

# Plantilla de calendario de contenido para pauta

## Deja de improvisar: un sistema mensual para que el contenido alimente la pauta

El contenido sin calendario es una rueda de improvisación que agota al equipo y rinde poco. En Manu planeamos el contenido orgánico y el pago juntos, porque lo que funciona en orgánico es la mejor materia prima para la pauta. Esta plantilla te da la estructura para un mes completo.

## Los cuatro tipos de contenido que debe tener tu mes

Un calendario sano equilibra contenido que atrae, que educa, que da confianza y que vende. Si solo publicas ventas, cansas; si nunca vendes, no facturas.

- **Atracción:** enganchan a desconocidos (tendencias, ganchos, entretenimiento del nicho).
- **Educación:** enseñan algo útil y posicionan tu autoridad.
- **Confianza:** testimonios, detrás de cámaras, historia de marca.
- **Venta:** oferta clara, producto, llamado a la acción directo.

## Cómo distribuir la semana

Reparte los tipos de contenido a lo largo de la semana para no saturar con un solo mensaje. Una distribución que nos funciona:

- **Lunes:** contenido de atracción para arrancar la semana con alcance.
- **Miércoles:** contenido educativo que demuestra dominio del tema.
- **Viernes:** contenido de confianza o testimonio.
- **Sábado o domingo:** contenido de venta con oferta clara.
- Deja un espacio fijo para reaccionar a tendencias de último momento.

## Campos que debe llevar cada fila del calendario

Un calendario útil es operativo, no decorativo. Cada pieza necesita estos datos para ejecutarse sin caos.

- Fecha y plataforma de publicación.
- Tipo de contenido (atracción, educación, confianza, venta).
- Gancho o titular y descripción del copy.
- Formato (reel, carrusel, estático, historia).
- Responsable y estado (idea, grabado, editado, publicado).
- Marca de si se va a pautar y con qué presupuesto.

## El puente entre orgánico y pauta

Aquí está el truco que casi nadie usa: deja que el orgánico te diga qué pautar.

- Publica primero en orgánico y mide cuáles piezas retienen y generan guardados o comentarios.
- Toma las ganadoras orgánicas y conviértelas en anuncios: ya están validadas.
- Reserva presupuesto de prueba para promover las mejores de cada semana.
- Lleva un registro de qué ganchos orgánicos se volvieron campañas rentables.

## Ritmo de revisión y mejora

El calendario es vivo. Revisarlo es lo que separa a quien crece de quien repite lo mismo sin resultados.

- Revisión semanal: ¿qué se publicó, qué funcionó, qué quedó pendiente?
- Revisión mensual: ¿qué tipo de contenido rindió más y merece más volumen?
- Banco de ideas: guarda ganchos y formatos ganadores para reciclarlos.
- Ajusta la mezcla según lo que los datos digan, no según el gusto del momento.

En Manu construimos este calendario con tu equipo y conectamos el orgánico con la pauta para que cada peso de contenido trabaje doble.

**¿Quieres que lo implementemos por ti?**

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com