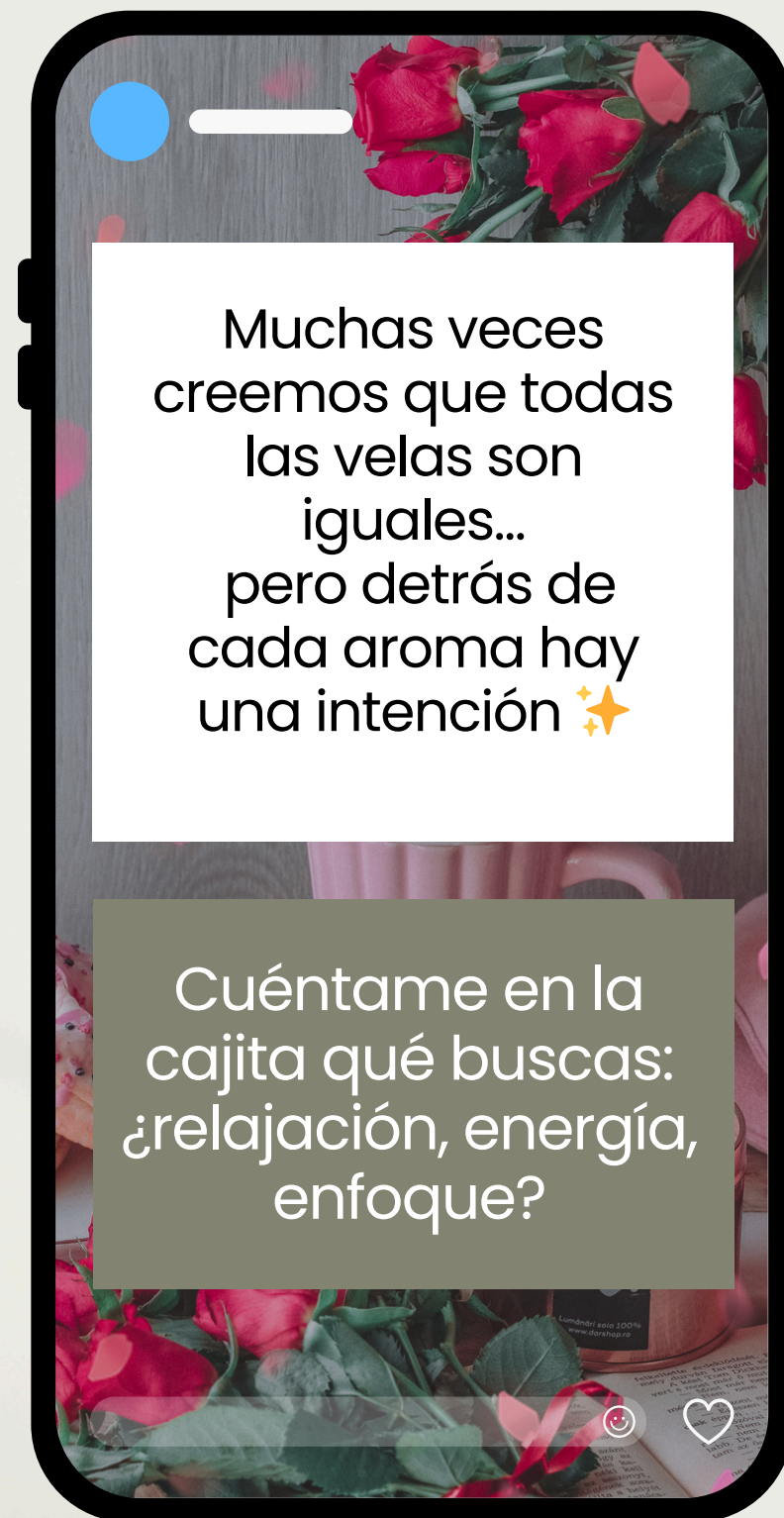
Respuestas (1 por historia)

Muestra la pregunta + tu respuesta breve.

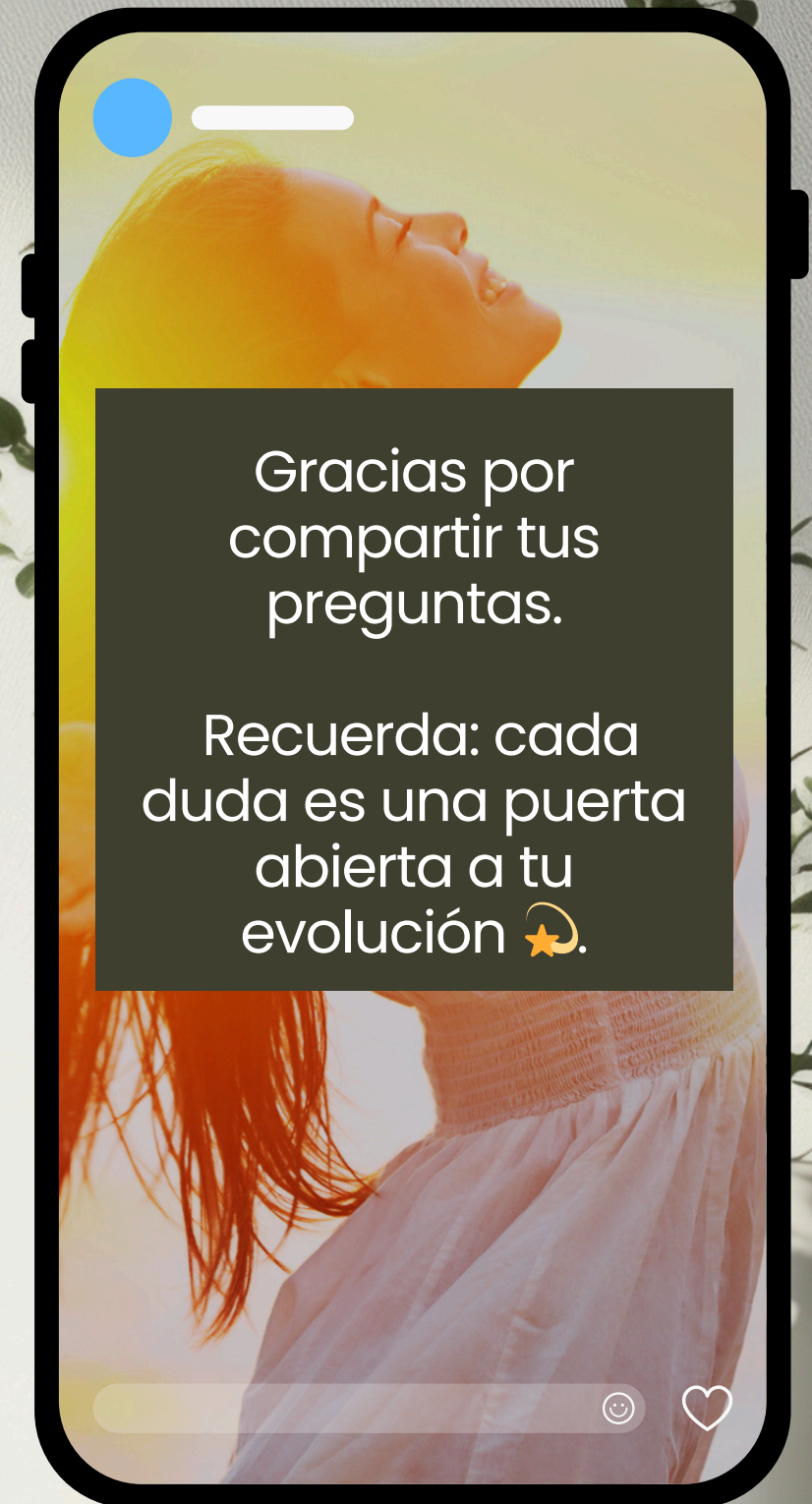
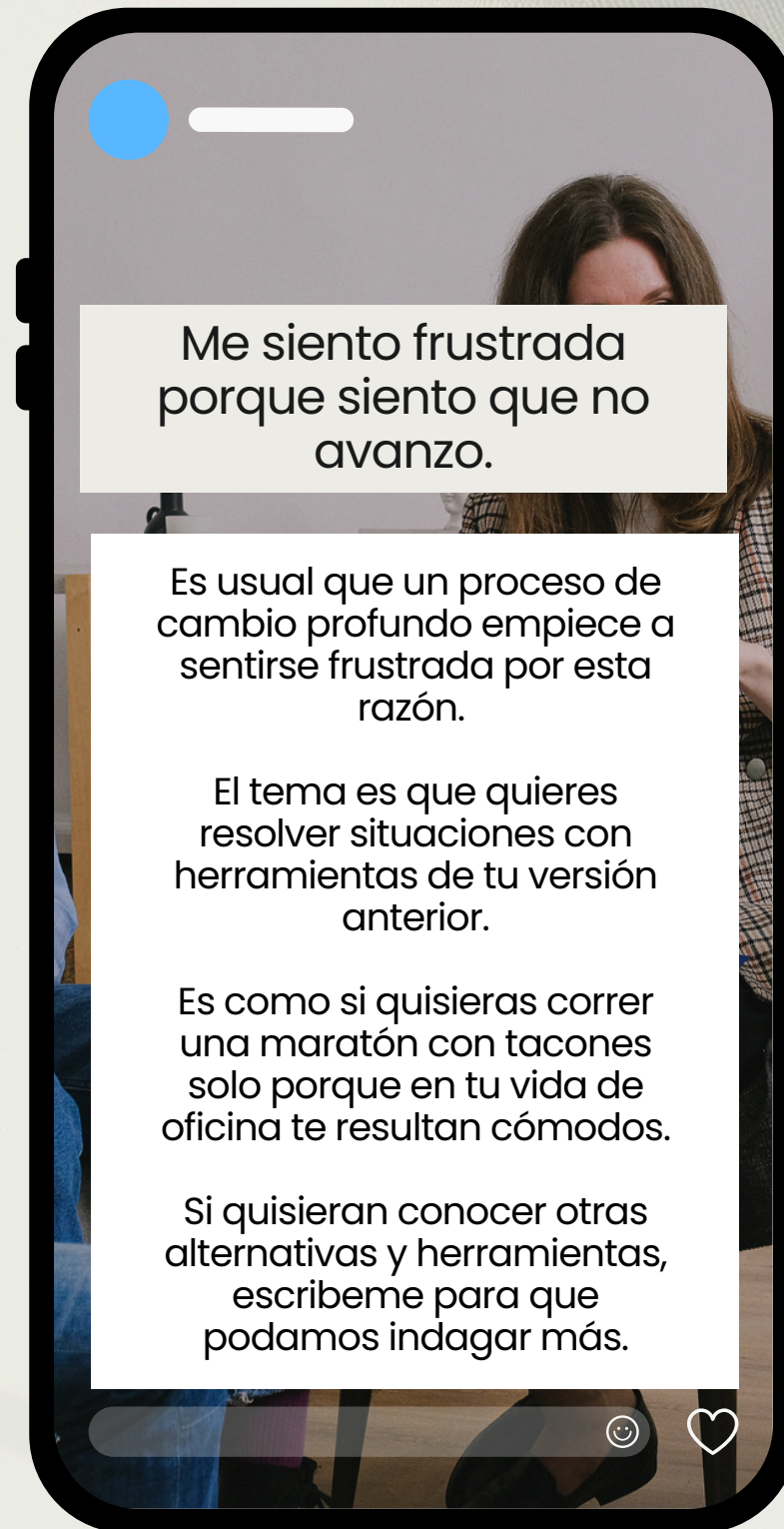
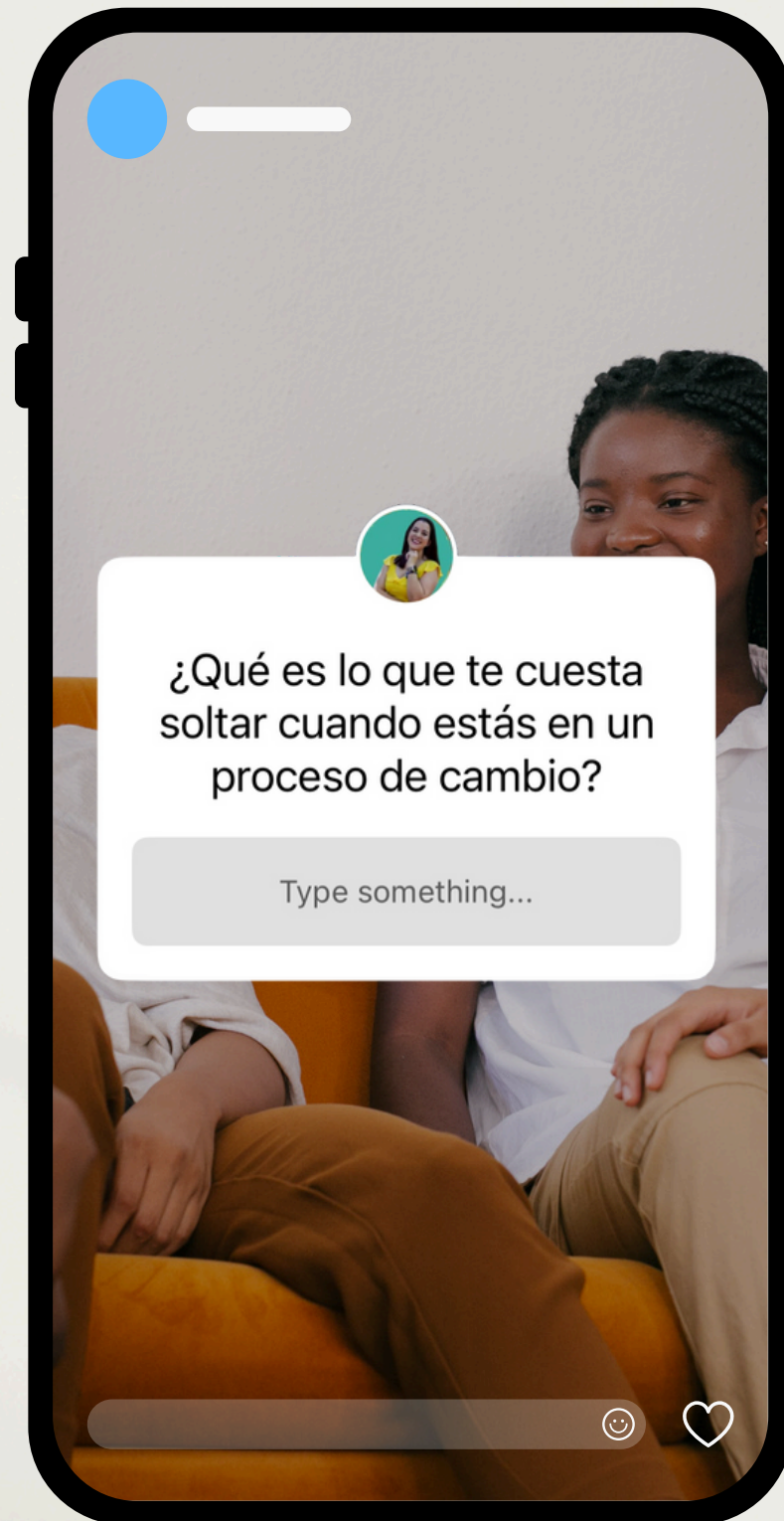
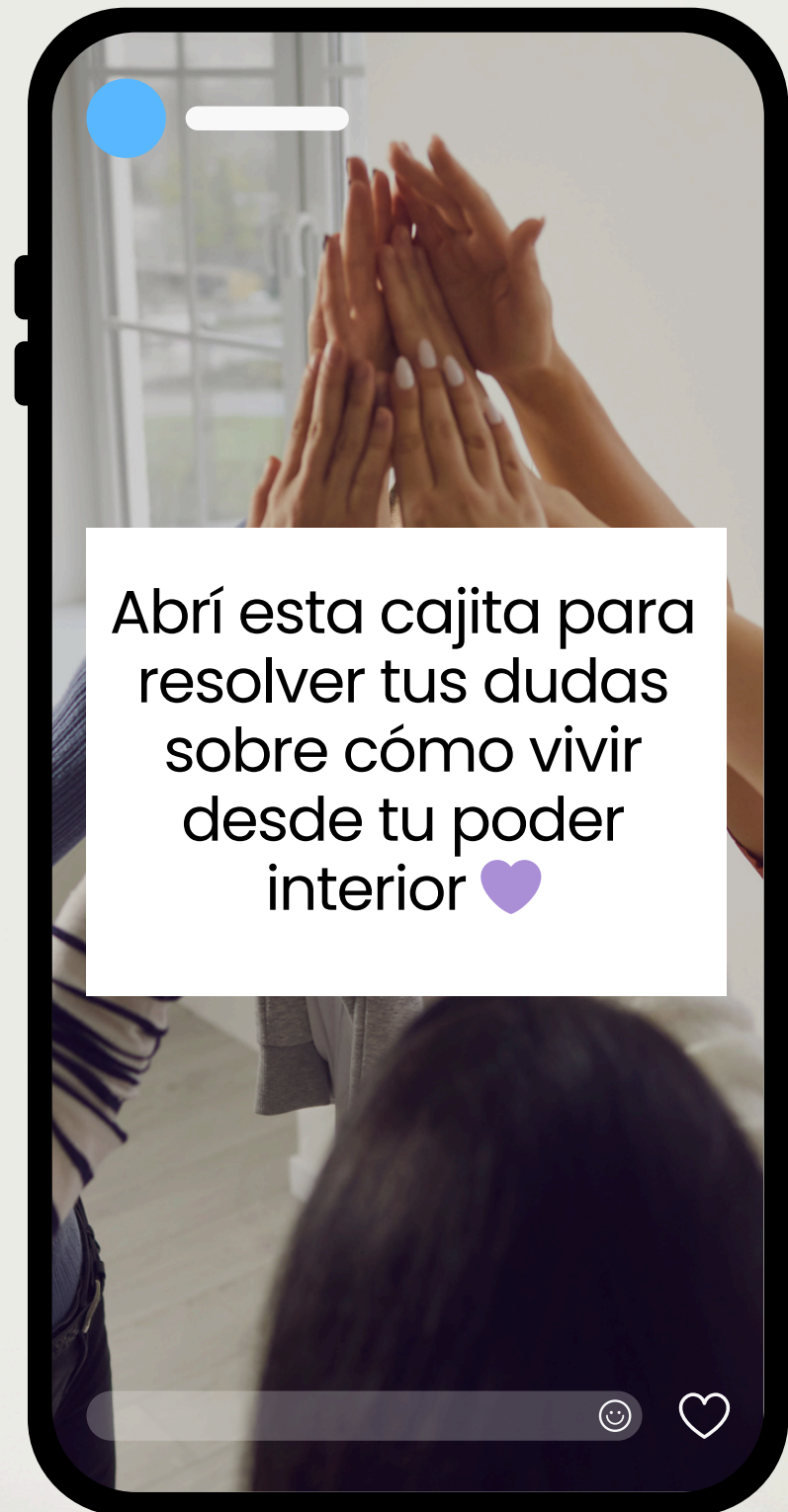
Agrega un CTA: "Te dejo el enlace si quieres profundizar en este tema / agendar una sesión / ver el taller completo."

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO



MISTERIO

Despertar la curiosidad y emoción de tu audiencia antes de un lanzamiento, creando expectativa y conexión emocional que mantenga la atención hasta el momento clave.



¿Cuándo usarla?

- Antes de lanzar un nuevo producto o servicio.
- Cuando estás preparando un cambio importante en tu marca o colección.
- Para activar la emoción y curiosidad de tu comunidad, mostrando solo lo justo.
- En fases de “precalentamiento” para mantener a tu audiencia expectante y atenta.



Beneficios

- Aumenta el deseo y las ganas de saber más.
- Genera una conexión emocional porque las personas se sienten parte del proceso.
- Crea una expectativa positiva, facilitando las futuras ventas.
- Prepara mentalmente a tu comunidad para el lanzamiento.



Errores

- Revelar todo demasiado pronto.
- No tener un lanzamiento o acción concreta después (deja al público sin cierre).
- Usar mensajes confusos o sin coherencia con la esencia de la marca.
- No sostener la emoción con consistencia durante los días previos.

ESTRUCTURA

Intro/Contexto

Introduce brevemente el tema o dato curioso:

"¿Sabías que el 80% de las personas compra más de una vez a marcas que les hacen sentir escuchadas



HISTORIA 1

Encuesta 1

Pregunta sencilla que invite a responder:

"¿Te guías más por el aroma o por el diseño cuando elegís una vela?"

HISTORIA 2

Encuesta 2+

Profundiza un poco más:

"¿Preferís aromas dulces o frescos?"

HISTORIA 3+

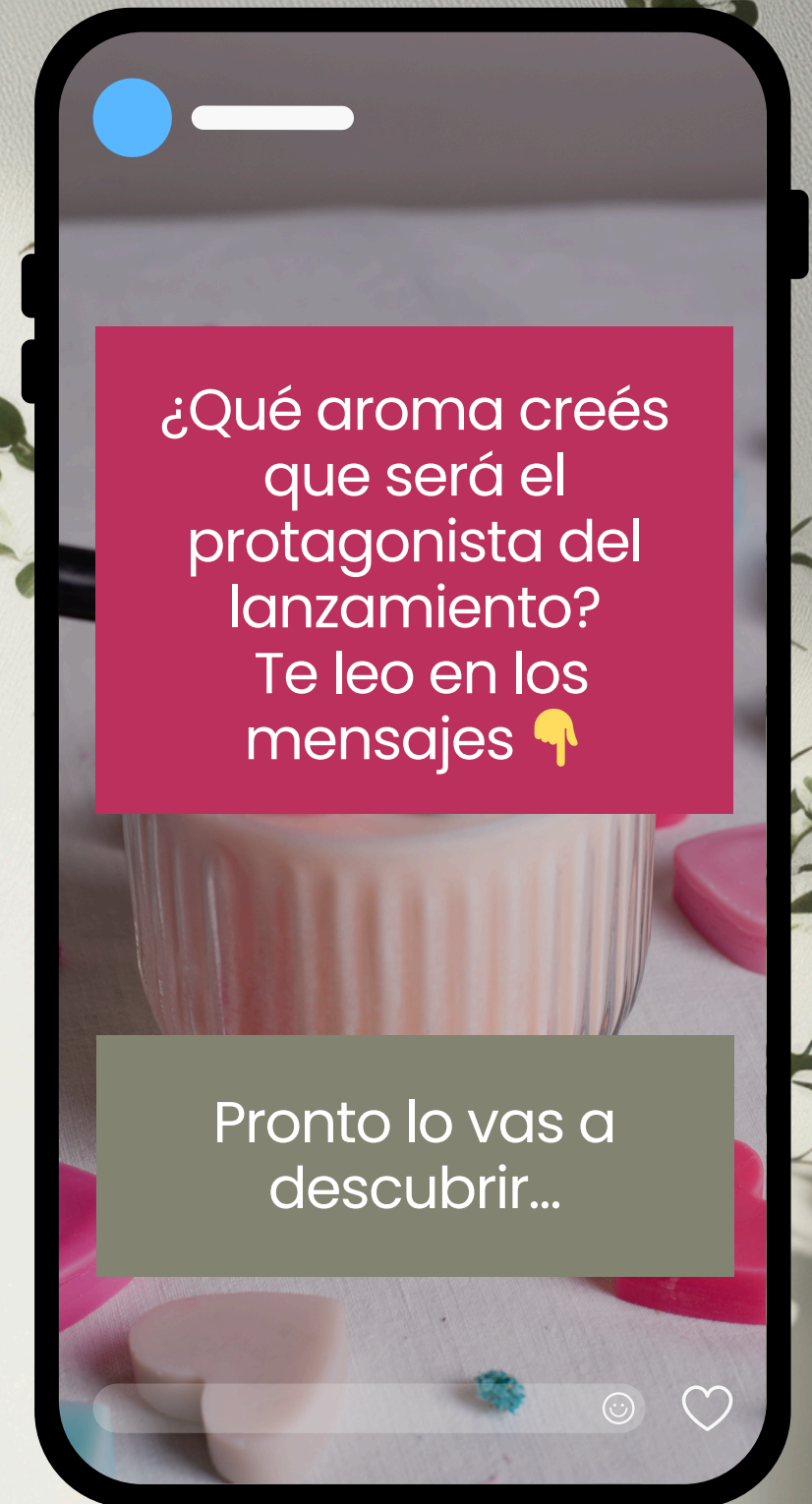
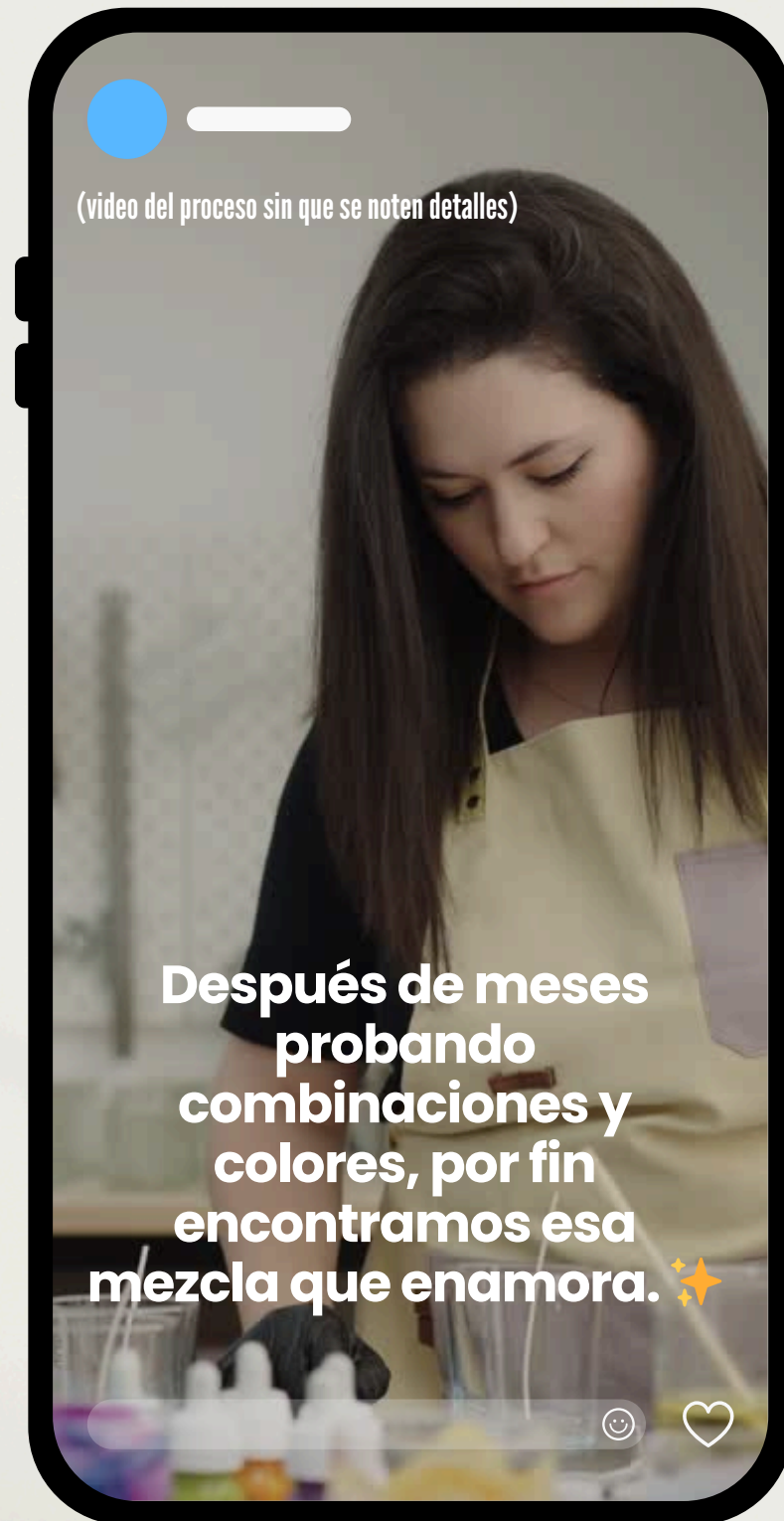
Cierre

Agradece y genera expectativa:

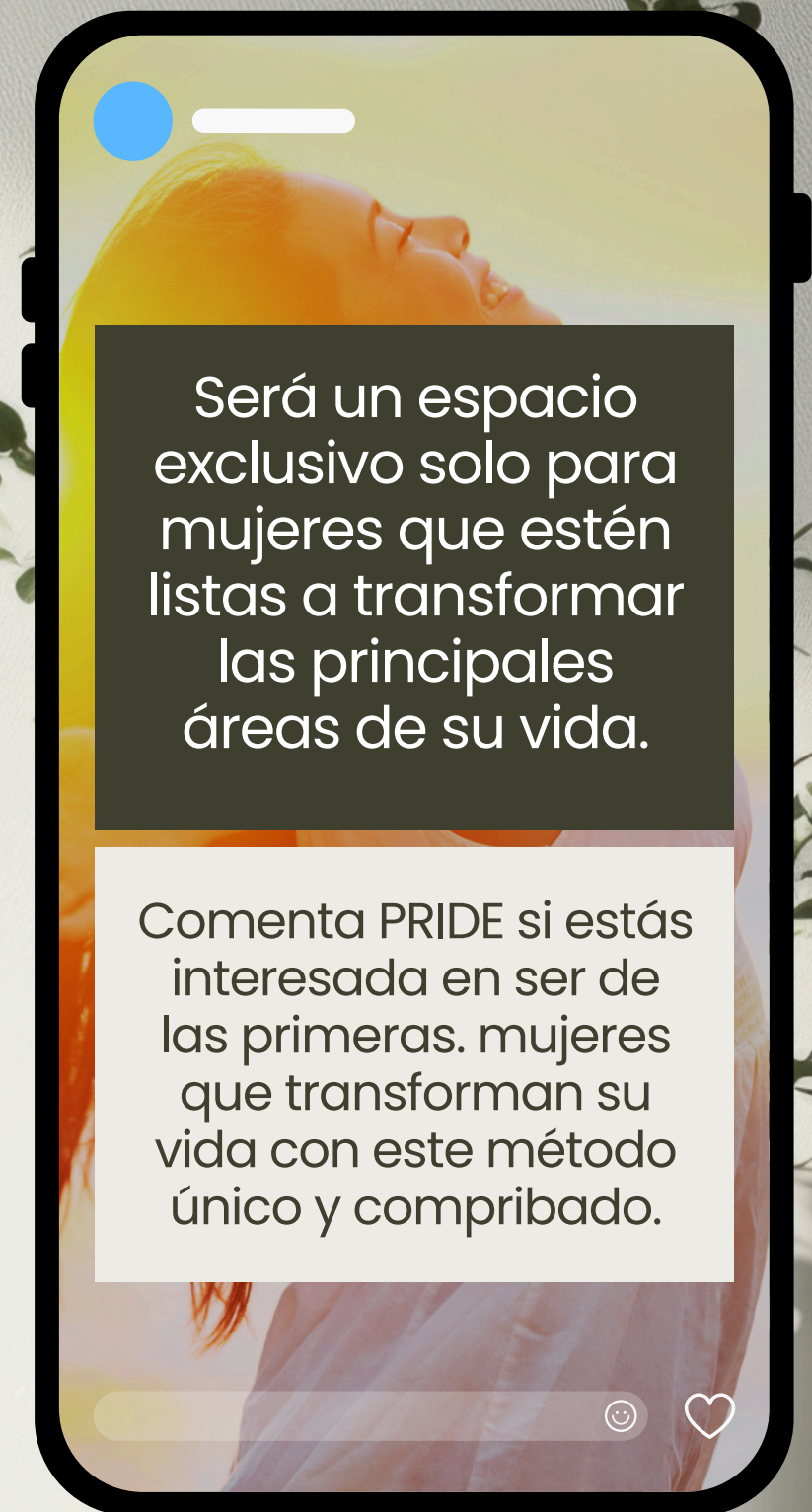
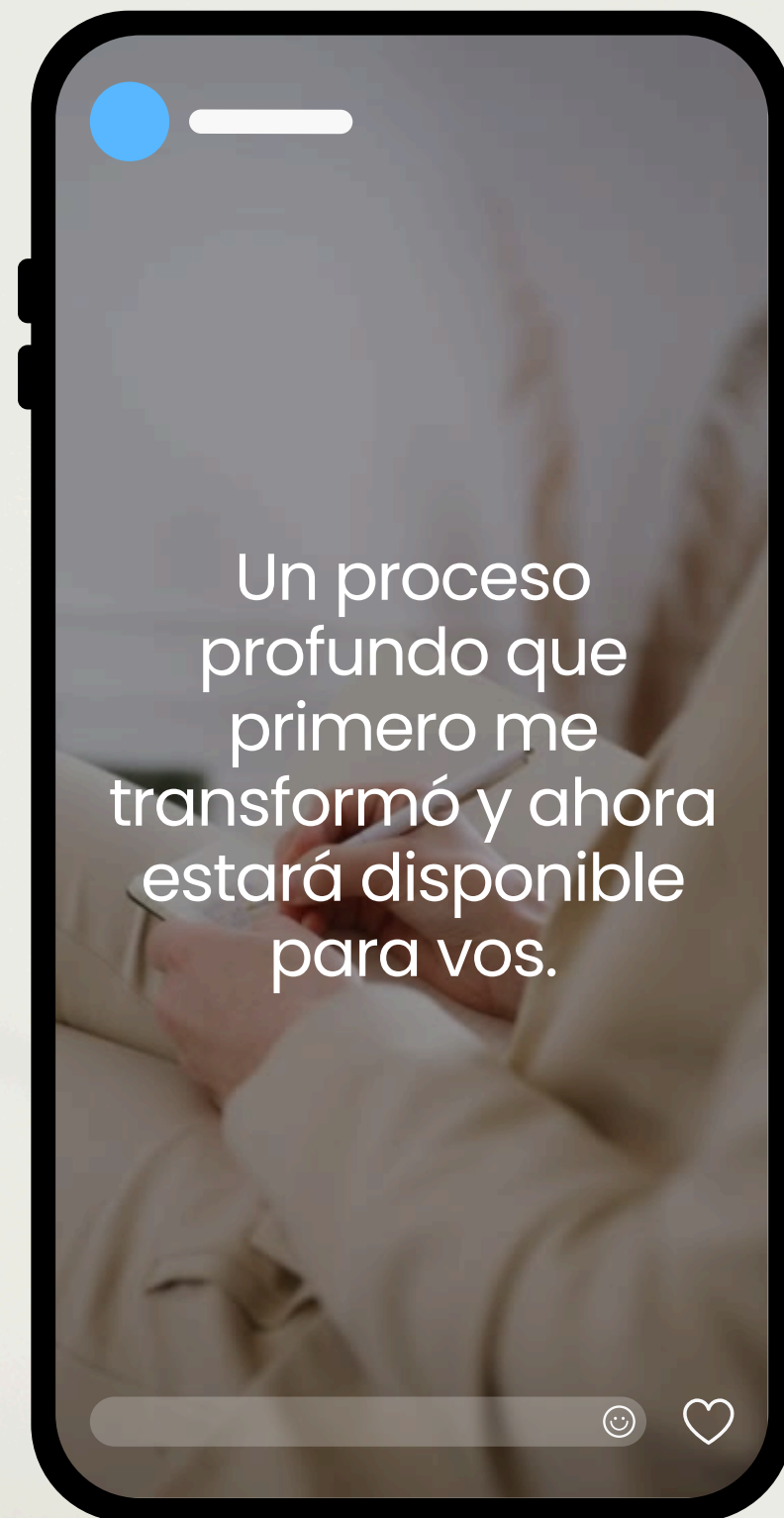
"Gracias por responder 🕯️. Pronto vas a entender por qué te lo pregunté 🙄."

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO



ESCUCHA

Encuestas

Escuchar a tu audiencia, conocer sus intereses y necesidades, mientras generas interacción y construyes una relación más cercana con potenciales clientes.



¿Cuándo usarla?

- Cuando desees aumentar la interacción y conocer mejor a tu público.
- Antes de lanzar un producto o servicio para validar ideas o detectar objeciones.
- Durante la fase de calentamiento o de creación de comunidad.
- Para mantener el algoritmo activo con contenido participativo.



Beneficios

- Fortalece el vínculo al dar voz a la comunidad.
- Te da información valiosa para ajustar tu comunicación y productos.
- Aumenta la interacción orgánica y el alcance de tus historias.
- Te posiciona como alguien que escucha y responde, no solo vende.



Errores

- Hacer encuestas sin propósito ni seguimiento.
- Usar preguntas muy largas o poco claras.
- No mostrar los resultados o conclusiones.
- Hacer encuestas solo por moda, sin conectar con los objetivos del negocio.

ESTRUCTURA

Intriga inicial

Comparte algo que despierte curiosidad:

"Hay algo nuevo naciendo... y no puedo esperar para contarte 🌟."

HISTORIA 1

Detrás de escenas.

Muestra una parte del proceso (sin revelar todo):

"Estoy preparando algo que cambiará la forma en que vivimos [tema del producto/servicio]."

HISTORIA 2 o +

Anticipación emocional.

Habla de lo que viene en términos de transformación o beneficio:

"Esto nace del corazón, para acompañarte a [resultado deseado]."

HISTORIA 3

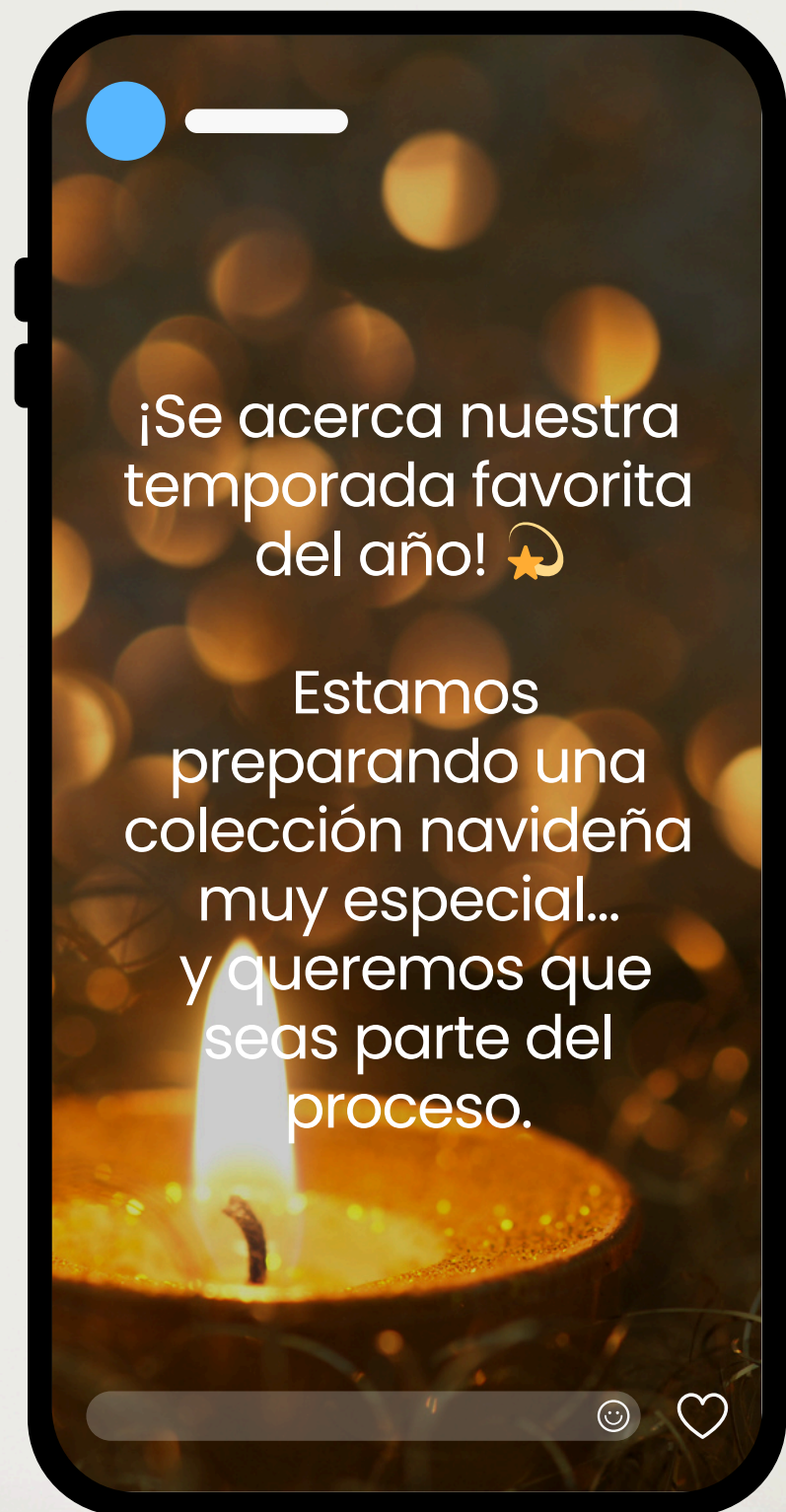
Llamado a la acción sutil.

Invita a sumarse o estar atentos:

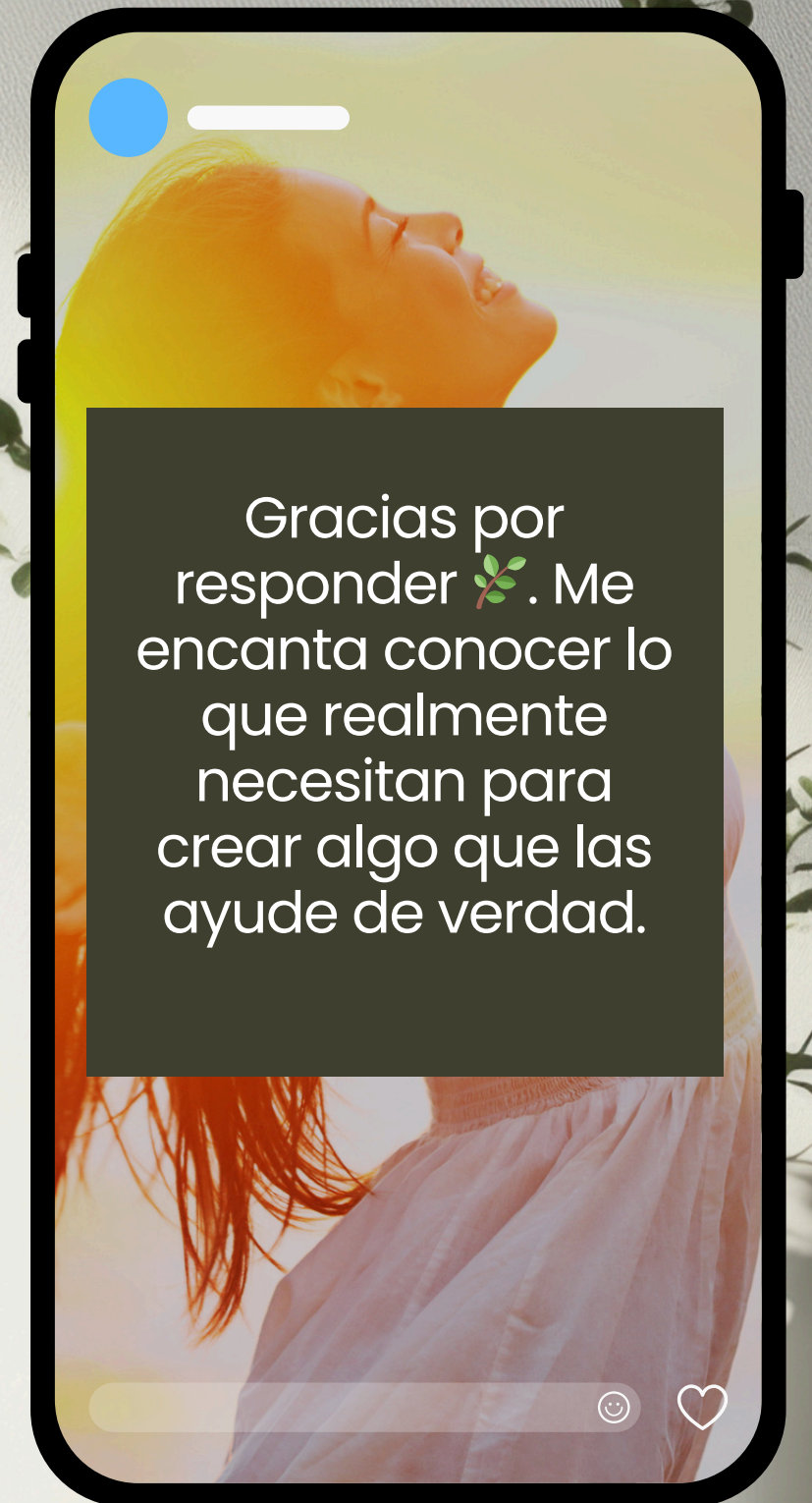
"Si querés ser de las primeras en enterarte, estate pendiente de mis stories de mañana 🌱."

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO



TESTIMONIOS

Mostrar resultados reales y experiencias positivas para generar confianza, credibilidad y deseo de vivir esa misma transformación o satisfacción.



¿Cuándo usarla?

- Durante una campaña activa de ventas o promoción.
- Después de una entrega o finalización de servicio, para reforzar credibilidad.
- En momentos donde quieras recordar a tu comunidad el impacto de tu trabajo o producto.
- Como parte de la rutina semanal de contenido, idealmente al menos una vez por semana.



Beneficios

- Refuerza la confianza y la seguridad del cliente potencial.
- Muestra resultados de manera auténtica y emocional.
- Aumenta la conversión al generar prueba social.
- Humaniza la marca mostrando satisfacción real.



Errores

- Publicar testimonios sin contexto o historia detrás.
- Olvidar incluir un CTA o el link de compra/agendamiento.
- Usar textos muy largos o poco legibles.
- Publicar solo una vez, en lugar de hacerlo de forma constante.

ESTRUCTURA

Introducción

Tenía que
compartirte este
mensaje que me
llegó 🗨️ ✨

HISTORIA 1

Contexto/ Storytelling

Explica brevemente
quién es el cliente o
la situación inicial.

HISTORIA 2 o +

Testimonio

Muestra el mensaje
del cliente, captura o
cita textual (usa
fondo limpio y
legible).

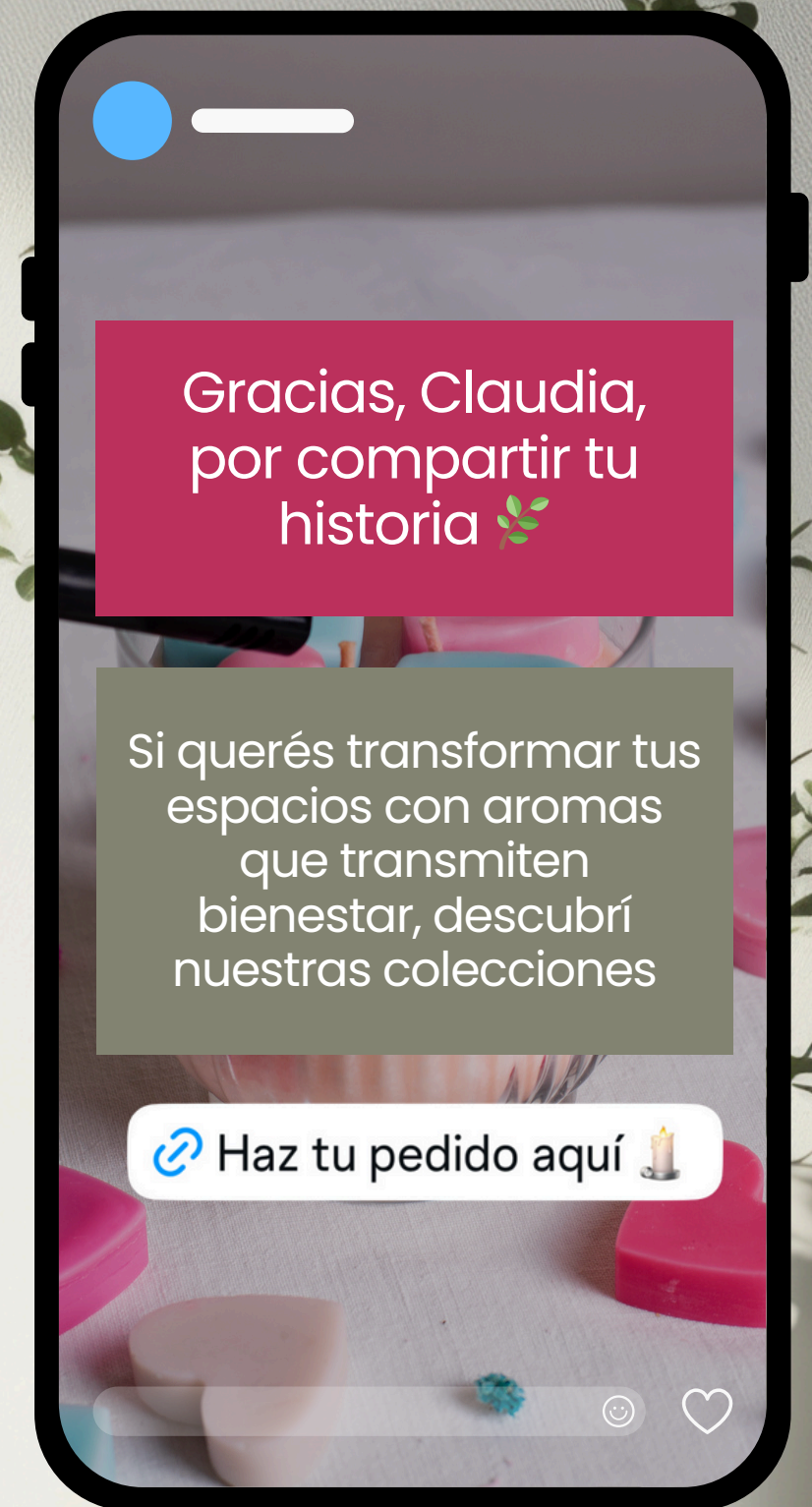
HISTORIA 3

Llamado a la acción.

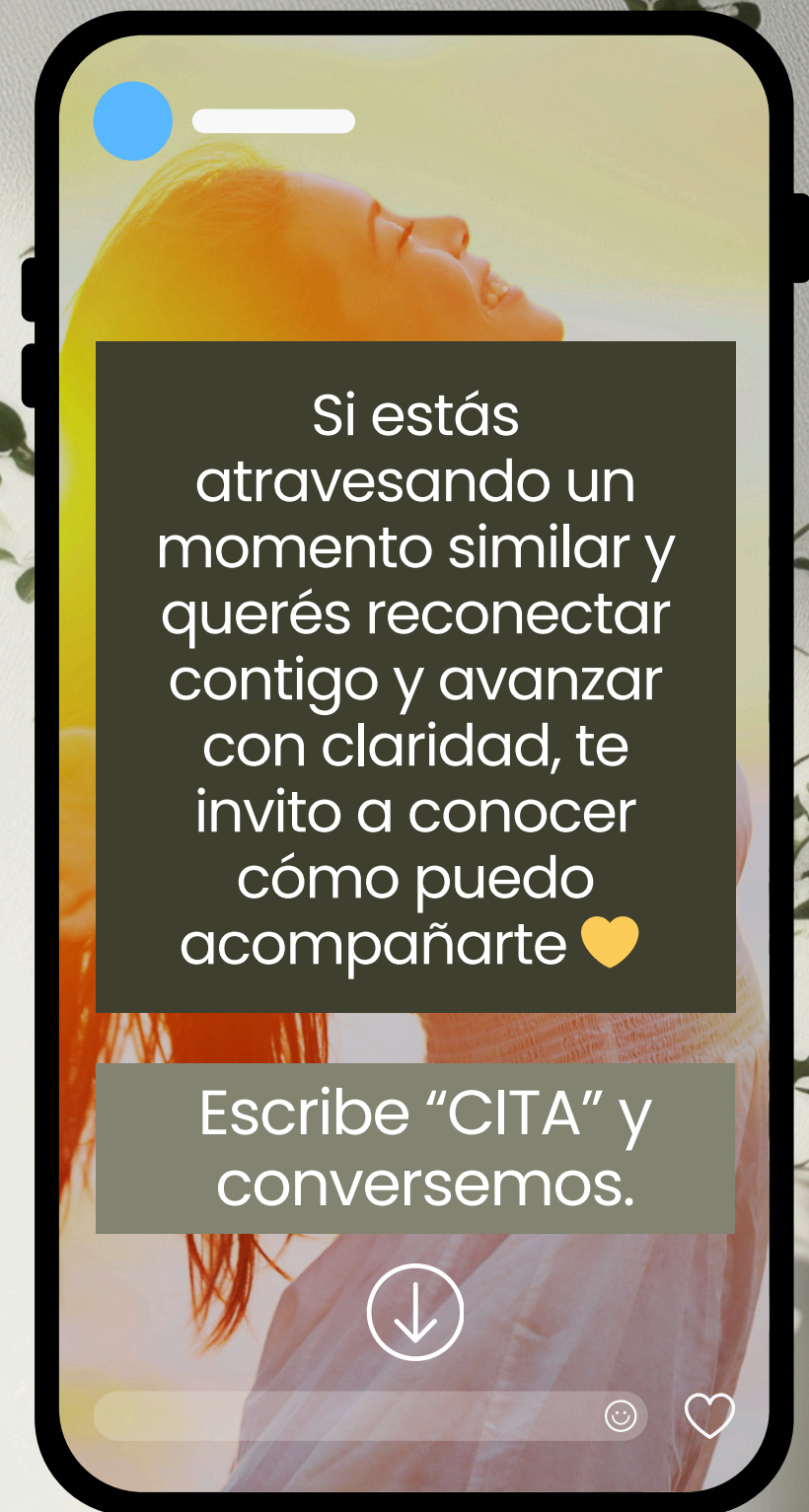
Invita desde la
inspiración:
"Si querés vivir una
experiencia así, te
dejo el enlace para
conocer más 🧡.

HISTORIA 4

EJEMPLO: PRODUCTO



EJEMPLO: SERVICIO



El ABC de las Historias Destacadas



¿Qué son y por qué importan?

- Son la primera impresión visual cuando alguien visita tu perfil.
- Funcionan como un mini sitio web dentro de Instagram: resumen quién eres, qué ofreces y cómo pueden comprarte o contactarte.
- Permanecen fijas, por eso deben reflejar tu identidad, tono y propósito.

¿Cuáles sí debes tener? (las indispensables)

💡 Piensa en ellas como las secciones de tu página principal.



- Sobre mí / Nosotros:
 - Presenta la historia, misión y valores de tu marca.
- Productos o servicios:
 - Muestra lo que ofreces, con precios o beneficios principales.
- Testimonios / Clientes felices:
 - Prueba social = confianza.
- Preguntas frecuentes:
 - Resuelve dudas comunes de forma práctica.
- Contacto / Cómo comprar:
 - Explica paso a paso cómo adquirir tus productos o reservar tus servicios.
- Promociones o novedades:
 - Actualízala con campañas o lanzamientos.
 -
- Opcional, según el tipo de marca:
 - Detrás de cámaras: humaniza mostrando el proceso.
 - Tips o valor: educación y autoridad.
 - Tiendas físicas: dirección y horario de atención.



¿Qué no incluir?

- ❌ Historias sin propósito (fotos sin contexto, eventos viejos, memes).
- ❌ Contenido personal que no aporte valor a la marca.
- ❌ Promociones vencidas o productos discontinuados.
- ❌ Stories duplicadas o repetitivas (satura y desordena visualmente).



Claves para destacar (literalmente)

- ✓ Diseño coherente: usa tus colores, tipografías y estilo visual.
- ✓ Portadas limpias y legibles: reflejan profesionalismo.
- ✓ Orden estratégico: empieza con las historias más relevantes para nuevos visitantes.
- ✓ Actualización constante: elimina o renueva cada 2–3 meses.
- ✓ Contenido de conexión: cada historia debe tener un propósito: informar, inspirar o convertir.

**Crea tu plan
semanal de
historias**

Preguntas Frecuentes

Estrategia y objetivos

- ¿Cuántas historias debo subir al día?
- ¿A qué hora es mejor publicarlas?
- ¿Debo planificar las historias o hacerlas espontáneas?
- ¿Cómo sé qué tipo de historia usar cada día?
- ¿Puedo repetir las mismas secuencias o temas?

Aspectos técnicos y prácticos

- ¿Qué herramientas puedo usar para diseñar historias?
- ¿Puedo usar música o reels en historias sin problemas de derechos?
- ¿Qué hago si no tengo tiempo para subir historias todos los días?
- ¿Cómo leo las estadísticas correctamente?
- ¿Cuánto tiempo duran los resultados en las historias?

Contenido y creatividad

- ¿Qué hago si no sé qué publicar?
- ¿Es mejor hablar frente a cámara o usar solo imágenes?
- ¿Qué duración deben tener las historias?
- ¿Cómo logro que las personas vean mis historias hasta el final?
- ¿Qué tipo de historias generan más interacción?

Mentalidad y presencia digital

- ¿Y si me da vergüenza salir en cámara?
- ¿Qué pasa si siento que nadie ve mis historias?
- ¿Cómo evito que las historias se vean “forzadas” o muy de venta?
- ¿Puedo usar las historias para vender directamente?
- ¿Cuánto tiempo necesito para ver resultados?

GRACIAS