

Fechas clave para comercio y redes sociales

CALENDARIO COMUNICACIÓN DIGITAL 2026

Comercio de Proximidad



www.comercioasturias.com



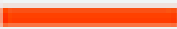
unión de
comerciantes

Principado de Asturias
Principáu d'Asturies



DIGITAL MARKETING
CONTENT PLANNING
CALENDAR
2025 & 2026

Example Month 2025													
Month's content topic:		Growth Mindset & Habits											
Month's main goal:		Gain more followers than during last month											
Day		Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday					
Blog Post	Post Time		Learn: Learn										
	Content		Why developing a growth mindset is important?										
Newsletter	Post Time			Learn: Learn									
	Content			5 Ways to Stimulate Growth Mindset									
Facebook	Post Time	Learn: Learn	Learn: Learn		Learn: Learn		Learn: Learn						
	Content	MEHE about habits	Share a blog post		My personal story about developing a good habit		Share a post (or related article)						
X (Twitter)	Post Time			Learn: Learn		Learn: Learn		Learn: Learn					
	Content			Share inspiring story of someone switching to a good habit		Share a quote about mindset		Share your struggle when switching to a new habit					
Instagram Post	Post Time		Learn: Learn		Learn: Learn		Learn: Learn						
	Content		Personal tip on switching habits		Why growth mindset is important to me?		Why switching to a new habit can be hard?						
Instagram Stories	Post Time	Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn						
	Content	Q&A	Introduce this month's topic, share why it's important to you	Share your personal mindset goals for the month	Ask your audience a question - share answers	Share a book you're currently reading	Q&A						
Instagram Reels	Post Time				Learn: Learn								
	Content				Why growth mindset matters?								
Day		Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday					
Blog Post	Post Time		Learn: Learn										
	Content		Why developing a good habit is important?										
Newsletter	Post Time			Learn: Learn	Learn: Learn								
	Content			5 Ways to Stimulate Growth Mindset	SALE announcement								
Facebook	Post Time	Learn: Learn	Learn: Learn		Learn: Learn	Learn: Learn							
	Content	MEHE about habits	Share a blog post		SALE announcement	My personal story about developing a good habit							
X (Twitter)	Post Time			Learn: Learn	Learn: Learn			Learn: Learn					
	Content			Share inspiring story of someone developing a growth mindset	SALE announcement			Share your struggle when switching to a new habit					
Instagram Post	Post Time		Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn								
	Content		Personal tip on switching habits	Why growth mindset is important to me?	SALE announcement								
Instagram Stories	Post Time	Learn: Learn	Learn: Learn		Learn: Learn	Learn: Learn	Learn: Learn						
	Content	Q&A	Introduce this month's topic, share why it's important to you		SALE announcement	Ask your audience a question - share answers	Q&A						
Instagram Reels	Post Time			Learn: Learn									
	Content			Why growth mindset matters?									
Day		Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday					
Blog Post	Post Time		Learn: Learn										
	Content		Why developing a growth mindset is important?										



La anticipación es el motor del éxito comercial



Evitar la improvisación

Planificar permite que el mensaje llegue en el momento de máxima receptividad del cliente.



Conexión estratégica

Comunicar con sentido ayuda a destacar en un entorno digital saturado de información.



Optimización de recursos

Saber qué viene permite preparar mejores contenidos y ofertas con antelación.



Q1: El inicio del año marca el ritmo del consumo

Enero

7–31 Enero
Rebajas de invierno
Máxima aceptación del mensaje promocional y búsqueda activa de ofertas.

19 Enero
Blue Monday
Fecha mediática ideal para generar conversación y engagement.

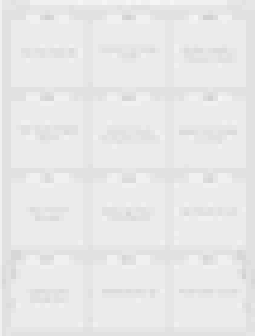
Febrero

14 Febrero
San Valentín
Periodo de consumo emocional; predisposición a comprar detalles y regalos.

Marzo

19 Marzo
Día del Padre
Compra práctica y de decisión rápida con alta respuesta a mensajes directos.

20 Marzo
Inicio de la primavera
Cambio de ciclo que activa el interés por la renovación personal.





Semana Santa 2026: Un bloque estratégico

Periodo completo: 27 marzo – 6 abril

29 Marzo	Domingo de Ramos Inicio de un periodo de mayor consumo de contenido digital en tiempo de ocio.
2 Abril	Jueves Santo Momento de pausa donde el usuario navega más y explora marcas sin urgencia de compra.
3 Abril	Viernes Santo Día de menor actividad comercial directa pero alta exposición a contenidos en redes.

Impacto Digital: Durante este periodo, el usuario cambia la compra por la exploración. Es el momento ideal para **posicionamiento de marca** y generación de deseo antes del regreso a la rutina.

Q2: Emoción y eventos sociales como motores de venta

Mayo

3 Mayo

Día de la Madre

Alta carga emocional que favorece mensajes de cercanía y valor simbólico.

Mayo – Junio

Temporada de comuniones

Eventos sociales donde el consumidor busca confianza y seguridad en el comercio.

Junio

15 – 30 Junio

Fin de curso

Cierre emocional con compras asociadas al agradecimiento y reconocimiento.

21 Junio

Inicio del verano

Cambio de hábitos y mayor uso del móvil para informarse y comprar.



Q3: Del impulso de las rebajas a la planificación de la vuelta

Julio

Rebajas de verano

1–31 JUL

Compra impulsiva orientada al uso inmediato y con menor reflexión previa.

Temporada turística

JUL–AGO

Entrada de nuevos públicos; importancia crítica de la visibilidad digital local.

Agosto

Comunicación estival

TODO AGOSTO

Menor presión comercial; valoración de mensajes cercanos, humanos y de marca.

Septiembre

Vuelta al cole y rutina

1–30 SEP

Segunda gran reorganización del año con aumento de planificación y rutina digital.



Q4: El gran pico de ventas y el cierre del ejercicio

Octubre

Pre-Black Friday

Mes clave para influir en la decisión de compra antes del gran pico de noviembre.

27 Noviembre

Black Friday

Máxima predisposición anual a comprar y alta tolerancia a mensajes comerciales.

30 Noviembre

Cyber Monday

Extensión del comportamiento comprador al entorno 100% digital.

1-24 Diciembre

Campaña de Navidad

Consumo guiado por la emoción, la urgencia y la confianza en el comercio local.

Christmas
SALES

Comunicar con sentido para prosperar



Utilidad real: Una hoja de ruta para eliminar la improvisación diaria.



Cercanía y Valor: Combinar tecnología con la esencia humana del comercio local.



Anticipación estratégica: Alinear su oferta con el estado de ánimo del cliente.



Próximos pasos: Integre estas fechas en su planificación y note la diferencia.





MUCHAS GRACIAS

Cuando la historia es local y auténtica, el impacto es real.

Comunica con intención: no se trata de estar en todas las fechas, sino de elegir aquellas que encajan con tu negocio y tu cliente. Anticipa el calendario, adapta el mensaje al momento emocional de quien te escucha y mantén una presencia coherente. Observa qué genera atención real, ajusta el tono y transforma esa visibilidad local en visitas, ventas y una relación duradera con tu barrio.



985 341 406



info@comercioasturias.com



www.comercioasturias.com