

Calendario de contenido

para profesionales del yoga y el bienestar

La constancia en redes no depende de la inspiración. Depende de tener decidido de antemano **qué vas a contar, en qué formato y con qué intención**. Este recurso está diseñado para que planifiques un mes completo con claridad — y para que entiendas la lógica que hay detrás de cada decisión.

Los tres tipos de contenido que necesitas

A**ATRACCIÓN**

Llega a gente nueva. Temas amplios, dudas frecuentes, perspectivas distintas. Responde preguntas que se hace tu audiencia ideal aunque todavía no te conozca.

N**NUTRICION**

Profundiza con quien ya te sigue. Filosofía, proceso, realidad de tu trabajo diario. Construye confianza y autoridad con el tiempo.

V**CONVERSION**

Invita a dar un paso. Tu servicio, tu formación, tu producto. Sin los tres, tu cuenta crece o vende, pero rara vez las dos cosas a la vez.

Como usar este calendario

- 01 Decide tu frecuencia real.**
No la ideal. Si puedes publicar 3 veces por semana, planifica 3. La constancia vale mas que la cantidad.
- 02 Rellena primero el tipo.**
Antes de pensar en el tema, decide si esa pieza va a atraer, nutrir o convertir.
- 03 Elige el formato.**
Reel, carrusel, historia, texto. No todas las semanas necesitan todos los formatos.
- 04 Anota el tema en una frase.**
No el titulo definitivo, solo la idea central. El copy lo escribes despues.
- 05 Crea en bloque.**
Reserva 2 horas una vez a la semana. Crea varias piezas juntas, programa y cierra Instagram.

Antes de planificar: define tu mensaje

La pregunta que lo cambia todo

Hay una diferencia fundamental entre **producto** y **proposito**. Tu producto es lo que ofreces: una clase, una formacion, un retiro. Tu proposito es el porque: lo que te mueve a compartir, lo que quieres que sienta quien te lee. El producto cambia. El proposito permanece.

Antes de abrir el calendario, hazte estas tres preguntas:

- Cual es mi proposito? Por que comparto lo que comparto?
>
- Que quiero que sienta la persona que me lee o me ve?
>
- Que lugar ocupo en su camino? Soy un punto de partida, un acompanamiento, una referencia?
>

Estas respuestas son tu brujula. Cada vez que planifiques contenido, revisalas. Si una pieza no encaja con ninguna de ellas, probablemente no vale la pena publicarla.

Tres claves para una estrategia de comunicacion real

01

Claridad en el mensaje

Menos es mas. Un solo tema por pieza. No intentes explicarlo todo en un carrusel. Si tu mensaje necesita mas espacio, crea una serie de contenidos en lugar de uno solo interminable.

02

Coherencia visual y tonal

Tu universo debe sentirse unico. No en el sentido de estetica forzada, sino en el de voz reconocible. El tono con el que escribes, las palabras que usas, los temas que eliges: todo eso construye una presencia que la gente asocia contigo.

03

Diversidad de formatos

No todos conectan con lo mismo. Hay personas que prefieren leer, otras que aprenden viendo, otras que necesitan escuchar. Alternar reels, carruseles, textos y stories no es dispersion: es alcance inteligente.

Estos conceptos estan desarrollados en profundidad en el Manual para no perder tu voz en el ruido, de Enfoque Salvaje. Disponible en enfoquesalvaje.com

La formula de 4 pasos

Detras de cada pieza que conecta, hay una estructura

Crear contenido no es improvisar cada dia. Detras de cada carrusel, reel o story que toca a alguien hay una estructura que sostiene el mensaje. El yoga habla de **sthira** (firmeza) y **sukha** (espacio, fluidez). Tu contenido necesita ambas cosas: estructura para que sea claro, y alma para que sea autentico.

GANCHO

Una frase que detenga el scroll. Puede ser provocadora, intima, filosofica o una pregunta.

"No soy constante porque no tengo un sistema" / "El yoga no nacio en un gimnasio" / "Cuantas veces empezaste de cero?"

PROBLEMA / CONTEXTO

Que esta pasando? Que malentendido, dolor o situacion quieres mostrar? Aqui entra lo educativo, historico o reflexivo.

Muestra la raiz del problema antes de ofrecer la solucion. Cuanto mas preciso seas describiendo el dolor, mas identificacion generaras.

SOLUCION / CAMINO

Tu mirada, tu ensenanza, lo que has aprendido. El puente entre la confusion y la claridad.

No tienes que darlo todo en un post. Una sola idea bien explicada vale mas que cinco a medias.

CIERRE / INVITACION

Una reflexion final, una frase que se quede, o un CTA: comentar, guardar, reflexionar, escribir una palabra clave.

El CTA no siempre tiene que vender. Invitar a guardar o a reflexionar genera mas confianza a largo plazo.

Aplicalo a cualquier formato

- Carrusel** La formula completa en slides. El gancho es la portada, el cierre es el ultimo slide con CTA.
- Reel** Gancho visual en los primeros 3 segundos. Mensaje en 15-20 segundos. Cierre con frase o invitacion.
- Story** 3-4 stories encadenadas: gancho, desarrollo, cierre con cajita de preguntas o encuesta.
- Post texto** Gancho en la primera linea (antes del ver mas). Desarrollo en 3-4 parrafos cortos. Cierre con pregunta.

La estructura completa de carruseles, reels y stories con ejemplos paso a paso esta en el Manual para no perder tu voz en el ruido, de Enfoque Salvaje. enfoquesalvaje.com

Comunidad, no audiencia

La diferencia que cambia como planificas

Puedes tener miles de seguidores, pero si no hay conversacion, confianza y reciprocidad, no tienes comunidad: tienes audiencia. **La audiencia te observa. La comunidad te acompaña.** Esta distincion afecta directamente a como planificas. Una cuenta orientada a audiencia publica para acumular vistas. Una cuenta orientada a comunidad publica para generar vinculos. La segunda es mas lenta al principio, y mucho mas solida a largo plazo.

Como se refleja esto en el calendario

* Interaccion planificada

Al menos una vez por semana incluye una pieza pensada para generar respuesta: una pregunta, una encuesta, una cajita de preguntas. No lo dejes al azar.

* Ritualidad

Crea habitos reconocibles: una reflexion cada lunes, una pregunta abierta cada miercoles. La repeticion genera raices. Tu comunidad empieza a esperarte.

* Vulnerabilidad como contenido

Compartir no solo tus logros, sino tus aprendizajes y errores, genera mas cercania que cualquier viral. Planifica al menos una pieza mensual que muestre tu proceso real.

* No obsesionarse con las metricas

Los numeros pueden crecer, pero lo que mantiene viva la comunidad es la calidad de la interaccion. Publicar con prisa para crecer rapido lleva a incoherencia y frustracion.

Tapas: la disciplina como base de la constancia

En los Yoga Sutras, **Tapas** se traduce como 'disciplina ardiente': la capacidad de sostener una practica con constancia, incluso cuando hay incomodidad. En redes, esto significa compromiso real con tu proyecto. No publicar cuando 'tienes ganas', sino sostener un camino a largo plazo.

Tapas no es castigarte. Es recordarte que **no hay una formula secreta para crear contenido**. Lo unico que te va a ayudar es tu disciplina y tu compromiso. No hay un numero magico de publicaciones. Si puedes publicar 2 veces a la semana y ese ritmo lo puedes mantener en el tiempo, ese sera tu contenido ideal.

- Define tus minimos: cuantas piezas puedes publicar con constancia real esta semana?
>
- Crea en bloque: reserva 2 horas fijas a la semana, crea varias piezas juntas y cierra Instagram.
>
- Revisa tu brujula antes de publicar: esta pieza refleja mi proposito o la publico por presion?
>

La relacion entre Tapas, Asteya y la comunicacion consciente esta desarrollada en el Manual para no perder tu voz en el ruido, de Enfoque Salvaje. enfoquesalvaje.com

El camino de la venta consciente

Como integrar conversion sin perder la esencia

Vender no es empujar ni manipular. Es invitar, tender un puente entre lo que tu compartes y lo que la otra persona necesita. Muchos proyectos de yoga y bienestar evitan el contenido de conversion por miedo a parecer comerciales. El resultado es una cuenta que comparte valor constantemente pero no sostiene economicamente el proyecto.

Los 4 pasos del camino consciente hacia la venta

01 Escucha

Antes de hablar, entiende que necesita tu comunidad. Las preguntas en stories, las encuestas, los comentarios: todo eso es informacion.

02 Educa

Ofrece valor desde el servicio. Un carrusel, una reflexion, un live. Ese contenido genera confianza y construye la relacion antes de que haya una oferta.

03 Muestra el puente

Explica como tu propuesta resuelve ese dolor o esa busqueda. No vendas características: muestra lo que cambia en la vida de quien lo adquiere.

04 Invita sin miedo

No es ego vender. Es servicio. Habla desde la abundancia: si sientes que es tu momento, aqui estoy. No desde la escasez: solo quedan 2 plazas, decide ya.

Como equilibrar los tres tipos en tu mes

No existe una proporcion exacta, pero como punto de partida para un mes activo:

50%

A - ATRACCION

La mayoría de tu contenido debería llegar a gente nueva. Temas educativos, filosoficos, perspectivas distintas.

30%

N - NUTRICION

Contenido que profundiza con quien ya te sigue. Proceso, reflexion, filosofia aplicada.

20%

V - CONVERSION

Invitaciones a tus servicios, productos o comunidad. Menos frecuente, pero presente y sin disculpas.

El camino de la venta consciente, incluyendo como hablar desde la abundancia y no desde el miedo, esta desarrollado en profundidad en el Manual para no perder tu voz en el ruido. enfoquesalvaje.com

Semana 1

Rellena primero el tipo (A / N / V), luego el formato y el tema.

DIA	TIPO	FORMATO	TEMA / IDEA CENTRAL
Lunes	A / N / V		
Martes	A / N / V		
Miercoles	A / N / V		
Jueves	A / N / V		
Viernes	A / N / V		
Sabado	A / N / V		
Domingo	A / N / V		

A A = Atraccion

N N = Nutricion

V V = Conversion

NOTAS DE LA SEMANA

Semana 2

Rellena primero el tipo (A / N / V), luego el formato y el tema.

DIA	TIPO	FORMATO	TEMA / IDEA CENTRAL
Lunes	A / N / V		
Martes	A / N / V		
Miercoles	A / N / V		
Jueves	A / N / V		
Viernes	A / N / V		
Sabado	A / N / V		
Domingo	A / N / V		

A A = Atraccion

N N = Nutricion

V V = Conversion

NOTAS DE LA SEMANA

Semana 3

Rellena primero el tipo (A / N / V), luego el formato y el tema.

DIA	TIPO	FORMATO	TEMA / IDEA CENTRAL
Lunes	A / N / V		
Martes	A / N / V		
Miercoles	A / N / V		
Jueves	A / N / V		
Viernes	A / N / V		
Sabado	A / N / V		
Domingo	A / N / V		

A A = Atraccion

N N = Nutricion

V V = Conversion

NOTAS DE LA SEMANA

Semana 4

Rellena primero el tipo (A / N / V), luego el formato y el tema.

DIA	TIPO	FORMATO	TEMA / IDEA CENTRAL
Lunes	A / N / V		
Martes	A / N / V		
Miercoles	A / N / V		
Jueves	A / N / V		
Viernes	A / N / V		
Sabado	A / N / V		
Domingo	A / N / V		

A A = Atraccion

N N = Nutricion

V V = Conversion

NOTAS DE LA SEMANA

Y ahora que?

Tienes la estructura. El siguiente paso es aprender a usarla dentro de una estrategia que encaje con tu forma de enseñar yoga, sin perder la esencia.

El Manual para no perder tu voz en el ruido

La guía completa de Enfoque Salvaje para profesores de yoga y profesionales del bienestar. Estrategia, carruseles, reels, stories, comunidad, venta consciente y filosofía yoga aplicada al marketing. Todo lo que necesitas para comunicar con profundidad y construir una presencia real.

Consiguelo en

enfoquesalvaje.com

[@enfoque.salvaje](https://www.instagram.com/enfoque.salvaje)

Este recurso es gratuito y ha sido creado por Enfoque Salvaje. Puedes compartirlo libremente, siempre con atribución.