

Universo Transmedia



Luna

Verde

Tattiana Bernal Londoño
Mariana Tabares Ramírez
Miguel Angel Rios Báez

Contenido

Raíz

Podcast Raíces Verdes (Spotify / YouTube)

Este podcast será el producto raíz del universo transmedia de Luna Verde: **un espacio narrativo y editorial que no solo explica ingredientes y procesos, sino que cuenta historias humanas** (de las fundadoras, de las productoras rurales y de la comunidad) para construir confianza, educación y comunidad. Al situar la voz de la marca en un formato serial (**Spotify y versión audiovisual en YouTube**) se logra profundidad en los contenidos, consumo recurrente y la posibilidad de transformar la educación sobre cosmética consciente en prácticas cotidianas.

El formato permite combinar testimonio, divulgación científica accesible y llamado a la acción (**hábitos sostenibles, compra responsable**), alineándose de manera orgánica con los valores de sostenibilidad, transparencia, autocuidado consciente y empoderamiento femenino.

Además, el podcast funciona como eje para alimentar contenidos más cortos y visuales (clips, reels, posts) y para activar a la audiencia en acciones concretas (retos, talleres, CGU).

Green
World

Raíces

Verdes

DESCRIPCIÓN: Conversaciones largas y cercanas con expertas en dermocosmética, productoras locales, líderes ambientales y usuarias que cuentan cómo integran rutinas conscientes. Cada episodio combina: historia, contexto científico accesible, un “tip práctico” y una llamada a la acción vinculada a un reto o recurso en la web.

GÉNERO:
Documental -
educativo.

CANAL: Spotify
(episodios completos
en audio) + YouTube
(episodios con video
largo).

FORMATO

Podcast híbrido: audio principal
(Spotify / plataformas de podcast)
+ versión audiovisual (YouTube).

LANZAMIENTO

Temporada 1 (8 episodios).
Episodio cada 15 días.

Contenido

Expansivo

Mini clips “Sabías que...” (Instagram / Tiktok)

Los mini clips “Sabías que...” se conciben como piezas audiovisuales cortas que funcionan como **puentes entre el contenido raíz y las audiencias jóvenes que consumen formatos dinámicos** en redes sociales.

Su objetivo es compartir los conocimientos transmitidos en el podcast: **frases, cifras, anécdotas o consejos prácticos** que despiertan interés inmediato y motivan a los usuarios a escuchar el episodio completo.

Al seleccionar y editar estos fragmentos, se mantiene la voz auténtica de la marca, se fomenta la curiosidad y se logra visibilidad constante entre publicaciones más largas, alimentando el algoritmo de plataformas como Instagram y TikTok.



Sabias

Qué

DESCRIPCIÓN: Contenido derivado del podcast que condensa mensajes clave de forma ágil y visual. Cada clip incluye un CTA explícito.

GÉNERO:
**Educativo –
informativo.**

CANAL: Instagram
(Reels y Stories) y
TikTok.

FORMATO

Videos cortos verticales (15–60 segundos) adaptados para Reels y TikTok.

LANZAMIENTO

2–3 clips derivados de cada episodio del podcast, publicados en la semana posterior al estreno del episodio.

Contenido

Expansivo

Blog “Diario Verde” (Web y LinkedIn)

El blog “Diario Verde” es el archivo educativo que acompaña cada episodio del podcast y **lo transforma en conocimiento consultable y perdurable.**

Mientras el podcast conecta a nivel emocional y conversacional, el blog ofrece profundidad, referencias y material complementario que fortalece la credibilidad de la marca y facilita la conversión de interés en acciones concretas (compras, talleres, retos).

Al estar alojado en la web de Luna Verde, contribuye al posicionamiento SEO, aumenta el tráfico orgánico y asegura que la narrativa no se pierda en redes sociales.



Diario

Verde

DESCRIPCIÓN: Complementa el podcast ofreciendo información más profunda, visualizaciones (infografías, tablas de ingredientes) y guías paso a paso. Incluye botones de “Escucha el podcast” y “Compra el producto relacionado”.

GÉNERO:
Educativo

CANAL: Sección propia en la página web de Luna Verde / LinkedIn de la marca.

FORMATO

Artículos escritos (800–1.200 palabras) con fotos de alta calidad, infografías, enlaces internos a productos y recursos descargables. Contenido en LinkedIn con toda la información del blog de la web.

LANZAMIENTO

Publicación de un artículo por cada episodio del podcast (quincena).

Contenido

Expansivo

Newsletter “Carta Verde” (Email Marketing)

El newsletter “Carta Verde” es el canal de relación continua con la comunidad, **fortaleciendo la conexión emocional y la fidelidad**. Mientras el podcast y los clips atraen a nuevas personas y el blog educa en profundidad, el newsletter asegura que las seguidoras más comprometidas no se pierdan ningún avance y reciban mensajes en un espacio menos saturado que las redes sociales.

A través de correos quincenales, se comparte una conversación personal y cercana: **reflexiones sobre autocuidado consciente, consejos prácticos de bienestar, recordatorios de retos y talleres**, así como adelantos de futuros episodios y lanzamientos de productos.

Esta estrategia refuerza el arquetipo del Cuidador, mostrando que la marca está presente y acompañando el día a día de su comunidad.



Carta

Verde

DESCRIPCIÓN: Refuerza la relación de cercanía, actualiza sobre los episodios más recientes, da acceso a contenido exclusivo y promueve participación en retos, talleres y lanzamientos de productos.

GÉNERO:
Informativo.

CANAL: Email marketing a base de datos de clientes y suscriptores.

FORMATO

Email quincenal: editorial breve (300–400 palabras).

LANZAMIENTO

Cada 15 días, alineado con los estrenos de episodios.

Contenido

Periférico

Retos 30 Días Conscientes (Instagram Stories)

Los Retos 30 Días Conscientes son una iniciativa participativa que convierte las enseñanzas y consejos del podcast en acciones tangibles para la audiencia. Su propósito **es fomentar hábitos sostenibles y de autocuidado que puedan ser integrados poco a poco en la rutina diaria.**

El formato de reto gamificado impulsa la continuidad entre episodios del podcast y motiva a los seguidores a comprometerse con pequeños cambios, creando un sentido de logro compartido. Los retos se diseñan para ser simples y prácticos, alineados con los valores de la marca: sostenibilidad, autocuidado consciente y empoderamiento.

Además, aprovechan el **formato efímero y dinámico de Instagram Stories, ideal para mantener la interacción diaria** y estimular la creación de contenido por parte de los usuarios.



30 días

Consciente

DESCRIPCIÓN: Motiva a la comunidad a implementar pequeños cambios en sus rutinas, como reducir el uso de plásticos, preparar su propio exfoliante natural o dedicar cinco minutos diarios al autocuidado consciente. Incluye instrucciones simples, hashtags específicos y recompensas simbólicas.

GÉNERO:
Gamificación.

CANAL: Instagram
Stories y Highlights
(para consulta
posterior)

FORMATO

Instagram Stories.

LANZAMIENTO

Cada reto tiene duración de 30 días. Se activa cada dos meses o menos, dependiendo de temporadas específicas.

Contenido

Periférico

Talleres en vivo (Instagram Live)

Los Talleres en vivo son eventos digitales que fortalecen la relación directa entre la marca y la comunidad, **al convertir los temas del podcast en experiencias prácticas y participativas.** Estos talleres generan credibilidad y transparencia, ya que los procesos (por ejemplo, hacer un exfoliante natural, leer etiquetas de cosméticos, practicar rutinas de autocuidado consciente) se muestran en tiempo real, sin filtros.

Además, los talleres en vivo humanizan a la marca: dan voz a las fundadoras, integran a invitadas del podcast y permiten destacar a creadoras o productoras locales, ampliando así el sentido de comunidad y colaboración. El carácter interactivo (preguntas y respuestas, encuestas en vivo, demostraciones) **aumenta la fidelización y la percepción de cercanía y autoridad.**



Talleres

En Vivo

DESCRIPCIÓN: Espacios que combinan enseñanza práctica, diálogo cercano y participación de la comunidad. Incluyen demostraciones en vivo (DIY cosméticos, rituales), interacción mediante preguntas, y promoción de productos alineados con el tema tratado.

GÉNERO:
Educativo –
experiencial.

CANAL: Instagram Live
(para acceso rápido e
informal) y YouTube
Live (para mayor
alcance y archivo).

FORMATO

Transmisiones en directo (Instagram Live y YouTube Live) con presentadora (fundadora de Luna Verde), invitada experta, chat activo y demostraciones prácticas.

LANZAMIENTO

Cada 4–6 semanas, coordinado con los temas más populares del podcast y con fechas conmemorativas.

Contenido



Campaña Mi Ritual Verde (Instagram / TikTok / Youtube Shorts)

La campaña Mi Ritual Verde busca que la comunidad **se convierta en protagonista de la narrativa**, mostrando que los valores de autocuidado consciente, sostenibilidad y conexión con el planeta no son solo mensajes de la marca, sino hábitos reales adoptados por personas reales.

El CGU es clave porque humaniza el mensaje; cuando los usuarios muestran su rutina de autocuidado con los productos de Luna Verde o comparten cómo aplicaron los consejos del podcast, **se genera confianza, prueba social y pertenencia**. Además, aporta frescura y autenticidad, ya que el contenido surge de los propios seguidores, no de la marca, fortaleciendo el rol de Luna Verde como guía y facilitadora.



Mi Ritual

Verde

DESCRIPCIÓN: Invita a la comunidad a compartir cómo viven su rutina de autocuidado consciente: el producto que más usan, un ritual diario o el resultado de un reto. La marca repostea, agradece y destaca a los participantes, fomentando la interacción y el sentimiento de pertenencia.

GÉNERO:
Testimonial –
inspiracional

CANAL: Instagram
(Reels, Stories, feed),
TikTok y Youtube
Shorts (videos cortos)

FORMATO

Publicaciones de usuarios (videos de 15–60 seg, fotos estilo lifestyle, testimonios breves) compartidas en Instagram (feed, stories, reels) y TikTok.

LANZAMIENTO

Campaña continua con picos de activación mensuales