

PULPO BRAIN KIT

7 errores que hacen que tu marca sea **ignorada**

Y cómo corregirlos con neuromarketing aplicado.

Antes de empezar

Este PDF lo hicimos para directoras de marketing, empresarias y responsables de marca que publican todos los días y aún así no ven resultados. Si ese es tu caso, las próximas 12 páginas te van a ahorrar meses de ensayo y error.

Lo vas a leer en menos de 15 minutos. Nuestra promesa: vas a salir con 7 ajustes concretos que puedes hacer esta misma semana.

Una guía de PULPO MKT | Neuromarketing + Cercanía Humana
Por Des Patiño, fundadora de Pulpo

Carta de Des

Hola, soy Des. Después de 12 años haciendo marketing digital para empresas de todos los tamaños, aprendí algo incómodo: publicar más no sirve si el cerebro de tu cliente no te está viendo.

El cerebro humano decide en 0.05 segundos si algo le importa o no. Eso es menos tiempo del que tarda en parpadear. Si tu marca no activa la parte emocional en ese instante, no importa lo bien diseñado que esté tu feed: se ignora.

En Pulpo lo llamamos Pulpo Thinking™: unir neurociencia aplicada con cercanía humana para que tu marca deje de ser decorado y se convierta en una conversación que la gente espera.

Este PDF es una muestra pequeña de cómo trabajamos. Lee sin prisa, subraya, y si al final quieres que te ayudemos a aplicarlo en tu marca, agenda una auditoría gratis de 30 minutos al final del documento.

Gracias por abrir este archivo.

— Des

¿Por qué tu marca es ignorada (sin que te enteres)?

El cerebro humano recibe en promedio entre **6,000 y 10,000 impactos publicitarios al día**. Para no colapsar, ha desarrollado un sistema brutal de filtrado: descarta el 99% en fracciones de segundo. Solo pasan los impactos que cumplen al menos una de tres reglas:

- 1 Recompensa.** Lo que veo me da algo (curiosidad, placer, alivio, pertenencia).
- 2 Amenaza o urgencia.** Si no lo atiendo, pierdo algo (oportunidad, status, seguridad).
- 3 Familiaridad / identidad.** Lo reconozco como mío, de mi grupo, de mi mundo.

Si tu publicación no activa ninguna de las tres, pasa por delante de tu cliente ideal como un poste más en la autopista. Literalmente: su corteza visual lo registra, pero su sistema límbico no se lo avisa a la conciencia.

La buena noticia

Este sesgo es un sistema, no una sentencia. Los siguientes 7 errores se corrigen aplicando principios de neuromarketing. No requieren cambiar tu marca entera; requieren ajustar el primer segundo de atención.

01

Tu gancho es genérico (y por eso el cerebro lo descarta).

El síntoma

Abres tus reels o carruseles con frases como "Hola chicas, hoy les traigo..." o "5 tips que te van a servir". Resultado: 80% de scroll en los primeros 3 segundos.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El cerebro reconoce estos patrones como ruido comercial. Ha visto miles de aperturas idénticas y las archiva como "venta, ignorar". No activa dopamina, no activa atención.

Cómo se corrige

Cambia el gancho por una **afirmación disruptiva, una pregunta incómoda o un dato contraintuitivo**. Ejemplos Pulpo: "Tu marca está siendo ignorada aunque publiques todos los días", "El 70% de tus clientes no recuerda tu nombre 5 minutos después de verte", "Deja de usar la palabra 'calidad' en tu bio: no significa nada".

02

No activas recompensa en los primeros 3 segundos.

El síntoma

Tu contenido anuncia algo útil, pero tarda 20 segundos en entregarlo. La gente ya se fue.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El sistema de recompensa (nucleus accumbens) necesita una gratificación temprana para quedarse. Si promesa y entrega están muy separadas, el cerebro decide que no vale la pena invertir atención.

Cómo se corrige

Entrega **el valor principal en los primeros 3-5 segundos**. El resto es ampliación. Fórmula Pulpo: "Dato impactante" → "Explicación breve" → "Aplicación concreta" → "CTA".

03

Tu marca es visualmente inconsistente.

El síntoma

Un reel con filtros, otro con fondo blanco, otro con texto amarillo, otro en Canva. Tu feed es un collage, no un relato.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El cerebro construye **familiaridad** a través de la repetición visual. Sin consistencia, tu marca se percibe como varias marcas distintas y ninguna gana memoria.

Cómo se corrige

Establece un **kit visual fijo**: 2 tipografías, 4-5 colores, 1 tratamiento fotográfico, 1 modelo de plantilla. No hace falta ser aburrida; hace falta ser reconocible. El cerebro recompensa con confianza lo que ya ha visto antes.

04

No cuentas historias. Solo das información.

El síntoma

Publicas datos, listas de beneficios, "¿por qué contratarnos?". Nadie los comparte. Nadie los recuerda.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El cerebro humano procesa historias con **siete regiones simultáneas**, pero solo dos para información plana. Las historias se graban. Los datos se olvidan en horas.

Cómo se corrige

Convierte cada publicación en una **micro-historia**: un personaje, un conflicto, una resolución. Puede ser de 40 segundos. Ejemplo: "Sandra abrió su clínica de nutrición y en 6 meses tenía 3 pacientes. Cambiamos 3 cosas. Hoy atiende 60."

05

Tu CTA es débil o invisible.

El síntoma

Terminas tus posts con "esperamos que les haya gustado" o "déjame tus comentarios". Nadie hace nada.

¿Por qué ocurre? (neuro)

Sin CTA específico, el cerebro no recibe señal de acción. La atención baja a otro post y el efecto se pierde. Además, el algoritmo castiga baja interacción.

Cómo se corrige

Usa un **CTA directo, específico y único por pieza**. Pulpo receta: verbo + beneficio + urgencia. Ejemplos: "Comenta NEURO y te envío gratis el diagnóstico", "Agenda tu auditoría de 30 min esta semana", "Guarda este post antes de que lo uses".

06

Publicas sin ritmo ni pilar.

El síntoma

Subes 3 cosas una semana, nada dos semanas, un reel suelto. El algoritmo no sabe quién eres.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El cerebro aprende por repetición con patrón. Si tu marca no tiene frecuencia ni tema reconocible, no construye categoría mental. No eres "la del neuromarketing" ni "la de los pastelitos" ni nada.

Cómo se corrige

Define **4-5 pilares de contenido** (en Pulpo son: método, casos, detrás de escena, voz de la fundadora, invitación comercial). Publica con ritmo estable, aunque sea 3 veces por semana. Más importante la consistencia que el volumen.

07 No humanizas tu marca.

El síntoma

Hablas solo del servicio, del paquete, del precio. Tu cliente no sabe quién está del otro lado.

¿Por qué ocurre? (neuro)

El cerebro confía en caras y nombres, no en logos. Las marcas que no muestran humanos activan desconfianza inconsciente (similar a tratar con un robot).

Cómo se corrige

Integra **la voz y el rostro de la fundadora / del equipo** en al menos 30% del contenido. Muestra procesos, errores, opiniones. La venta viene después de que la persona siente que te conoce.

Checklist Pulpo: 15 preguntas para autoevaluarte

Marca con X. Si respondes No a más de 5, tu marca necesita un reset neuro.

- 1. Mis primeros 3 segundos de video tienen un gancho disruptivo (no un saludo).
- 2. Uso siempre las mismas 2 tipografías y la misma paleta de colores.
- 3. Tengo al menos 4 pilares de contenido definidos.
- 4. Publico con ritmo constante (al menos 3 veces por semana).
- 5. Cada post termina con un CTA concreto y distinto.
- 6. Mis reels se entienden sin audio.
- 7. En al menos 3 de cada 10 publicaciones aparece un ser humano.
- 8. Cuento historias (personaje + conflicto + resolución), no solo listas.
- 9. Respondo cada DM en menos de 12 horas.
- 10. Tengo un lead magnet activo (PDF, checklist, invitación gratuita).
- 11. Mi bio dice claramente para quién soy y qué resuelvo.
- 12. Evito la palabra 'calidad' en toda mi comunicación.
- 13. Uso datos contraintuitivos al menos 1 vez por semana.
- 14. Invito a mi audiencia a un paso concreto (auditoría, llamada, descarga).
- 15. Mido cada semana qué post funcionó y ajusto.

Cómo interpretar

13-15 Sí: tu marca está optimizada en neuromarketing básico. Ya puedes escalar.

8-12 Sí: tienes buenas piezas pero falta sistema. Un trimestre de trabajo transforma los resultados.

0-7 Sí: la marca está siendo ignorada. Es el momento perfecto para auditar y recomenzar.

Tu siguiente paso

Te regalamos una Auditoría Pulpo Express de 30 minutos

Revisamos juntas tu Instagram + sitio web + LinkedIn en vivo por Zoom y te entregamos **3 observaciones concretas de neuromarketing** + 1 quick win para aplicar esta misma semana. Es gratis, sin venta encima.

Solo abrimos 6 auditorías por mes.

AGENDA TU AUDITORÍA GRATIS — pulpomkt.com/cerebro

O escríbenos por WhatsApp al 55 4344 0829 y di: "quiero auditoría".

Sobre Pulpo

Pulpo MKT es una agencia boutique de neuromarketing con base en CDMX y operaciones en Estado de México y Querétaro. Trabajamos con directoras de marketing, empresarias y holdings que quieren dejar de publicar por publicar y empezar a construir marcas que el cerebro del cliente recuerda y prefiere.

Nuestro método se llama **Pulpo Thinking™**: 4 pasos que combinan neurociencia aplicada con cercanía humana. No vendemos paquetes enlatados. Nos volvemos parte del equipo de cada marca con la que trabajamos.

Contacto

Correo: pulposocialmedia@gmail.com

WhatsApp: 55 4344 0829

LinkedIn: [linkedin.com/company/pulpomkt](https://www.linkedin.com/company/pulpomkt)

Gracias por leer. Ahora ve y aplica uno de los 7 ajustes hoy.