

REDES SOCIALES para los NEGOCIOS

Una guía paso a paso para crear campañas
que generen ingresos



REDES SOCIALES para los NEGOCIOS

REDES SOCIALES para los NEGOCIOS

**Una guía paso a paso para crear
campañas que generen ingresos**

María Teruel

Primera edición: mayo de 2026

Diseño de cubierta: Goyo Rodríguez

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

© María Teruel
© 2003-2026 Shutterstock, Inc

© EDICIONES ANAYA MULTIMEDIA (GRUPO ANAYA, S.A.U.), Madrid 2026
Valentín Beato, 21
28037 Madrid.
www.anayamultimedia.es



Depósito legal: M-18926-2025
ISBN: 978-84-415-5274-6
Impreso en España - Printed in Spain

*A la estrella que me guía en cada paso,
al amor que me sostiene,
a la compañía que me impulsa cada día,
y a todos los emprendedores valientes que deciden tirarse al barro.*

AGRADECIMIENTOS

Este libro no habría sido posible sin las personas que han formado parte de mi vida y que, de una u otra manera, han dejado huella en mi camino para llegar a ser lo que hoy soy.

Quisiera agradecer con todo mi corazón:

A mi padre, que, aunque no esté en este mundo físico, sigue presente en cada paso que doy. Tu recuerdo me acompaña y me da fuerzas en los momentos en que más las necesito. Este logro también es tuyo.

A mi madre y a mi hermano, mis pilares fundamentales, por su amor incondicional, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por ser siempre mi hogar, sin importar la distancia ni el tiempo.

A mi pareja, por su apoyo diario, por estar a mi lado en los días buenos y en los difíciles, y por recordarme, con cada gesto, que el amor también es una forma de impulso y esperanza.

Y a mi familia y amigos, quienes siempre creyeron en mí hasta incluso cuando yo no lo hacía.

Gracias por ser parte de cada paso de mi vida. Os quiero.



SOBRE LA AUTORA

María Teruel es maestra de educación infantil reconvertida al marketing digital desde 2020, especializada en la estrategia en redes sociales para marcas y negocios. Cuenta con un Máster en Marketing Digital y otro en Copywriting, además de haber realizado otras muchas formaciones en áreas relacionadas.

Desde 2020 lidera su propio proyecto, en el que trabaja con empresas para diseñar estrategias en redes sociales alineadas con los objetivos de cada negocio, mientras lo compagina con la formación y asesoría de emprendedores.

Es creadora de contenido sobre marketing digital y negocios en plataformas como LinkedIn, Instagram, TikTok y YouTube. Además, ha sido formadora y ponente en escuelas, instituciones y eventos destacados como DSM Valencia y la Cámara de Comercio de Aragón, donde comparte su experiencia en estrategias de marketing digital en redes sociales e inteligencia artificial.

Se puede seguir en:

<https://www.instagram.com/mariateruel.c/>

O también en:

<https://www.linkedin.com/in/mariateruel/>

Prólogo	13
Introducción	14
Mi propósito al escribir este libro	14
Por qué escribí este libro (y por qué necesitas leerlo).....	15
Qué aprenderás en este libro	16
Por qué las redes sociales pueden ser tu mejor aliado.....	17
1. ENTENDIENDO LAS BASES DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES	19
Qué es la estrategia de contenido y por qué es tan importante.....	19
Los 4 errores más comunes al publicar contenido en redes sociales.....	23
Error 1: publicar sin ningún tipo de objetivo	23
Error 2: hablar solo de tu producto o servicio.....	24
Error 3: copiar fórmulas sin adaptarlas.....	26
Error 4: publicar muchísimo contenido.....	27
Cómo funcionan las principales plataformas (Instagram, TikTok y LinkedIn)	28
Instagram	28
TikTok	36
LinkedIn	40
Diferencias entre contenido táctico, estratégico y de posicionamiento	48
2. CONSTRUYENDO TU ESTRATEGIA	55
Define tu propósito comunicativo y tu identidad de marca.....	55
Paso 1). Determina los atributos clave de tu marca.....	58
Paso 2). Describe tu posicionamiento de marca	60
Paso 3). Define tu propuesta de valor	61
Paso 4). Diferénciate de tu competencia	62
Tu cliente ideal: cómo descubrirlo y hablarle como nadie.....	63
Paso 1). Entiende qué es el cliente ideal (y por qué lo necesitas)	64
Paso 2). Empieza con una hipótesis sencilla	64
Paso 3). Sal a escuchar (no a vender)	65
Paso 4). Valida tus suposiciones	66
Paso 5). Define a tu cliente ideal.....	67
Paso 6). Aprende a hablarle como nadie	72
Paso 7). Elige los canales adecuados	72
Paso 8). Evalúa y mejora cada mes	72

El mapa de pilares de contenido:	
cómo organizar lo que quieres contar	73
Paso 1). Conecta tu contenido con los objetivos de tu negocio.....	73
Paso 2). Elige tus pilares estratégicos.....	74
Paso 3). Desglosa cada pilar en subpilares bajados a tierra.....	75
Paso 4). Construye tu mapa visual.....	76
Como diseñar un calendario de contenidos	
sin estresarte.....	77
Paso 1). Elige tu ritmo real, no el ideal	78
Paso 2). Ten tus pilares de contenido como base del calendario.....	78
Paso 3). Define tus categorías semanales.....	79
Paso 4). Crea tu calendario con una plantilla visual	80
Paso 5). Organiza la producción de tu contenido por bloques	81
Herramientas y recursos para organizarte realmente bien	82
Canva – Para diseñar sin ser diseñador.....	83
CapCut – Edición rápida de vídeos	84
Captions – Asistente de subtítulos.....	85
Calendar – Organizador.....	86
Excel o Google Sheets – Tu panel maestro	87
Metricool – Tu centro de mando en redes sociales.....	88

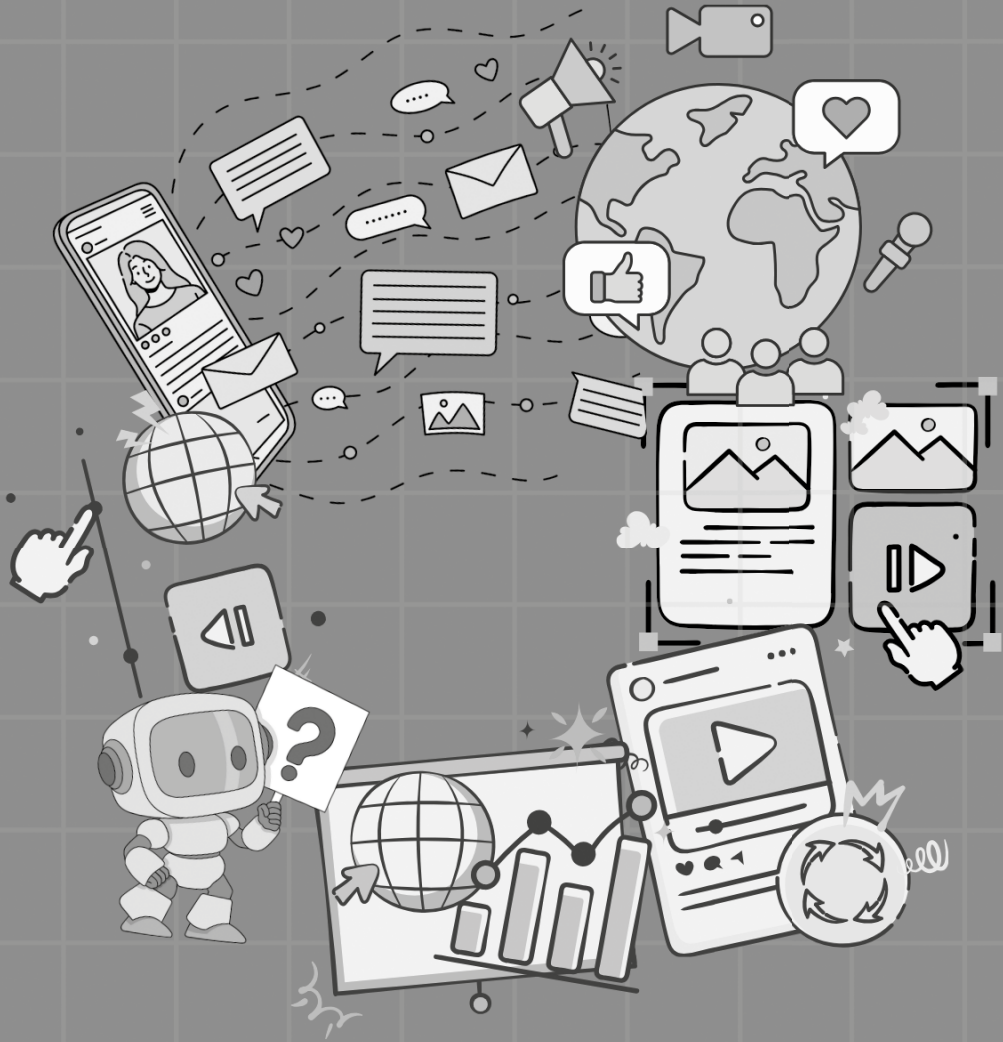
3. CREANDO LOS DISTINTOS FORMATOS DE CONTENIDO PARA QUE DE VERDAD FUNCIONEN

91

Estructuras ganadoras para publicaciones virales.....	91
Las 5 estructuras más efectivas.....	92
Guía práctica para crear reels, carruseles, infografías y stories	99
Cómo crear reels que enganchen y vendan sin parecer venta directa..	99
Cómo crear carruseles irresistibles que enseñen y se guarden.....	102
Cómo crear infografías que expliquen sin abrumar	108
Cómo crear stories y secuencia de stories que generen confianza y conecten.....	117
Cómo crear ganchos que capten la atención en los tres primeros segundos	127
Tipos de ganchos que funcionan muy bien.....	128
Cómo adaptar el gancho al formato	131
Errores típicos al crear ganchos (o hooks).....	131
El arte de la llamada a la acción: llevar al usuario a donde tú quieras.....	132
Tipos de CTA según el objetivo.....	133
Estructura de una llamada a la acción persuasiva.....	134
Cómo mejorar tus llamadas a la acción con el tiempo: microtest A/B	136
Errores comunes al usar llamadas a la acción	137

4. PUBLICANDO, ANALIZANDO Y AJUSTANDO LA ESTRATEGIA	139
Mejores horarios y frecuencias de publicación por red social.....	140
Hipótesis inicial de franjas horarias para comenzar a publicar.....	140
Cómo encontrar tu horario de publicación en 14 días.....	141
Cómo leer las estadísticas de forma sencilla y útil.....	145
El marco: arriba – en medio – abajo.....	146
Alcance - la métrica que indica si te están viendo.....	147
Interacción - la prueba de que tu contenido atrae.....	149
Conversión - donde el contenido se convierte en negocio	149
Cómo interpretar todas las métricas sin abrumarte	151
Qué medir y cómo mejorar mes a mes	151
Pasa de publicar y esperar, a publicar y aprender	152
Antes de medir: definir qué quieres que pase en consecuencia de tu contenido	153
Los tres niveles de métricas: visibilidad, conexión y negocio.....	153
Construye un cuadro de análisis sencillo.....	156
Cómo leer estadísticas según el formato (carrusel, reel, stories).....	158
Ritmos de revisión: semanal, mensual y trimestral (y qué mirar en cada uno).....	158
Errores frecuentes cuando la gente empieza a medir (y cómo evitarlos)	167
El ciclo de mejora continua: publicar, leer, ajustar y repetir	167
Cómo reutilizar contenido para que nunca te quedes sin ideas..	168
Cómo detectar qué contenido debe ser reciclado.....	170
El método 1x3x7	170
Cómo adaptar el contenido según el nivel de consciencia de tu cliente.....	171
Sistema mensual de reciclaje de contenido infinito.....	174
5. CREANDO CON LA AYUDA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	177
Cómo usar ChatGPT y otras IA para acelerar tu estrategia.....	178
Paso 1: Crear tu ficha de contexto (tu «brief maestro»)	184
Paso 2: Definir (y afinar) tu cliente ideal	186
Paso 3: Asienta tus pilares de contenido	188
Paso 4: Diseñar tu prompt maestro para planificar la semana de contenido	189
Paso 5: Crear tu prompt de ordenar ideas en bruto.....	190
Paso 6: Revisión del texto antes de publicar	191

Prompts prácticos para generar ideas, guiones y textos.....	193
Prompt 1: cómo construir tu propio prompt inteligente para tener ideas infinitas.....	194
Prompt 2: transforma ideas en guiones de reels	195
Prompt 3: crea carruseles perfectos.....	197
Prompt 4: habla a través de historias con storytelling	199
Prompt 5: cómo crear textos largos	201
Batería de prompts.....	203
Automatizaciones controladas: cómo ahorrar tiempo sin perder la personalidad de tu marca.....	206
Cinco herramientas profesionales para automatizar contenido (y cómo encajarlas en tu estrategia)	207
El sistema para automatizar y trabajar con la IA sin despersonalizar tu contenido	213
De publicar por inercia a crear contenido estratégico	220
Índice alfabético.....	225



PRÓLOGO

Este libro nació de una idea sencilla: hacer que el marketing digital en redes sociales dejara de parecer algo complicado (y solo para algunos).

A lo largo del tiempo he visto cómo muchas personas, emprendedores y profesionales, sienten que las redes sociales son un mundo aparte, lleno de reglas que cambian todo el tiempo y estrategias que solo unos pocos parecen entender.

La realidad es que el marketing digital no se trata de fórmulas mágicas ni de seguir modas. Se trata de personas.

De entender qué necesitan, cómo piensan y cómo podemos conectar con ellas de forma honesta y natural.

En estas páginas quiero compartir todo lo que he aprendido a lo largo de estos años trabajando con grandes empresas y emprendedores; lo que me funcionó, lo que no, y lo que descubrí en el camino, para que puedas usarlo en tu propio proyecto.

No pretendo darte una receta perfecta, sino ayudarte a construir la tuya, paso a paso.

Si al leer este libro logras entender un poco mejor cómo comunicar tu mensaje, cómo hacer crecer tu marca o simplemente cómo disfrutar más del proceso, entonces ya habrá valido la pena escribirlo.

MI PROPÓSITO AL ESCRIBIR ESTE LIBRO

Todo gran cambio comienza con una conversación interna.

Y sí, esta es la mía propia trasladada al mundo en general.

Durante muchos años, fui, he sido y sigo siendo testigo de cómo emprendedores y marcas personales se enfrentan al mismo dilema:

«Sé que es necesario estar en redes sociales, sé que crear contenido es el puente entre mi negocio y nuevos clientes, pero no sé por dónde empezar y mucho menos cómo hacerlo bien».

Y sí, yo también viví esa sensación cuando comencé.

Una mezcla de entusiasmo al principio y frustración conforme van pasando los días porque ves que el tiempo que le dedicas a esa área de tu negocio no genera resultados, o al menos, no los que esperabas.

- ▶ Publicas, pero no obtienes ninguna respuesta.
- ▶ Te esfuerzas, pero no logras conectar.
- ▶ Quieres llegar a tu público objetivo, pero te da la sensación de que no llegas a nadie.

Y es que, esto es algo común, porque crear contenido sin estrategia es como construir castillos de arena; tarde o temprano, la marea (o, mejor dicho, el algoritmo, la frustración, el cansancio) arrasa con todo y es como si no hubieses hecho nada.

Y es que, mi propósito con este libro nace de algo que llevo probando y comprobando durante muchos años:

El contenido estratégico no es un privilegio de las grandes marcas o de «expertos» en marketing.

Es una habilidad accesible a cualquier negocio que puede dominar cualquier persona. Lo único que necesita son las herramientas y una guía.

Vaya, lo que te voy a dar en este libro.

Quiero que, tengas la empresa que tengas, con los recursos y el nivel de experiencia que tengas, puedas construir una buena estrategia sólida, coherente y rentable de tu negocio en las redes sociales.

Y te voy a ir desmontando algunos mitos:

- ▶ No necesitas ser *influencer*.
- ▶ No necesitas gastar miles de euros en anuncios.
- ▶ No necesitas estar en todas las redes sociales todo el tiempo.

Solo necesitas tener una estrategia que nazca de los objetivos de tu negocio, que se adapte a los valores de tu marca y que te permita llegar con tus recursos a tu cliente.

Si has llegado hasta este libro, ya tienes el primer paso que necesitas: la decisión.

Ahora vamos a construir las herramientas.

POR QUÉ ESCRIBÍ ESTE LIBRO (Y POR QUÉ NECESITAS LEERLO)

Vivimos en una era donde las redes sociales ya no son opcionales para los negocios, sino todo lo contrario.

Son el nuevo escaparate, el nuevo centro de conexión, la nueva conversación.

Pero, no basta con crear contenido y publicarlo.

Hoy día, los proyectos que marcan la diferencia no son los que más publican, sino los que crean contenido con intención, estrategia y propósito.

Y, de ahí nace este libro, de mi experiencia creando contenido para múltiples marcas y sectores. Y, sobre todo, para la mía propia, desde cero.

Durante muchísimos años, han pasado por mis manos proyectos chulísimos con un potencial enorme que se perdían entre publicaciones vacías, improvisación y estrategias copia y pega (como las llamo yo) de la competencia... sin saber si eso tenía sentido alguno para ellos.

¿Has estado en alguna de estas situaciones?

Rellena la *checklist* que te dejo en la figura I.1 antes de comenzar a leer el libro y vuelve a revisarla cuando lo leas completo y lo apliques.

- Tener mucho que decir, pero no saber cómo ordenarlo.**
- Sentirte abrumado con tantísima información y no tener claro por dónde empezar.**
- Publicar con constancia pero sin ningún tipo de resultados.**
- Pensar que necesitas viralizar tu contenido para vender, cuando realmente solo necesitas conectar.**

Figura I.1. Checklist antes de comenzar a crear tu estrategia.

QUÉ APRENDERÁS EN ESTE LIBRO

Este libro es una guía paso a paso para ayudarte a cambiar todo lo anterior. La guía que a mí me hubiese gustado tener en su día.

Pero te diré algo, aquí no vas a encontrarte fórmulas mágicas ni trucos que cambiarán tus resultados de la noche a la mañana. Lo que vas a encontrar es una metodología práctica y estructurada para construir una estrategia de contenido sólida, auténtica y, sobre todo, sostenible.

Una estrategia que esté alineada contigo, con tus valores y con tu propósito de negocio.

Una estrategia que te permita atraer, educar y convertir sin forzar, sin disfrazarte, y sin depender de tendencias.

A lo largo de este libro aprenderás a:

- ▶ Entender cómo funcionan las redes sociales desde una visión estratégica.
- ▶ Construir una identidad de marca clara y coherente.
- ▶ Definir tus pilares de contenido y planificar sin estrés.
- ▶ Crear publicaciones que generen conexión, interacción y resultados.
- ▶ Medir, ajustar y escalar tu estrategia con la ayuda de herramientas e inteligencia artificial.

Y lo más importante: vas a ganar claridad, foco y seguridad. Vas a dejar de publicar por publicar, y empezarás a crear contenido que impulse tu negocio.

Lo que estás a punto de leer puede transformar no solo tu contenido, sino también tu forma de comunicar y tu relación con tu negocio.

Porque no se trata de publicar más, sino de comunicar mejor. Y tu mensaje, créeme, merece ser escuchado.

POR QUÉ LAS REDES SOCIALES PUEDEN SER TU MEJOR ALIADO

Hoy por hoy, las redes sociales son el canal más directo, económico y rápido para compartir tu mensaje, posicionarte como referente en tu sector y atraer a las personas adecuadas a tu negocio.

No importa si tienes 500 o 50 000 seguidores, lo que importa es que sepas qué decir, a quién, cómo y cuándo.

A diferencia de otras herramientas de marketing, las redes sociales te permiten construir una relación real con tu público objetivo.

Te permiten educar, inspirar, entretener y convertir, sin necesidad de tener más herramientas que un móvil y, sobre todo, sin depender de grandes inversiones.

¿Cuál es la clave aquí? Tener una estrategia clara, coherente con tus valores de marca y con tus objetivos. Y eso es exactamente lo que te voy a enseñar en este libro.

Así que...

¡Empecemos! :)