



Guía Básica para Publicidad en Facebook e Instagram

Estrategias creativas para emprendedores

Elaborado por *Jenny* Diseña

¿Por qué tu marca necesita estar en redes sociales?

Las redes sociales no solo son escaparates digitales, son espacios vivos donde tus clientes te descubren, interactúan y se conectan emocionalmente con tu proyecto. Hoy más que nunca, tener una presencia en plataformas como Facebook e Instagram es imprescindible para cualquier emprendedor.

1. Antes de Publicar: Lo que toda marca debe tener claro.

Define tu objetivo:

¿Quieres vender, ganar visibilidad o fidelizar a tu comunidad?

Conoce a tu cliente ideal:

Edad, intereses, comportamientos, necesidades específicas.

Construye tu identidad visual:

Colores, tipografías, estilo gráfico y tono de comunicación coherente.

Ejercicio interactivo:

Completa esta frase: "Mi marca transmite _____ y quiero que mis seguidores sientan _____."

2. Publica con estrategia, no por costumbre.

No hace falta publicar todos los días, pero sí hacerlo de forma estratégica y constante.

Calendario semanal sugerido:

Lunes: Inspiración o dato útil (branding).

Miércoles: Producto o servicio (venta).

Viernes: Encuesta, reels o pregunta (interacción).

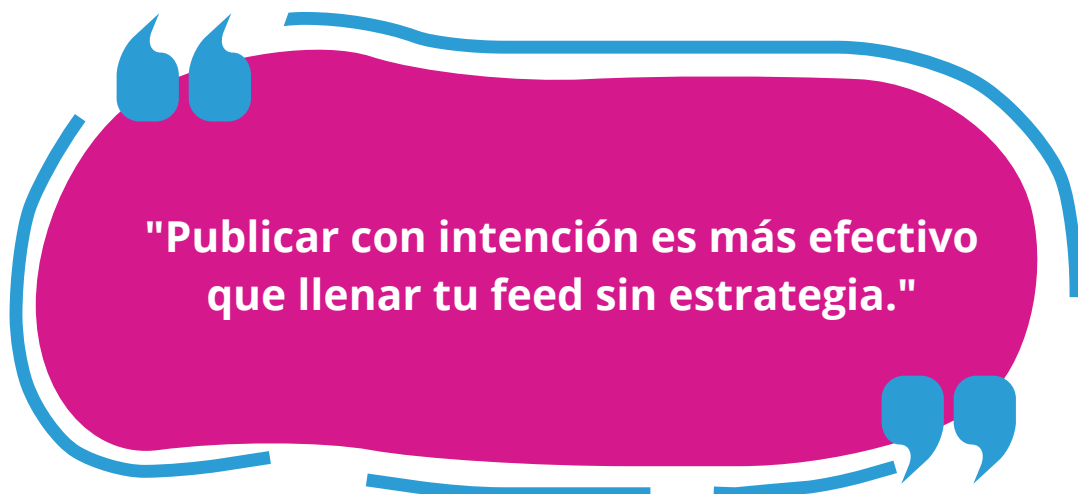
Ejemplo de calendario de 3 días:

Lunes: Publica una frase inspiradora con el estilo gráfico de tu marca.

Miércoles: Comparte un producto o servicio con un diseño atractivo.

Viernes: Lanza una encuesta o reel con música en tendencia.

Consejo:



3. Contenido que conecta de verdad.

Educativo: Tips, guías, tutoriales.

Inspirador: Frases, testimonios, historias de transformación.

Promocional: Ofertas, novedades, lanzamientos.

Cercano: Tu proceso, el detrás de cámaras, quién hay detrás de la marca.

4. Diseño estratégico para tu marca.

Claves visuales:

Coherencia de marca (color, tipografía, estilo gráfico).

Simplicidad y claridad en el mensaje.

Uso de imágenes de buena calidad y atractivas.

Tamaños recomendados:

Instagram (post cuadrado): 1080x1080 px.

Instagram (reel o historia): 1080x1920 px.

Facebook (imagen compartida): 1200x630 px.

¿Un diseño para Instagram sirve en Facebook?

Sí, especialmente los posts cuadrados (1080x1080 px) que funcionan perfectamente en ambas plataformas.

5. Publicidad pagada: cómo empezar sin miedo

Empieza con campañas pequeñas y objetivos claros.

Usa Facebook Ads Manager en lugar de solo promocionar publicaciones.

Segmenta por intereses, ubicación, edad y comportamientos.

Tips sobre audiencia y horario en España (2025):

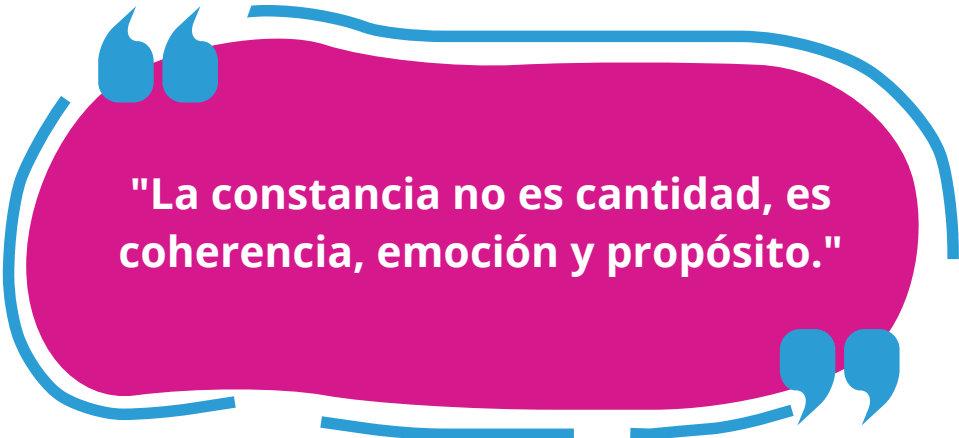
Instagram: Audiencia principal entre 18 y 34 años. Mejores horarios de conexión: 13:00 - 15:00 h y 19:00 - 21:00 h.

Facebook: Audiencia más amplia (25 a 55+ años). Mejores horarios: 10:00 - 12:00 h y 17:00 - 19:00 h.

Tendencia 2025: El contenido más efectivo combina reels dinámicos, storytelling auténtico, y diseño visual estratégico. Usar música en tendencia, textos cortos y visuales coherentes con tu marca mejora notablemente el alcance.

6. Cierre motivacional

Tu comunidad no se construye con publicaciones masivas, sino con presencia constante, diseño gráfico estratégico y mensajes que conecten con tus valores.



"La constancia no es cantidad, es coherencia, emoción y propósito."

¿Y ahora qué sigue?

Próxima guía: Cómo crear anuncios que convierten sin parecer vendedor 24/7.

En JennyDiseña siempre damos tipo y consejos GRATIS.



¿Te gustó esta guía? ¡Hay más por venir!

Si esta guía te resultó útil, no te pierdas la versión completa donde profundizamos en campañas publicitarias, diseño de contenido que convierte, ejemplos reales y recursos descargables para potenciar tu marca.

Sígueme en redes sociales como @JenniDiseña y no te pierdas más consejos, plantillas y herramientas para llevar tu proyecto al siguiente nivel.

Tu marca tiene mucho por contar. Estoy aquí para ayudarte a hacerlo con estrategia y creatividad.