



Módulo 3. Herramientas de gestión y calendarización



1. Herramientas de gestión y calendarización



2. Herramientas para programación y automatización de contenidos



Referencias



Descarga en PDF

1. Herramientas de gestión y calendarización

1. Herramientas de gestión y calendarización

Hasta aquí fuimos construyendo una mirada estratégica sobre el trabajo en social media. Primero, entendimos cómo definir una identidad clara de marca, cómo pensar objetivos y cómo usar indicadores como los KPI u OKR para orientar las decisiones. Luego, incorporamos metodologías ágiles para organizarnos mejor, adaptarnos a los cambios y planificar por ciclos cortos. Con ese recorrido hecho, llegamos ahora a un momento en el que empezamos a trabajar con herramientas concretas que nos ayuden a ordenar el trabajo del día a día.

La gestión de contenidos en social media implica tener buenas ideas, diseñar piezas atractivas, coordinar acciones entre personas, organizar lo que se publica en cada canal, planificar con tiempo, revisar borradores, saber qué está en proceso y qué ya está aprobado. Para eso, existen herramientas digitales que hacen más simple y claro el trabajo en equipo. Algunas permiten

organizar calendarios y tareas, otras facilitan la creación de piezas visuales o el seguimiento de campañas.

En esta unidad vamos a conocer herramientas que sirven justamente para eso: organizar y producir contenido de manera colaborativa. Primero, veremos plataformas que ayudan a ordenar el trabajo: tomar notas, armar calendarios, agrupar ideas, planificar contenidos por etapas. Luego, nos enfocaremos en aquellas que permiten diseñar el contenido, pensando en la coherencia estética y en el trabajo compartido.

Sistemas de planificación y trabajo colaborativo para equipos de social media

Como señalamos en el módulo anterior, el trabajo colaborativo es una de las prácticas más utilizadas dentro de las metodologías ágiles. La posibilidad de compartir avances, dar seguimiento a tareas, documentar decisiones y mantener la información accesible para todos los integrantes del equipo mejora la organización general y la continuidad de los procesos. En el ámbito del *social media*, intervienen diseñadores, redactores, coordinadores de contenido y responsables de atención al cliente, por lo que resulta necesario que cada instancia del proceso esté organizada y sea visible para quienes participan.

A continuación, vamos a presentar dos herramientas que permiten organizar el trabajo en equipo de manera eficiente, especialmente en lo que refiere a la planificación de contenidos. Por un lado, Notion, una plataforma que combina bases de datos, calendarios, tableros y documentos en un mismo entorno editable por varias personas. Por otro, Miro, una herramienta pensada para la organización visual del trabajo, que facilita la construcción compartida de ideas, flujos de contenido y esquemas de campaña.

Organización de contenidos con Notion

Notion es una herramienta digital que permite organizar información y tareas en un espacio de trabajo personalizable. A diferencia de otras plataformas que vienen con estructuras fijas, en Notion cada usuario o equipo puede construir su propio sistema: desde una simple lista de tareas hasta un calendario editorial completo. Para hacerlo, se parte de un lienzo en blanco y se van agregando elementos como texto, imágenes, tablas, listas, calendarios o tableros, según lo que se necesite. Cada uno de estos elementos se llama «bloque», y se pueden combinar y organizar en distintas páginas, conectadas entre sí.

Esta flexibilidad es lo que la vuelve especialmente útil en contextos como el trabajo con social media, donde es necesario centralizar ideas, planificar contenidos, documentar procesos y

colaborar con otras personas. Dentro de todas sus posibilidades, hay dos herramientas que se destacan cuando se trata de organizar contenidos: los **calendarios editables** y los **tableros estilo Kanban**.

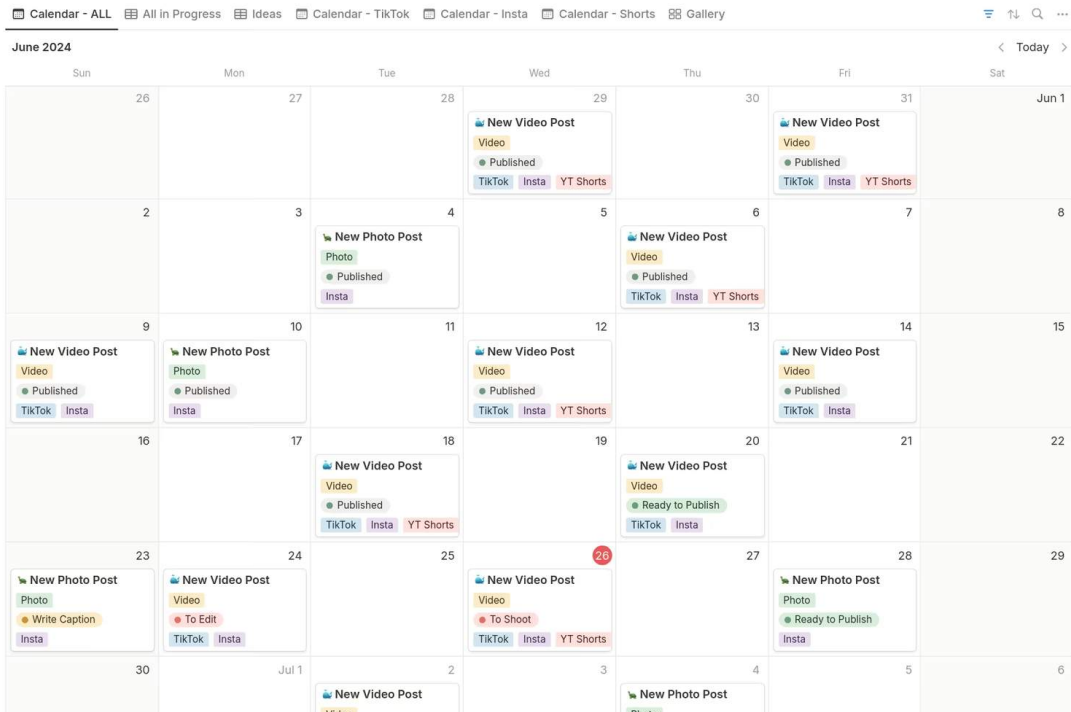
- **Calendarios editables**

A partir de una base de datos, se puede generar un calendario editable en el que cada ítem representa una publicación planificada. Estos ítems se pueden personalizar con etiquetas que indiquen, por ejemplo, el tipo de contenido (video, imagen, historia), el canal al que está destinado (Instagram, TikTok, YouTube Shorts), el estado del contenido (por escribir, listo para publicar, publicado), y el responsable de cada tarea.

Como se observa en la siguiente figura, este tipo de calendario permite visualizar la planificación de manera clara, en función de fechas, y realizar ajustes con facilidad.

Figura 1. Calendario de contenidos en Notion

Social Media Content Calendar



Fuente: Witton, s.f., <https://goo.su/wgAVA3E>

Además del calendario, es posible visualizar la planificación de contenidos en una **vista de tabla**. Esta opción permite ordenar los contenidos por tipo de pieza, estado de avance, fecha de publicación y plataforma.

Figura 2. Calendario de contenidos en Notion - vista en tabla

Social Media Content Calendar

Calendar - ALL | **All in Progress** | Ideas | Calendar - TikTok | Calendar - Insta | Calendar - Shorts | Gallery

Post	Status	Type	Publish Date	Platform
New Video Post	Ready to P...	Video	June 20, 2024	TikTok Insta
New Photo Post	Write Capti...	Photo	June 23, 2024	Insta
New Video Post	To Edit	Video	June 24, 2024	TikTok Insta
New Video Post	To Shoot	Video	June 26, 2024	TikTok Insta YT Shorts
New Photo Post	Ready to P...	Photo	June 28, 2024	Insta
New Video Post	To Shoot	Video	July 2, 2024	TikTok Insta
New Photo Post	Write Capti...	Photo	July 4, 2024	Insta
New Video Post	To Edit	Video	July 7, 2024	TikTok Insta YT Shorts
New Video Post	To Shoot	Video	July 10, 2024	TikTok Insta
New Video Post	In Develop...	Video		TikTok Insta

Fuente: Witton, s.f., <https://goo.su/wgAVA3E>

También se pueden aplicar filtros para trabajar solo con una red social específica o para revisar qué contenidos aún están en proceso. Por ejemplo, si se desea verificar cuántos videos están pendientes de edición para TikTok, esta vista permite hacerlo de forma rápida y clara.

● **Tableros Kanban**

Como explicamos en el módulo anterior, un tablero *kanban* es una forma visual de organizar tareas según su estado dentro de

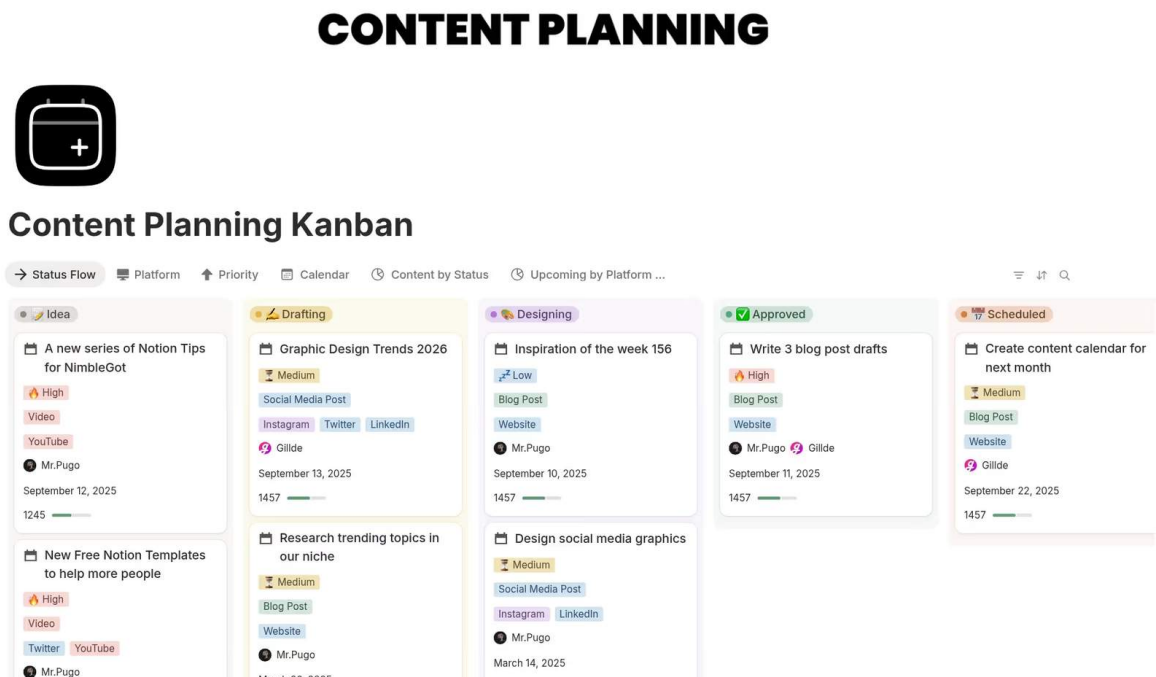
un proceso. Cada columna representa una etapa (por ejemplo: «Por hacer», «En proceso», «Listo para publicar») y cada tarjeta representa una unidad de trabajo, como puede ser una publicación. Este sistema permite ver de un vistazo cómo avanza el trabajo y qué tareas están en cada fase.

En Notion, los tableros *kanban* se configuran a partir de una base de datos y pueden personalizarse según las necesidades del equipo. Es posible definir cuántas columnas se quieren, qué nombre tiene cada etapa, qué propiedades se muestran en cada tarjeta (tipo de contenido, plataforma, prioridad, fecha, etc.) y cómo se organiza la información. Las tarjetas se pueden mover entre columnas con solo arrastrarlas, lo cual facilita el seguimiento del flujo de trabajo.

Una de las ventajas de trabajar con Notion es que los mismos datos pueden visualizarse de distintas formas. Por ejemplo, un calendario de publicaciones —como el de la figura 1— también puede verse como tablero *Kanban*, simplemente cambiando la vista. Esto permite que cada integrante del equipo utilice la presentación que le resulte más útil: mientras algunos prefieren

ver las fechas en un calendario, otros pueden necesitar seguir el avance por etapas desde un tablero.

Figura 3. Tablero *Kanban* en Notion



Fuente: Notion, s.f., <https://goo.su/eMXzXFj>

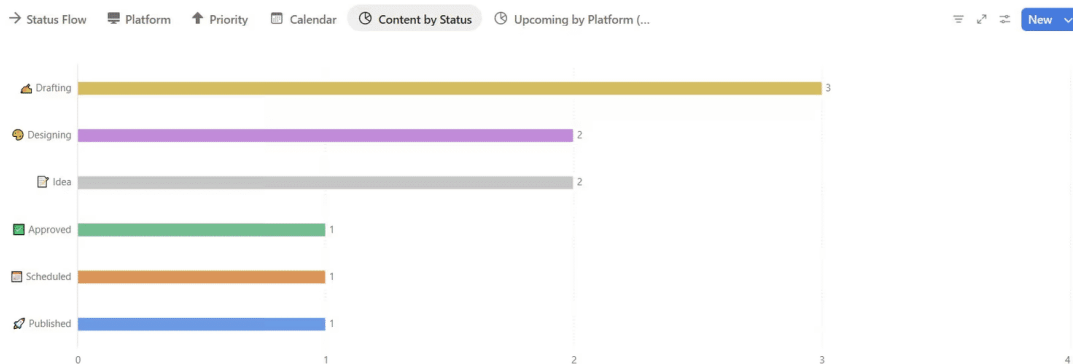
Además, Notion permite representar visualmente la cantidad de contenidos que hay en cada estado mediante gráficos automáticos, como se muestra a continuación.

Figura 4. Contenidos agrupados por estado en Notion

CONTENT PLANNING



Content Planning Kanban



Fuente: Notion, s.f., <https://goo.su/eMXzXFj>

Esto ayuda a dimensionar la carga de trabajo y a detectar posibles cuellos de botella o desequilibrios en la producción. Por ejemplo, si se observa que la mayoría de los contenidos están detenidos en la etapa de diseño y hay pocos en aprobación o publicación, se puede inferir que ese tramo del proceso está concentrando demasiadas tareas o que requiere más tiempo del previsto, lo cual permite tomar decisiones para redistribuir o reorganizar el trabajo.

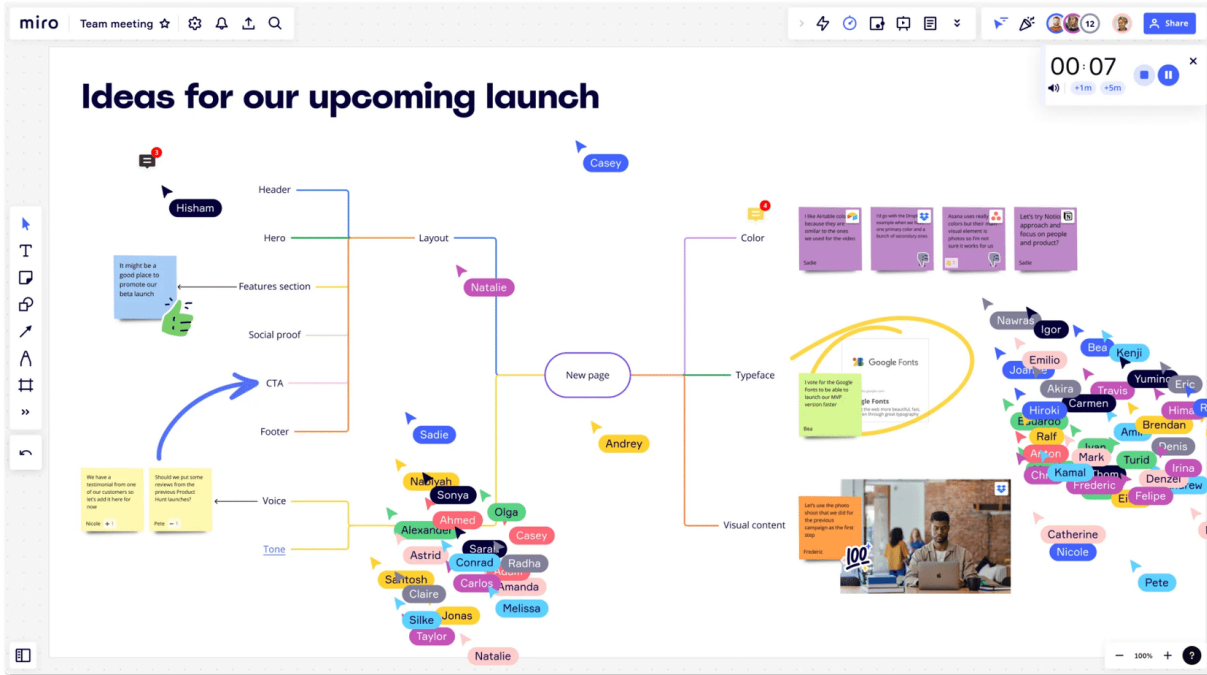
Mapas visuales y planificación colaborativa con Miro

Al igual que Notion, Miro permite planificar contenidos mediante vistas de calendario, listas o tableros. Sin embargo, su mayor fortaleza aparece cuando se lo utiliza como espacio de trabajo visual. A diferencia de herramientas orientadas a organizar datos de forma estructurada, Miro ofrece un lienzo en blanco completamente editable, donde se pueden crear mapas de ideas, esquemas, flujos de trabajo o marcos para lluvia de ideas. En este espacio libre, los equipos pueden ubicar elementos como texto, imágenes, íconos, líneas de conexión, notas adhesivas y comentarios, sin una estructura fija.

Esta lógica resulta especialmente útil en equipos que trabajan de forma remota o distribuida. Al funcionar como una pizarra digital compartida, Miro permite que todas las personas involucradas participen en tiempo real: aporten ideas, sumen materiales, organicen bloques de información y dejen sus observaciones en el mismo entorno. Esto favorece el trabajo colectivo en las etapas más creativas o estratégicas de la planificación de contenidos para social media.

La siguiente figura muestra un ejemplo concreto de trabajo colaborativo, en el que un equipo lleva adelante una instancia de *brainstorming* de manera simultánea, organizando y comentando propuestas dentro de un mismo espacio visual.

Figura 5. *Brainstorming* en Miro



Fuente: Miro, s.f., <https://goo.su/oPkFCy3>

En este caso, el equipo organizó un tablero para planificar el lanzamiento de una campaña, agrupando ideas en torno a distintos ejes como estructura del mensaje, contenido visual, tipografías, tono de voz y uso del color. Cada persona está identificada con su nombre, lo que permite seguir el proceso de forma transparente y en simultáneo. Este tipo de actividades suele formar parte de las etapas iniciales de una campaña, donde se definen ideas generales, criterios estéticos y enfoques temáticos. Una vez completada esta instancia, el trabajo continúa con la producción de las piezas gráficas que formarán parte de los contenidos planificados.

En el siguiente apartado, abordaremos algunas de las plataformas más utilizadas para el diseño de contenido visual en *social media*, con foco en aquellas que permiten crear piezas adaptadas a diferentes formatos, estilos y canales de publicación.

Plataformas diseño de contenido visual

En los últimos años surgieron alternativas más accesibles a las tradicionales herramientas de diseño gráfico, como Illustrator o Photoshop. Estas nuevas plataformas, entre las que se destacan Canva y Adobe Express, permiten crear piezas visuales de manera sencilla, sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Esto no implica que el rol del diseñador pierda relevancia: por el contrario, es habitual que sea la persona que define la línea estética general, con base en la personalidad visual de la marca. Lo que cambió es que, una vez establecida esa identidad, otras personas del equipo —como un *community manager*, por ejemplo— pueden adaptar o replicar piezas utilizando plantillas prearmadas, sin alterar la coherencia visual ni recurrir a programas más complejos. Esta dinámica resulta especialmente útil para agilizar la producción de contenidos cotidianos y mantener una presencia activa en diferentes canales.

Diseño accesible y colaborativo con Canva

Canva se consolidó en los últimos años como una de las plataformas más utilizadas para la creación de piezas visuales en entornos de marketing digital y social media. Su principal ventaja es que permite trabajar a partir de diseños preestablecidos, con una interfaz intuitiva que simplifica cada paso del proceso. Esta dinámica facilita que personas que no se dedican al diseño — como *community managers* o perfiles de contenido— puedan adaptar piezas existentes o generar nuevas publicaciones siguiendo los lineamientos visuales ya definidos por el equipo de diseño. Además, la plataforma ofrece una amplia variedad de recursos y tutoriales que ayudan a mejorar progresivamente las habilidades de quienes la utilizan con frecuencia.

En la imagen, se puede observar cómo la interfaz de Canva organiza las herramientas disponibles: desde la selección de elementos gráficos hasta la aplicación de fondos, tipografías o ilustraciones.

Figura 6. Interfaz de Canva

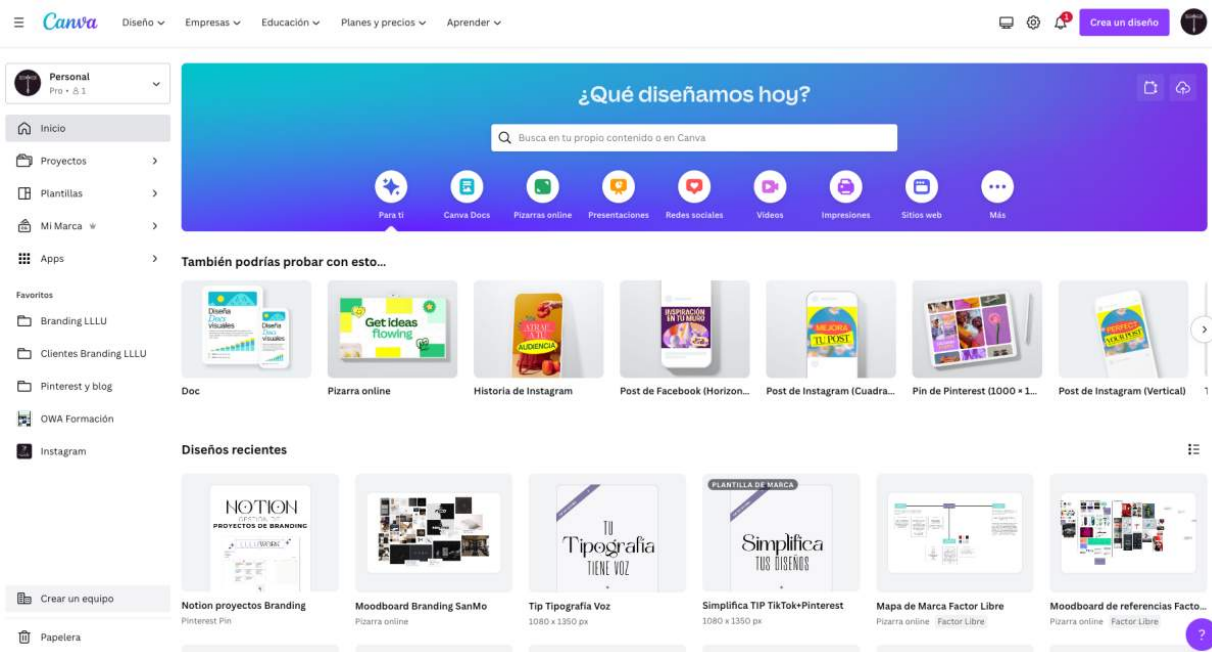


Fuente: [imagen sin título sobre interfaz en Canva], (s.f.), <https://goo.su/HvAXIFm>

A partir de esta estructura simple, es posible elegir una plantilla y personalizarla según los objetivos de cada campaña. También existe la posibilidad de diseñar desde cero, sin partir de un modelo predefinido, lo que brinda mayor flexibilidad a quienes prefieren desarrollar una composición completamente propia.

Otro punto destacado es su enorme biblioteca de diseños prearmados, que incluye formatos específicos para redes sociales, encabezados de correo, infografías, *flyers* y presentaciones, entre otros. Incluso, es posible diseñar *reels* u otros formatos animados.

Figura 7. Formatos específicos para redes sociales en Canva



Esto permite adaptar rápidamente una idea a distintos canales, sin partir de cero en cada caso. Además, para mantener la coherencia visual, la función de *Brand Kit* permite cargar los elementos de identidad de marca (logotipo, paleta, fuentes) y aplicarlos automáticamente a cada pieza.

Cabe señalar que Canva está pensada para el trabajo en equipo: varios usuarios pueden colaborar en un mismo archivo, editar en simultáneo y dejar comentarios. Esta posibilidad resulta especialmente práctica cuando los tiempos son ajustados y las piezas pasan por distintas manos antes de su publicación.

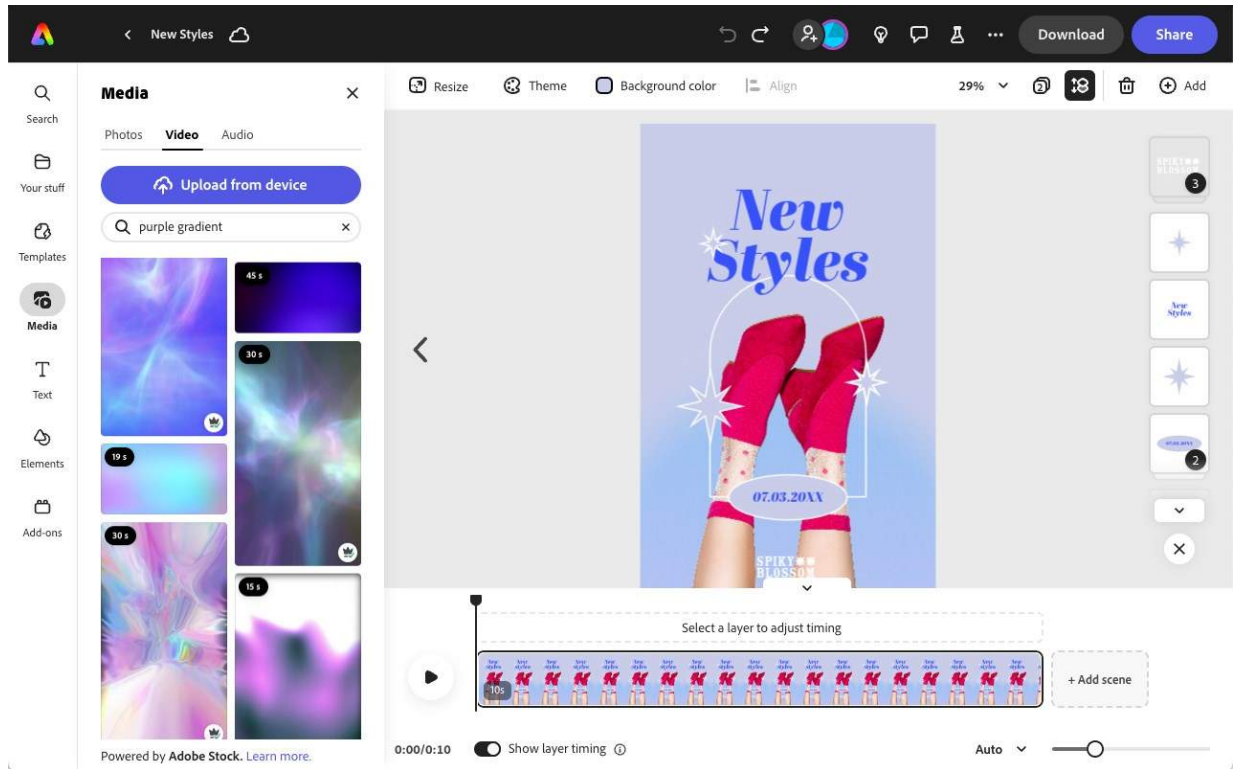
Por último, una de las funciones más integradas al flujo de trabajo en *social media* es el **planificador de contenidos**. Esta herramienta permite diseñar una pieza y, en el mismo entorno, programarla para su publicación en distintas plataformas sociales. Así, se evita tener que exportar archivos o pasar por otras aplicaciones externas. Esto agiliza el proceso y ayuda a mantener una estrategia organizada, desde la creación hasta la publicación de cada contenido.

Adobe Express para la creación de contenido visual

Adobe Express forma parte del ecosistema Adobe, pero está diseñada para un uso mucho más simple que las herramientas profesionales como Photoshop o Illustrator. Esto la convierte en una opción práctica para equipos de *social media* que necesitan producir piezas visuales con agilidad, sin dejar de respetar los lineamientos estéticos definidos por el área de diseño. La lógica de la herramienta combina plantillas listas para usar, recursos visuales integrados y un sistema de edición que retoma elementos del diseño por capas, aunque en un entorno mucho más accesible.

En la siguiente figura se observa la vista de edición de Adobe Express. Esta interfaz reúne, en un mismo espacio, herramientas para importar fotos o videos, elementos decorativos, tipografías y efectos. A su vez, incorpora una línea de tiempo ubicada en la parte inferior, lo que permite ajustar la duración de cada elemento y crear composiciones animadas pensadas para historias, reels o videos cortos. De este modo, la herramienta no se limita a piezas estáticas, sino que facilita la producción de formatos audiovisuales cada vez más utilizados en social media.

Figura 8. Interfaz de Adobe Express



Fuente: Microsoft, s.f., <https://goo.su/is8tjz>

Además de su editor, Adobe Express incorpora un **sistema de complementos** que permite ampliar sus funciones según las necesidades de cada equipo. Estos complementos incluyen bibliotecas adicionales de imágenes y videos, herramientas para animar títulos, opciones para generar subtítulos automáticos, bancos de música y recursos basados en inteligencia artificial, entre otros. Este enfoque modular hace posible personalizar la herramienta y sumar solo aquello que resulte útil para el tipo de contenido que se produce en social media.

Otra característica relevante es la organización de recursos de marca. Adobe Express permite guardar paletas de color, tipografías, logos y estilos visuales para que estén disponibles en todos los proyectos, lo que ayuda a mantener la coherencia estética definida por el diseñador. A esto se suma la posibilidad de compartir archivos con otras personas del equipo para revisar o hacer ajustes, lo cual facilita el trabajo colaborativo cuando una pieza pasa por varias etapas antes de publicarse.

En contextos donde la producción diaria de contenidos demanda dinamismo, esta plataforma se integra de manera natural al flujo de trabajo y contribuye a sostener una estética consistente a lo largo de todas las publicaciones.

[CONTINUAR](#)

2. Herramientas para programación y automatización de contenidos

2. Herramientas para programación y automatización de contenidos

En la unidad anterior nos enfocamos en las herramientas que permiten organizar el trabajo y producir contenidos de manera colaborativa. Ese orden previo —tanto en la planificación como en la creación de piezas visuales— es el punto de partida para avanzar hacia una nueva etapa del proceso: la programación de publicaciones y la automatización de tareas. Una vez que el contenido está diseñado y aprobado, surge la necesidad de coordinar fechas, distribuir publicaciones entre distintos canales y sostener una dinámica constante sin depender de intervenciones manuales en cada momento.

En esta unidad nos detendremos en las herramientas que permiten programar contenidos en múltiples cuentas, organizando el calendario de publicaciones desde un único lugar.

Por otro, analizaremos funciones orientadas a la automatización de tareas, que facilitan acciones como la adaptación de formatos, la generación de variantes de contenido o la optimización de procesos repetitivos.

Programación de contenidos en plataformas multicuenta

Como mencionamos anteriormente, herramientas como Notion y Miro permiten organizar y calendarizar contenidos, lo que contribuye a mantener el orden general del trabajo y a visualizar el calendario editorial. También vimos que Canva incorpora la opción de programar y publicar piezas directamente, lo cual resulta práctico cuando el diseño y la gestión conviven en la misma plataforma. Sin embargo, para trabajar con múltiples cuentas y coordinar publicaciones en distintos canales, existen herramientas creadas específicamente para esa función.

Entre ellas se encuentran plataformas como Meta Business Suite, Later, Buffer u Hootsuite. Esta última es una de las más adoptadas por agencias grandes y equipos que gestionan volúmenes elevados de contenido, ya que permite coordinar numerosas cuentas, integrar distintos perfiles de usuario y administrar flujos de aprobación más complejos. En paralelo, Metricool se ha expandido entre profesionales independientes, pymes y equipos pequeños, ofreciendo una estructura clara y

accesible para programar contenidos en varios canales desde un mismo panel. A continuación, desarrollaremos ambas herramientas —Hootsuite y Metricool— para comprender cómo se organiza la programación cuando se gestionan múltiples cuentas con necesidades diferentes.

Programación de contenidos con Hootsuite

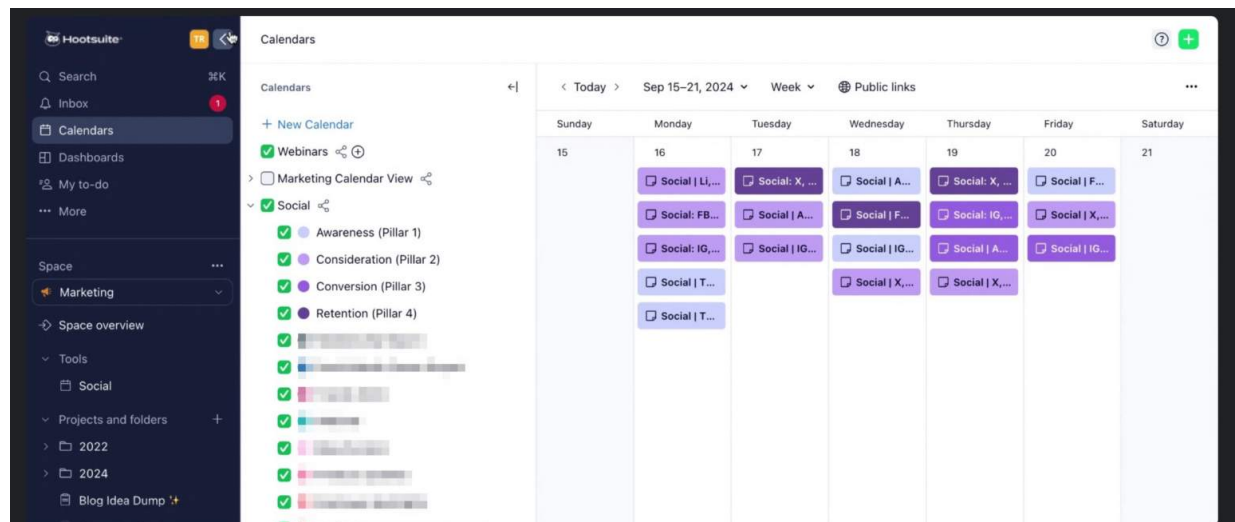
Hootsuite es una plataforma pensada para gestionar publicaciones de distintas cuentas desde un único panel. Su estructura está diseñada para que equipos y agencias puedan trabajar con varios perfiles sin necesidad de ingresar a cada red social por separado. Una vez que las cuentas están conectadas, la herramienta permite crear, programar y revisar contenidos de manera integrada, lo que ayuda a sostener un flujo de trabajo ordenado.

La programación comienza en el editor de publicaciones, donde se cargan imágenes, videos o enlaces y se redacta el texto. Desde ese mismo editor es posible seleccionar varias redes sociales a la vez y adaptar el contenido según las necesidades de cada una. Por ejemplo, se puede ajustar el *copy* para LinkedIn, incluir un enlace en Facebook o modificar el formato para Instagram sin cambiar de pantalla. Esta flexibilidad resulta útil cuando una misma campaña debe adaptarse a distintos canales con variaciones mínimas.

Una vez que el contenido está listo, se define la fecha y la hora de publicación. Hootsuite permite programar piezas individuales, duplicarlas para diferentes momentos del mes o moverlas dentro del calendario mediante arrastrar y soltar. Esta dinámica facilita reorganizar semanas completas sin tener que eliminar ni volver a cargar el material.

El calendario visual es uno de los espacios más utilizados dentro de la plataforma. Allí se pueden ver todas las publicaciones distribuidas por día, semana o mes, con colores que permiten distinguir cuentas, campañas o tipos de contenido.

Figura 9. Calendario de contenido en Hootsuite



Fuente: Hootsuite, 2025, <https://goo.su/W0PKRvb>

Como se observa en la figura, el calendario permite activar o desactivar distintos grupos de contenidos —como pilares temáticos o cuentas específicas— para revisar únicamente la información necesaria en cada momento. También es posible visualizar varias redes sociales en simultáneo y reorganizar publicaciones directamente desde esta vista. Esta estructura resulta especialmente útil para equipos que gestionan múltiples marcas, ya que permite anticipar la carga de trabajo de la semana, detectar vacíos en la programación y ajustar el plan sin salir del entorno de publicación.

Programación de contenidos con Metricool

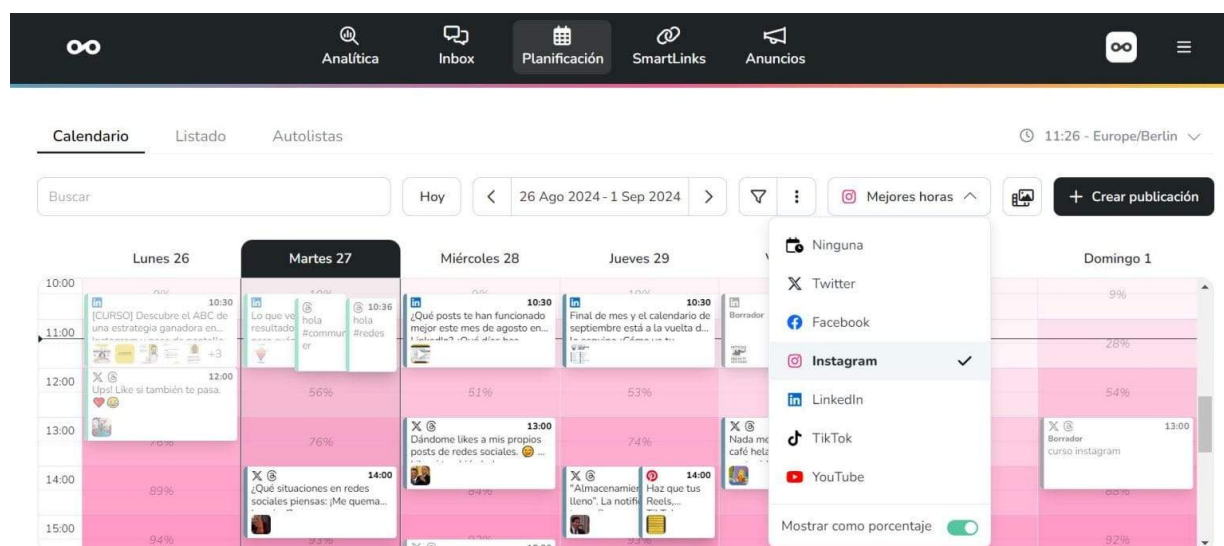
Metricool es una herramienta muy utilizada para la gestión diaria de contenidos en social media, especialmente por community managers, emprendedores y equipos pequeños. Su principal fortaleza es la simplicidad: ofrece un entorno de programación visual, fácil de interpretar, que permite manejar varias cuentas desde un mismo lugar sin la complejidad operativa de plataformas más robustas. En comparación con Hootsuite —más orientada a agencias y equipos grandes— Metricool resulta más accesible tanto en uso como en costo, lo que explica su amplia adopción en entornos de trabajo más reducidos.

La programación se realiza desde un calendario que centraliza todas las publicaciones conectadas a las distintas redes sociales.

Allí se puede crear cada pieza, elegir el canal, cargar imágenes o videos y ajustar el copy según la plataforma. Metricool también permite visualizar cómo se verá la publicación en cada red antes de programarla, lo que agiliza el proceso y reduce errores al adaptar el contenido a distintos formatos.

Una de sus funciones más distintivas es la vista de «mejores horas», una capa de color que aparece sobre el calendario y que indica los momentos con mayor actividad de la audiencia. Esto permite elegir rápidamente los horarios más convenientes para publicar sin necesidad de revisar métricas externas. Además, al igual que en Hootsuite, las publicaciones pueden moverse arrastrando y soltando, lo que facilita reorganizar semanas completas en pocos minutos.

Figura 10. Calendario de programación en Metricool



En la figura se observa cómo el calendario concentra publicaciones de diferentes redes —como Instagram, Twitter, LinkedIn o TikTok— junto con la capa de color que sugiere los horarios de mayor rendimiento. También puede verse el menú de selección de plataformas, desde el cual se eligen las cuentas activas para cada publicación. Esta organización clara y accesible vuelve a Metricool especialmente práctico para quienes gestionan marcas pequeñas o medianas, o para quienes necesitan una herramienta ágil para el trabajo cotidiano.

Ahora que sabemos cómo se organiza y programa el contenido en distintas plataformas multicuenta, avanzaremos ahora hacia un nuevo nivel del trabajo operativo: **la automatización de tareas**, un conjunto de funciones que permite agilizar procesos repetitivos y mantener una actividad constante sin depender de intervenciones manuales permanentes.

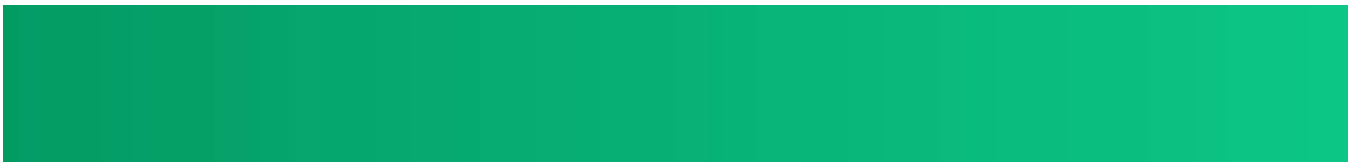
Automatización de tareas en la gestión de publicaciones

Cuando hablamos de automatización en *social media* nos referimos a aquellas funciones que permiten que ciertas tareas se ejecuten sin intervención manual constante, ya sea mediante reglas predefinidas, flujos recurrentes o sistemas que distribuyen

contenido automáticamente. Este enfoque no reemplaza la planificación ni la supervisión, pero sí ayuda a reducir tareas repetitivas y a sostener la actividad diaria en los distintos canales. En este apartado retomaremos dos de las herramientas vistas anteriormente —Metricool y Hootsuite— para revisar sus funciones de automatización, y sumaremos una tercera plataforma, Buffer, que trabaja con un sistema de colas: un mecanismo que permite cargar una lista de contenidos y dejar que la herramienta los publique de manera automática según una frecuencia establecida.

Automatización de contenidos con las autolistas de Metricool

Dentro de Metricool, las autolistas funcionan como un sistema que permite automatizar la publicación de contenidos a partir de una secuencia previamente organizada. En lugar de programar cada pieza de manera individual, se crea una lista de publicaciones que la herramienta irá distribuyendo según los días y horarios definidos. Esta lógica es especialmente útil para sostener la actividad en distintos perfiles cuando el equipo tiene una alta carga operativa o cuando ciertos contenidos pueden rotar de manera periódica sin necesidad de supervisión constante.



Las autolistas resultan apropiadas para gestionar contenidos atemporales, promociones que se repiten a lo largo del mes, publicaciones educativas o campañas de visibilidad que requieren una presencia continua. Al configurarlas, se establecen parámetros generales —como el nombre de la lista, si será circular o no, y en qué redes se publicará— y a partir de allí Metricool se encarga del resto. En otras palabras, una vez que el contenido está cargado y los horarios definidos, la herramienta ejecuta el calendario automáticamente.

En la figura se observa cómo Metricool organiza este sistema en un panel unificado. La interfaz muestra, a la izquierda, las distintas autolistas creadas, y en el centro, los elementos principales de configuración: redes activadas, días y horas de publicación y el listado de contenidos. Esta presentación facilita la supervisión general, ya que permite ver rápidamente qué listas están activas, qué redes participan y cuántas piezas quedan pendientes por publicar. Además, cada ítem de la lista puede activarse, pausarse o cambiar de posición con un clic, lo que aporta flexibilidad sin alterar la estructura general.

Figura 11. Autolistas en Metricool

productos. Cuando la repetición está desactivada, en cambio, cada publicación se ejecuta una sola vez y luego se descarta.

Otro aspecto relevante es la diversidad de formatos para cargar contenido. Metricool permite agregar publicaciones manualmente, importar un archivo CSV o vincular un *feed* RSS (*really simple syndication*), que es un archivo que genera automáticamente un sitio web —generalmente, un blog, un medio digital o una página con publicaciones frecuentes— y que contiene todas sus actualizaciones en orden cronológico. Esta última opción resulta especialmente práctica para equipos que generan contenido editorial con frecuencia, ya que el sistema detecta las novedades y las integra a la lista sin necesidad de intervención. De este modo, el flujo de contenido se mantiene actualizado de forma automática.

Finalmente, la vista general de autolistas permite revisar de manera clara qué listas están activas, cuánto contenido tienen cargado y qué elementos están pausados. Esta organización facilita el seguimiento y evita tener que ingresar a cada publicación de forma individual. En términos operativos, las autolistas funcionan como un apoyo para sostener el flujo de publicaciones cuando el equipo necesita distribuir tareas o anticipar trabajo, ya que concentran en un solo espacio todo el contenido que se publicará de manera automática. De este modo, la herramienta contribuye a ordenar el proceso sin

reemplazar las decisiones estratégicas ni la supervisión del calendario editorial; es decir, los temas que se van a trabajar, los formatos, etc.

Automatizaciones básicas en Hootsuite

Dentro de Hootsuite existen algunas funciones que permiten automatizar tareas relacionadas con la gestión diaria de contenidos. Si bien la plataforma se destaca principalmente por su capacidad de programar publicaciones en múltiples cuentas, también incorpora herramientas que ayudan a agilizar procesos operativos que suelen repetirse con frecuencia. A continuación, revisaremos dos de las funciones más utilizadas: las respuestas automáticas y la republicación de contenido.

- **Respuestas automáticas**

Hootsuite permite configurar mensajes automáticos para determinados canales, principalmente en los mensajes directos. Esta función resulta útil cuando se recibe un volumen alto de consultas o cuando es necesario asegurar que cada mensaje tenga una primera respuesta inmediata. Las respuestas automáticas pueden utilizarse para confirmar que el mensaje fue

recibido, indicar los horarios de atención o derivar a otros canales como un formulario, un sitio web o un número de WhatsApp.

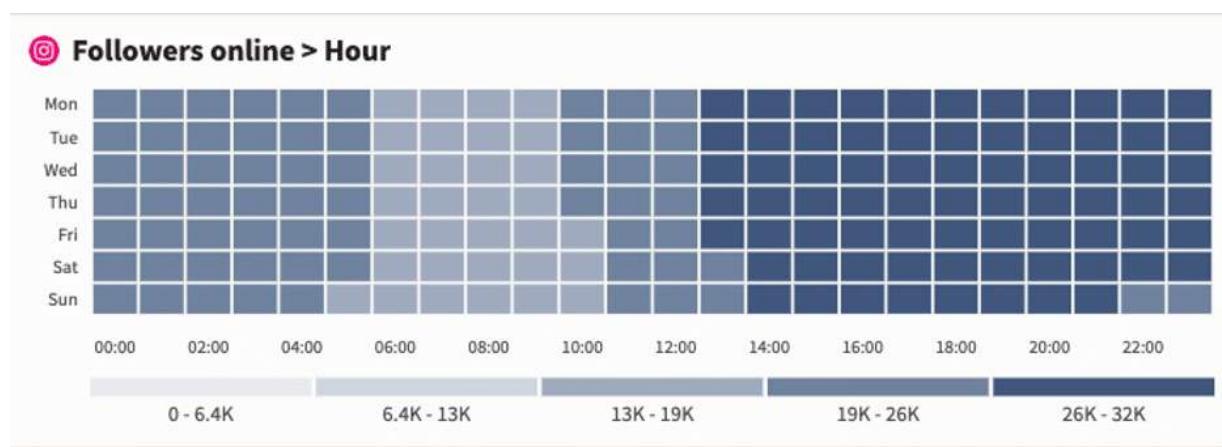
Este recurso no reemplaza la atención personalizada, pero sí ayuda a ordenar la llegada de consultas y a evitar que los usuarios queden sin respuesta en momentos de mayor actividad. Además, permite unificar criterios dentro del equipo, ya que todos los perfiles vinculados a una cuenta reciben el mismo mensaje inicial antes de continuar la conversación de forma manual.

- **Republicación automática y recomendaciones de horarios**

Otra herramienta de automatización presente en Hootsuite es la posibilidad de republicar contenido de forma periódica o sugerida. Esta función está pensada para aquellas piezas que pueden utilizarse más de una vez, ya sea porque conservan su vigencia o porque forman parte de una estrategia de recordatorios regulares. La plataforma permite seleccionar determinadas publicaciones y programar su reutilización siguiendo una frecuencia definida.

Además, Hootsuite incorpora un sistema que recomienda horarios de publicación a partir del comportamiento real de la audiencia de cada perfil. Es decir, la herramienta analiza cuándo suelen estar conectados los seguidores de esa cuenta en particular y propone las franjas horarias más convenientes. En la siguiente figura se observa una matriz que organiza los días y horas de la semana: los tonos más oscuros representan los momentos con mayor cantidad de seguidores en línea.

Figura 11. Horarios con mayor actividad de seguidores en Hootsuite



Fuente: Hootsuite, 2024, <https://goo.su/g30sg>

Esta visualización facilita ajustar la agenda de publicaciones sin necesidad de revisar métricas avanzadas. Para equipos que manejan varias cuentas o que planifican grandes volúmenes de

contenido, este tipo de recomendación funciona como un apoyo para decidir rápidamente en qué momentos conviene reforzar la presencia.

Buffer: automatización mediante sistemas de colas de contenido

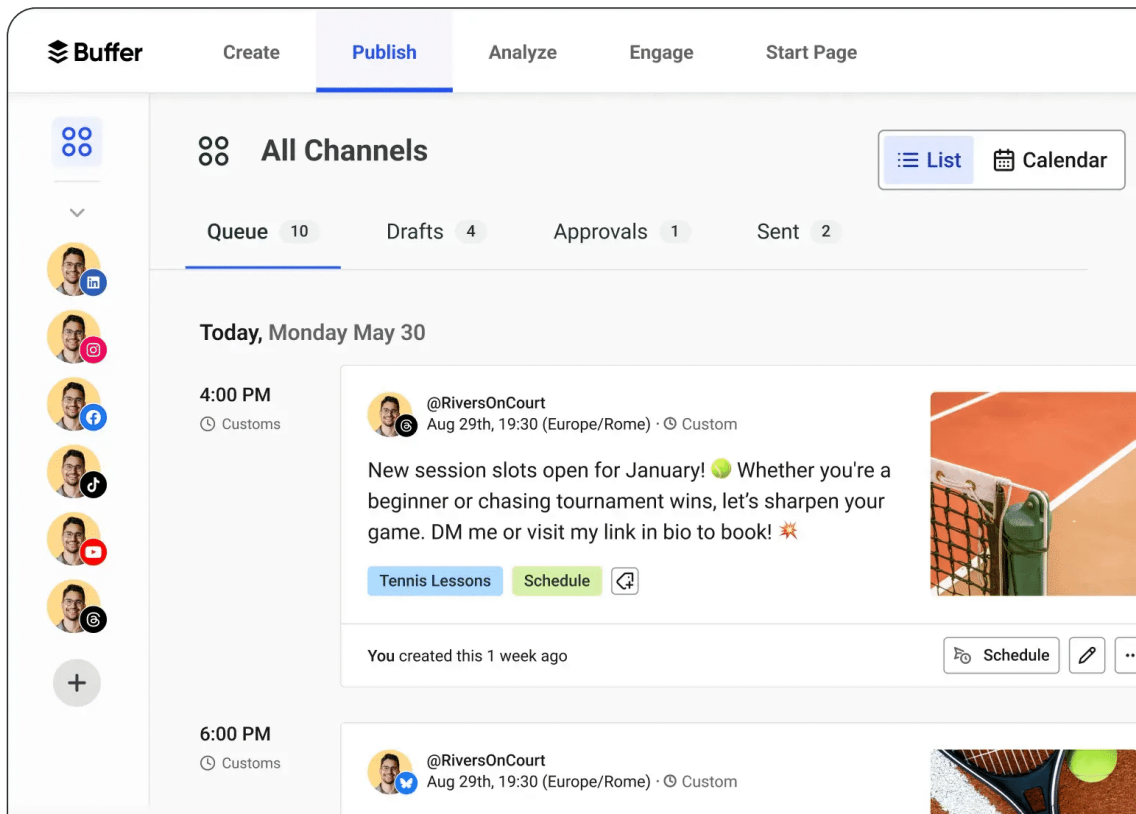
Buffer plantea una forma distinta de automatizar la publicación en redes sociales. A diferencia de herramientas como Hootsuite, que se apoyan en la programación puntual de cada publicación, Buffer organiza el flujo de contenidos a partir de un sistema de colas. Este enfoque permite mantener una frecuencia estable sin necesidad de definir manualmente la fecha exacta de cada pieza. En vez de programar uno por uno los posteos, el equipo configura horarios semanales fijos, y la plataforma los ocupa de manera automática con los contenidos que se hayan cargado previamente

El funcionamiento parte de un elemento central: la definición de los «slots» o huecos de publicación. En Buffer, cada cuenta tiene horarios fijos asignados para publicar a lo largo de la semana. Por ejemplo, una marca puede decidir que en Instagram publicará los lunes a las 10:00, los miércoles a las 14:00 y los viernes a las

18:00. Esos tres momentos quedan guardados como parte de su rutina semanal. A partir de ahí, el equipo solo debe cargar contenido en la cola, sin elegir fecha ni hora. Si la cola contiene cinco publicaciones, Buffer las ordenará automáticamente: la primera saldrá el lunes a las 10:00, la siguiente el miércoles a las 14:00, y así sucesivamente. Si durante la semana se agrega un nuevo contenido a la cola, este quedará ubicado para el próximo «slot» disponible. De este modo, la herramienta automatiza el ritmo de publicación sin necesidad de programar cada pieza de forma individual.

En la siguiente figura se observa la vista de cola de Buffer, donde las publicaciones aparecen ordenadas según el próximo «slot» disponible. Cada tarjeta indica el horario asignado, el canal correspondiente y el contenido que saldrá automáticamente en ese momento. Esta organización permite visualizar de un vistazo qué saldrá primero, qué queda pendiente y cómo avanza la semana sin necesidad de programar fecha por fecha.

Figura 12.



Fuente: Buffer, s.f., <https://goo.su/7XbxgmR>

La carga de contenido también se simplifica. En lugar de ingresar al calendario para programar una publicación específica, Buffer incorpora la función Add to Queue, que permite enviar cualquier pieza directamente a la cola de la red social que elijamos. Esto puede hacerse desde el propio editor de la plataforma o incluso desde el navegador, a través de una extensión. Si el equipo encuentra un artículo, una novedad o un material relevante, basta con presionar el botón para que Buffer lo ordene automáticamente en la próxima posición disponible.

Al trabajar con colas separadas por red social, es posible definir **ritmos distintos según cada canal**. Por ejemplo, una marca puede publicar tres veces por semana en Instagram, una vez por día en X y dos veces por semana en LinkedIn, sin que el equipo tenga que gestionar cada secuencia por separado. Cada red mantiene su propio horario, su cola independiente y su flujo automatizado, lo que permite ajustar la estrategia sin duplicar esfuerzos.

Este enfoque es especialmente útil para equipos que necesitan sostener actividad continua, pero que no pueden dedicar tiempo a programar manualmente cada pieza. La automatización mediante colas permite cargar contenido en bloque cuando la agenda lo permite y dejar que Buffer se encargue del orden y la regularidad. Además, la herramienta avisa si una cola está por quedarse vacía, lo que ayuda a mantener la planificación al día sin necesidad de revisar constantemente el calendario.

Con estas herramientas de programación y automatización cerramos el recorrido operativo del módulo. En el siguiente, avanzaremos hacia una dimensión complementaria del trabajo en social media: la gestión de campañas pagas y la construcción de una estrategia omnicanal, donde la planificación orgánica se articula con la pauta publicitaria y la presencia en distintos puntos de contacto.

CONTINUAR

Referencias

Buffer, (s.f.). *Share to any social channel*. <https://buffer.com/publish>

Hootsuite, (2024). El mejor momento para publicar en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. <https://blog.hootsuite.com/es/mejor-momento-publicar-redes-sociales/>

Hootsuite, (2025). *Cómo crear un calendario de redes sociales en 4 pasos simples*. <https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>

[Imagen sin título sobre interfaz en Canva], (s.f.). <https://illu.es/canva-identidad-marca/>

Microsoft, (s.f.). *Adobe Express*. <https://apps.microsoft.com/detail/9p94lh3q1cp5?hl=es-ES&gl=ES>

Metricool, (2025a). *Mega tutorial de Metricool: todas sus funcionalidades*. <https://metricool.com/es/mega-tutorial-metricool/>

Metricool, (2025b). *Autolistas Metricool: automatiza tus redes sociales*.
<https://metricool.com/es/autolistas-redes-sociales/>

Miro, (s.f.). *Lluvia de ideas*. <https://miro.com/es/lluvia-de-ideas/que-es-lluvia-ideas/>

Notion, (s.f.). *Content Planning Kanban*.
https://www.notion.com/templates/content-planning-kanban?srltid=AfmBOoqDlzxmyV_2Ylxy_loyla7iT_1b_L2hd_sFwX6vt0GGk5ab562E

Witton, (s.f.). *My calendar*. Notion.
<https://www.notion.com/es/templates/my-calendar>

CONTINUAR

Lección 4 de 4

Descarga en PDF
