

GUÍA PARA ARMAR GUIONES DE VIDEO

Reels · TikTok · Carruseles en video · Stories

La estructura que usamos en Mantra para crear videos que **retienen la atención desde el primer segundo.**



Hook de alto impacto



Plantilla editable



Ejemplos reales



Checklist antes de grabar



03

LA ESTRUCTURA QUE FUNCIONA

Todo video de redes que convierte sigue este arco:



05

PLANTILLA PARA ESCRIBIR UN GUION

TEMA DEL VIDEO
¿De qué trata tu video?

OBJETIVO
¿Qué quieres que haga el espectador al terminar de ver?

HOOK
Los primeros 3 segundos
¿Qué frase o imagen va a captar la atención?

DESARROLLO
¿Qué problema o contexto vas a mostrar?

SOLUCIÓN / VALOR
¿Qué vas a enseñar o mostrar?

06

CHECKLIST ANTES DE GRABAR

- ☐ Luz
- ☐ Audio
- ☐ Plano
- ☐ Fondo limpio
- ☐ CTA preparado
- ☐ Texto en pantalla
- ☐ Subtítulos
- ☐ Música
- ☐ Miniatura
- ☐ Revisar duración
- ☐ El primer frame genera curiosidad
- ☐ ¿Podría entenderse aunque esté sin sonido?

Grabar bien empieza mucho antes de apretar REC.



DESCARGA GRATUITA

Mantra Comunicación y Marketing



ÍNDICE

01



¿POR QUÉ NECESITÁS UN GUIÓN?

Pág. 03

02



EL HOOK: LOS PRIMEROS 3 SEGUNDOS

Pág. 04

03



LA ESTRUCTURA COMPLETA DEL VIDEO

Pág. 05

04



LAS DOS CAPAS DEL CONTENIDO

Pág. 06

05



PLANTILLA PARA ESCRIBIR TU GUIÓN

Pág. 07

06



CHECKLIST ANTES DE GRABAR

Pág. 06

07



EJEMPLO COMPLETO DEL GUIÓN

Pág. 08

¡Hola!

Gracias por descargar esta guía.

Si alguna vez te pasó que grabaste un video, lo editaste y sentiste que “le faltaba algo”, probablemente no era un problema de edición.

Era un problema de estructura.

Esta guía te va a ayudar a ordenar tus ideas antes de prender la cámara, para que cada video que crees tenga intención, valor y resultados.



Potenciá tu trabajo con las **plantillas profesionales de Mantra**

Recursos listos para editar en Canva que te ahorran tiempo y te hacen ver más profesional.

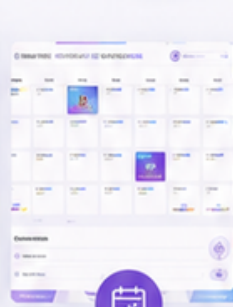
 **CONOCELAS EN**
agenciamantra.com.ar/tienda



BRIEF



ESTRATEGIA DE IG EN CANVA



CALENDARIO DE CONTENIDOS



PRESENTACIÓN PROFESIONAL



PLANTILLA DE PRESUPUESTO





03 PARTE 1

¿POR QUÉ NECESITÁS UN GUIÓN?



Improvisar frente a la cámara parece más natural. Pero en la práctica genera videos más largos, con ideas desorganizadas y sin un punto de llegada claro.

El espectador lo siente y se va.

Un guión no significa hablar como robot. Significa saber exactamente **qué decís en cada segundo** para no desperdiciar la atención de nadie — incluyendo la tuya.

“

Un buen guión no te limita.
Te da libertad para ser más claro, más directo y más profesional.

”

LOS VIDEOS QUE FUNCIONAN EN REDES

TIENEN SIEMPRE LA **MISMA ESTRUCTURA**, AUNQUE NO LO PAREZCA:



01

UN GANCHO

que detiene el scroll en los primeros 3 segundos.



02

UN DESARROLLO

que genera valor o tensión.



03

UN CIERRE

que lleva a una acción concreta.





04 PARTE 2

EL HOOK: LOS PRIMEROS 3 SEGUNDOS

El hook es el elemento más importante del video.
Si los primeros 3 segundos no capturan la atención,
el resto no importa.



¿POR QUÉ ES CLAVE?

El algoritmo mide cuánta gente sigue
mirando después del segundo 3.
Si la tasa cae rápido,
el video no se distribuye.



¿QUÉ HACE UN BUEN HOOK?

- ✓ Habla del problema o del deseo del espectador, no del creador.
- ✓ Genera curiosidad, tensión o identificación inmediata.
- ✓ Tiene un elemento visual en el primer frame — no solo narración.
- ✓ Es específico, no genérico.



Regla de oro:

el hook habla del espectador,
no de vos.

"Hoy te voy a mostrar" no es un hook —
es una introducción. El hook empieza
en el problema o en la curiosidad del otro.

LOS 5 TIPOS DE HOOK QUE MÁS FUNCIONAN

01



EL HOOK DE ERROR PROPIO

Contás algo que te salió mal.
Genera identificación inmediata
porque el espectador siente
que no está solo.

Ejemplo

"Arranqué a trabajar con un cliente
sin hacer el brief primero. Tuve que
rehacer todo."

02



EL HOOK DE CONSECUENCIA

Mostrás qué pasa cuando no se
hace algo. Crea tensión sin
atacar a nadie.

Ejemplo

"Mandé el precio por WhatsApp.
Dos meses después el cliente pedía
cosas que nunca habíamos acordado."

03



EL HOOK DE DATO O CONTRAINTUITIVO

Decís algo que va contra lo que
el espectador espera. Activa la
curiosidad de manera casi automática.

Ejemplo

"El problema no es que no tenés ideas
de contenido. Es que nunca definiste
para dónde va la cuenta."

04



EL HOOK DE PROMESA DE RESULTADO

Anunciás qué va a aprender o conseguir
el espectador si sigue mirando.
Tiene que ser específico y creíble.

Ejemplo

"En 60 segundos te explico qué tiene
que tener un presupuesto para que no
haya más malentendidos con tus clientes."

05



EL HOOK VISUAL

El primer frame muestra algo que genera
curiosidad sin necesidad de audio.
Fundamental porque la mayoría
ve sin sonido.

Ejemplo

Abrís la pantalla con el documento ya
completo, el cursor se mueve — antes de
que digas una sola palabra, el espectador
ya está mirando qué es eso.





05 PARTE 3

LA ESTRUCTURA COMPLETA DEL VIDEO



Un buen video no empieza cuando decís “hola”.

Empieza cuando capturarás la atención.

Todo video de redes que convierte **sigue este arco**, independientemente del tema.
Respetar esta estructura aumenta la retención y mejora los resultados.



01

HOOK

Detenés el scroll.

SEGUNDO
0 – 3

Una frase o imagen que genera tensión, curiosidad o identificación inmediata.
Sin presentarte, sin contexto, sin introducción.

02

DESARROLLO / TENSIÓN

Generás la necesidad de seguir mirando.

SEGUNDO
3 – 20

Amplías el problema o el contexto.
No resolvés todavía: generás la necesidad de seguir mirando.
Acá podés mostrar el error, la consecuencia o el proceso.

03

LA SOLUCIÓN

Mostrás la herramienta, el proceso o el aprendizaje.

SEGUNDO
20 – 45

Si es un screencast, navegás por el recurso.
Si es narración, explicás el método.
La cámara o la pantalla hacen el trabajo visual mientras vos hablás.

04

EL RESULTADO

Mostrás qué cambia.

SEGUNDO
45 – 55

Una o dos líneas sobre qué cambia cuando se aplica lo que mostraste.
Concreto y creíble — sin exageraciones.

05

CTA

Llevá a una acción concreta.

SEGUNDO
55 – 60

Una sola acción.
Link en bio, guardá este video, comentá con X.
Nunca dos CTAs en el mismo video.



**DURACIÓN IDEAL
PARA REELS Y TIKTOK**
45 A 60 SEGUNDOS



MÁS CORTO
puede no dar tiempo a desarrollar el valor.



MÁS LARGO
hace que caiga la retención.
Si el contenido cierra antes del minuto, cerrá — no lo estirés.





06 PARTE 4

LAS DOS CAPAS DEL CONTENIDO

Un video tiene siempre dos capas que funcionan juntas. Cuando se complementan, el mensaje es más claro, el contenido más potente y la retención mucho mayor.



El error más común es que las dos capas digan lo mismo.

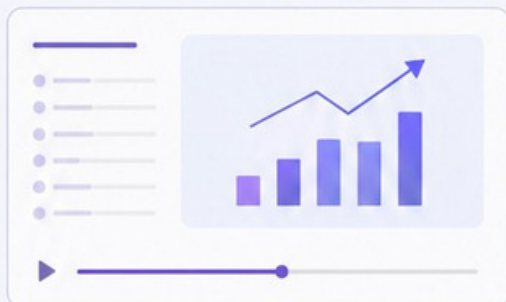
Si tu voz dice lo mismo que la pantalla, una de las dos sobra.



CAPA VISUAL

Lo que se ve en pantalla.

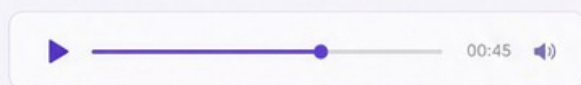
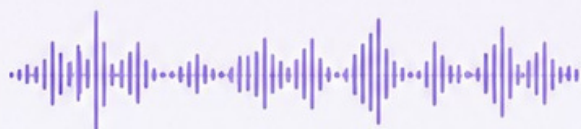
- ✓ Screencast o navegación por recursos.
- ✓ Texto en pantalla o títulos.
- ✓ Imágenes, gráficos, objetos o ejemplos.
- ✓ Movimiento, zoom o transiciones.
- ✓ Elementos que refuerzan el mensaje.



CAPA AUDITIVA

Lo que se escucha.

- ✓ Tu voz en off o narración.
- ✓ Explicaciones, contexto o historias.
- ✓ Tono, ritmo y pausas intencionales.
- ✓ Música o sonidos que acompañan.
- ✓ Ideas que complementan lo visual.



Lo correcto: mientras la pantalla muestra, tu voz explica por qué importa, qué pasa si no se hace o cómo aplicarlo.

Las dos capas se complementan, no se repiten.



CHECKLIST ANTES DE GRABAR

Revisá estos puntos para asegurarte de que tu video tenga estructura y claridad.

- | | |
|--|---|
| ☐ ¿El hook está en los primeros 3 segundos? | ☐ ¿El video aporta valor real al espectador? |
| ☐ ¿El mensaje principal se entiende claro? | ☐ ¿El CTA es único y específico? |
| ☐ ¿Cada parte del video tiene un propósito? | ☐ ¿El primer frame genera curiosidad? |
| ☐ ¿Las dos capas (visual y auditiva) se complementan? | ☐ ¿Podría entenderse aunque esté sin sonido? |





07 PARTE 5

PLANTILLA PARA ESCRIBIR TU GUION



Usá esta plantilla para ordenar tus ideas antes de grabar.
No necesitás llenarla palabra por palabra.
Solo asegurate de tener claro el mensaje de cada parte.

CÓMO USAR ESTA PLANTILLA

- ✓ Pensá tu idea principal.
- ✓ Completá cada parte con lo esencial.
- ✓ Revisá el checklist de la página anterior antes de grabar.



Menos es más: cuanto **más claro**
y simple lo escribas, más natural
se verá tu video.

PARTE DEL VIDEO	¿QUÉ QUIERO COMUNICAR? IDEA PRINCIPAL	¿CÓMO LO VOY A DECIR? PUNTOS CLAVE / IDEAS / EJEMPLOS
01 HOOK 0 - 3 seg	¿Qué quiero que sienta o piense el espectador en este inicio?	• • • •
02 DESARROLLO / TENSIÓN 3 - 20 seg	¿Qué problema o situación voy a presentar? ¿Qué quiero que entienda o descubra?	• • • •
03 SOLUCIÓN 20 - 45 seg	¿Cuál es la solución, herramienta, método o consejo que quiero compartir?	• • • •
04 RESULTADO 45 - 55 seg	¿Qué cambio o beneficio obtiene el espectador aplicando lo anterior?	• • • •
05 CTA 55 - 60 seg	¿Qué acción quiero que haga después de ver el video?	• • • •



Este es tu mapa.

Seguilo y tus videos van a tener **más claridad, más impacto** y mejores resultados.

Potenciá tu trabajo con plantillas profesionales

Editables en Canva, listas para usar.



CONOCELAS EN
agenciamantra.com.ar/tienda





08 PARTE 6

IDEAS QUE FUNCIONAN SIEMPRE

No se trata de inventar contenido todo el tiempo, sino de saber comunicar bien lo que ya sabés.

Estas ideas funcionan en cualquier nicho si las adaptás a tu marca y a tu audiencia.



FÓRMULA RÁPIDA PARA CUALQUIER IDEA

01

ANCLÁ EL PROBLEMA
¿Qué le pasa a tu audiencia?

02

PROMETÉ LA SOLUCIÓN
¿Qué va a aprender o lograr con este video?

03

DESARROLLÁ EL CONTENIDO
Entregá valor de forma clara y breve.

04

REMATÁ CON UNA ACCIÓN
Guiá al siguiente paso.



TIP EXTRA

Reutilizá tus mejores ideas en distintos formatos:



Reels



TikTok



Carrusel en video



Stories

Una buena idea puede vivir muchas veces.



REGLA DE ORO

Un buen contenido no es el que habla de vos, es el que **le sirve a tu audiencia**.

IDEAS DE CONTENIDO QUE PODÉS USAR SIEMPRE



EDUCÁ

Enseñá algo útil, simple y práctico.
Ej.: "3 errores que cometés sin darte cuenta al crear contenido".



INSPIRÁ

Motivá, conectá desde lo emocional o desde tu historia.
Ej.: "Lo que aprendí en 5 años de emprender"



MOSTRÁ EL DETRÁS DE ESCENA

Mostrá tu proceso, tu día a día, lo que nadie ve.
Ej.: "Así es un día real trabajando en redes"



RESPONDÉ PREGUNTAS

Resolvé dudas frecuentes de tu audiencia.
Ej.: "¿Cada cuánto debería publicar?"



RECOMENDÁ

Recomendá herramientas, libros, recursos o productos.
Ej.: "Mis 3 herramientas favoritas para crear contenido"



LISTÁ

Hace listas, pasos o resúmenes. A la audiencia le encantan.
Ej.: "5 ideas de contenido para esta semana"

AHORRÁ TIEMPO, GANÁ CLARIDAD.

Usá nuestras plantillas y enfocáte en crear contenido que realmente conecte.

BRIEF DE MARCA



ESTRATEGIA DE IG EN CANVA



CALENDARIO DE CONTENIDOS



PRESENTACIÓN PROFESIONAL



PLANTILLA DE PRESUPUESTO



Plantillas listas para usar en Canva.



CONOCELAS EN agenciamantra.com.ar/tienda





09 PARTE 7

EN RESUMEN: TU GUION, TU IMPACTO

Un buen guion no es suerte, es **estrategia**.
Planificá cada video con intención
y conectá con tu audiencia desde el primer segundo
hasta la última palabra.

LOS 5 PASOS CLAVE PARA **NO OLVIDAR**

- 01 Definí qué querés comunicar y a quién.
- 02 Seguí la estructura completa del video.
- 03 Escribí cada parte con claridad y propósito.
- 04 Combiná lo visual y lo auditivo de forma estratégica.
- 05 Cerrá con una acción concreta que invite a tu audiencia a interactuar.



RECORDÁ SIEMPRE



Los primeros **3 segundos** son decisivos.



La **claridad** genera conexión, la conexión genera resultados.



Las **dos capas** se complementan.



Tu **audiencia** no busca perfección, busca valor.



La **práctica** constante te va a hacer cada vez mejor.

Gracias por llegar hasta acá

Ahora tenés todas las herramientas para crear videos que comuniquen, conecten y conviertan.

El próximo video que publiques puede ser el que cambie todo.



SEGUINOS PARA MÁS CONTENIDO

Ideas, estrategias y herramientas para potenciar tu comunicación y tu marca.



@agencia.mantra

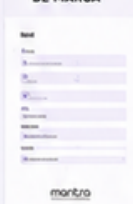
POTENCIÁ TU COMUNICACIÓN CON PLANTILLAS PROFESIONALES

Ahorra tiempo, ganá claridad y crea contenido que impacta.



CONOCELAS EN
agenciamantra.com.ar/tienda

BRIEF DE MARCA



ESTRATEGIA DE IG EN CANVA



CALENDARIO DE CONTENIDOS



PRESENTACIÓN PROFESIONAL



PLANTILLA DE PRESUPUESTO



CREADAS
POR CM,
PARA CM.

