



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos

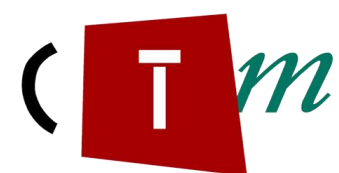


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Centro Tecnológico
Materias Primas Minerales y Materiales

Oficina Acelera Pyme V.3.0 – Región de Murcia



Índice

1. CTM

- a. Nuestra entidad

2. RED.ES

- a. Convocatoria, programa, destinatarios y periodo.

- b. ¿Qué es una Oficina Acelera Pyme?

3. LA OAP V.3.0 – REGIÓN DE MURCIA

- a. Objetivo principal

- b. Principales líneas

4. COLABORADORES

- a. Ayuntamientos

- b. Habilitadores

- c. Asociaciones

01. CTM

Nuestra entidad

Asociación empresarial de investigación Centro Tecnológico de Materias Primas Minerales y Materiales

Áreas y unidades de negocio

Formación, Orientación laboral, Asesoramiento Técnico, Investigación y Desarrollo, Servicios Tecnológicos, Información y documentación, Asesoramiento en Calidad, Laboratorio, Medio Ambiente, Seguridad Industrial, Geología y Topología, Diseño Industrial, Proyectos Industriales y Tecnología de la Información y las Comunicaciones.

Fines

Formar, Informar y Asesorar.



02.

RED.ES



Convocatoria

Convocatoria de ayudas 2025 para la creación de la red de Oficinas Acelera Pyme.

Programa

Desarrollo del emprendimiento tecnológico y la demanda tecnológica, en el marco de la acción estratégica de economía y sociedad digital del programa estatal de I+D+I orientada a retos de la sociedad.

Entidad convocante y otras relacionadas



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



red.es

RED.es

Red.es es una entidad pública adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial.

Desarrollan programas de impulso de la economía digital, la innovación, el emprendimiento, la formación para jóvenes y profesionales y el apoyo a pymes mediante el fomento de un uso eficiente e intensivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

También despliegan programas de implantación tecnológica en los servicios públicos de la Administración –especialmente en Sanidad, Justicia y Educación–, y trabajamos para el desarrollo de las Ciudades e Islas Inteligentes.



The screenshot shows the official website of red.es. The header includes the Spanish flag, the text 'red.es', and navigation links for 'Idioma | ES' and 'Sede electrónica'. Below the header, there are links to 'Dominios.es', 'ONTSI', 'RedIRIS', 'Datos.gob.es', 'SEDIA', and 'España Digital'. The main navigation bar includes 'Iniciativas', 'Actualidad', 'Financiación Europea', 'Sobre nosotros' (which is highlighted), and 'Transparencia'. The 'Sobre nosotros' section features the title 'Quiénes somos' and the subtitle 'Somos un equipo dedicado a trabajar por la convergencia digital con Europa'. A date 'Fecha de Revisión: 13-02-2025' is displayed. To the right is an icon of three people. Below this, the 'Misión, visión y valores' section is shown, containing a list of mission, vision, and values. The values section lists: Compromiso, Orientación al logro, Profesionalidad, Innovación, and Equipo.

red.es Idioma | ES Sede electrónica

Dominios.es ONTSI RedIRIS Datos.gob.es SEDIA España Digital

red.es Iniciativas Actualidad Financiación Europea **Sobre nosotros** Transparencia

Sobre Nosotros

Quiénes somos

Somos un equipo dedicado a trabajar por la convergencia digital con Europa

Fecha de Revisión: 13-02-2025

Misión, visión y valores

- **Misión:** promover, de forma sostenible, la transformación digital de la economía, sociedad, servicios públicos y territorios de nuestro país.
- **Visión:** ser referente, nacional e internacional, en la transformación digital para el bienestar de las personas, la competitividad de las empresas y emprendedores, y la eficiencia y eficacia de las administraciones públicas.

Valores de Red.es:

- **Compromiso** - perseverancia, vinculación, entrega, dedicación, responsabilidad.
- **Orientación al logro** - conciliar tensiones, cultura del éxito, resultados.
- **Profesionalidad** - meritocracia, apolítica, transparencia, eficiencia.
- **Innovación** - proactividad, creación, novedad, complejidad, competitividad, iniciativa, originalidad, modo activo.
- **Equipo** - gestión colegiada, unidad de propósito, cohesión en las decisiones, espíritu de equipo, bien común.

03. LA OAP V.3.0 – REGIÓN DE MURCIA

¿Qué es una Oficina Acelera PYME?

Un espacio físico y un espacio virtual.

Se realizan labores de sensibilización y apoyo a las empresas españolas (incluidas las de nueva creación), especialmente las pequeñas y medianas empresas (pymes), autónomos y emprendedores (en adelante, “usuarios de las OAPs”)

Sobre las ventajas y metodologías innovadoras para optimizar el funcionamiento de sus negocios,

Por medio de la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en sus procesos

Para favorecer la demanda de tecnologías innovadoras que contribuyan a la mejora de su productividad.

WEB → acelerapymemurcia.es

Murcia, España

968 741 500

Acelera pyme RM

PRESENTACION COLABORADORES CONSULTORÍA NOTICIAS RECURSOS CONTACTO

El presente proyecto ha finalizado con fecha 4 de mayo de 2023, para cualquier consulta o atención que precise puede contactar con nosotros por medio de la web <https://oaprmurcia.es/> si su empresa se encuentra en un municipio de la Región Murcia de menos de 25.000 habitantes

ir a oaprmurcia.es

Oficina AceleraPyme

Región de Murcia

Las Oficinas Acelera pyme puestas en marcha en toda España por Red.es, entidad pública adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, cuentan con un presupuesto global de 8 millones de euros, de los cuales Red.es aportará 6,3 y las entidades beneficiarias el resto. Las actuaciones están cofinanciadas con fondos FEDER de la Unión Europea, en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España FEDER 2014-2020 (POPE) bajo el lema "Una manera de hacer Europa".

Soporte

Murcia, España

968 741 500

Acelera pyme RM_

PRESENTACION

COLABORADORES

CONSULTORÍA

NOTICIAS

RECURSOS

CONTACTO

Envía tu consulta

Nombre *

Apellidos *

NIF*

Email *

Introduzca una dirección de correo electrónico

Entidad*

Empresa / Entidad / Organismo

NIF Entidad

NIF de Empresa / Entidad / Organismo

Asunto *

Ayudas Kit Digital

Como nos ha conocido*

Eventos

¿Quieres que te llamemos? ¡Déjanos tu teléfono!

+34 XXX XX XXX

Mensaje *

Enviar

☐ Usted consiente, a través de la marcación de la presente casilla, al tratamiento de sus datos con las finalidades descritas en la Política de Privacidad.

Objetivo principal

Apoyar para la generación de soluciones, conocimientos, tecnologías e innovaciones destinadas a la mejora de procesos de digitalización y la creación de productos y servicios tecnológicamente avanzados y de mayor valor añadido que reviertan en el conjunto de las pymes.



Las líneas de acción de nuestra OAP giran sobre 17 ejes

OFICINA Acelera pyme Centro Tecnológico del mármol, piedra y materiales

Acelera la transformación digital de tu PYME

2. Comercio Electrónico

El Comercio electrónico, también conocido como e-commerce, es la **nueva forma de comprar y vender**. Se trata de la compra-venta de productos o servicios a través de **plataformas digitales**, pudiendo ser desde páginas web hasta perfiles o cuentas en redes sociales. Ofrece un importante rango de facilidades tanto a empresas como a consumidores, lo que ha propiciado que se convierta en uno de los elementos más recurrentes de todo el panorama digital en los tiempos modernos.

Más información en nuestra web y redes sociales
acelerapymemurcia.es

Cofinanciado por la Unión Europea MINISTERIO DE INDUSTRIA Fondos Europeos red.es

C004/25-ED CV7
2025/0425/00268271

1. Sitio web y presencia básica en internet
2. Comercio electrónico
3. Gestión de redes sociales
4. Gestión de clientes
5. Business Intelligence y analítica
6. Servicios y herramientas de oficina virtual
7. Gestión de procesos
8. Gestión de la facturación y factura electrónica
9. Comunicaciones seguras
10. Ciberseguridad
11. Presencia avanzada en internet
12. Marketplace
13. Servicio de ciberseguridad gestionada
14. Gestión de clientes con IA asociada
15. Business Intelligence y Analítica con IA asociada
16. Gestión de procesos con IA asociada
17. Puesto de trabajo seguro

04. COLABORADORES

Ayuntamientos

Aledo, Albudeite, Alguazas, Bullas, Ceutí, Moratalla, Abarán, Ricote, Villanueva del Río Segura, Campos del Río, Cehegín, Molina de Segura y Fuente Álamo



*Ayuntamiento
de Albudeite*



AYUNTAMIENTO DE
ALGUAZAS



AYUNTAMIENTO DE MORATALLA



*Ayuntamiento
de Abarán*



Ricote



AYUNTAMIENTO DE
**VILLANUEVA
DEL RÍO SEGURA**



*Ayuntamiento
de Campos del Río*



AYUNTAMIENTO DE CEHEGÍN



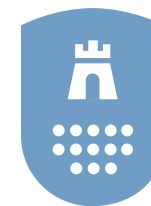
AYUNTAMIENTO DE
**MOLINA
DE SEGURA**



AYUNTAMIENTO
**PUERTO
LUMBRERAS**



BLANCA
AYUNTAMIENTO



Las Torres de Cotillas
ayuntamiento



Ayuntamiento de
Moratalla

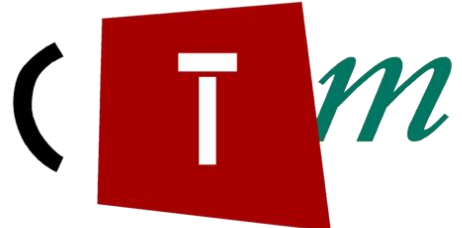
Asociaciones



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

Habilitadores





Centro Tecnológico
Materias Primas Minerales y Materiales



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

OFICINA
Acelera
pyme

dD digitalDot®

IA práctica para comercios



Índice

1. Qué es la IA y cómo puede ayudarte.
 2. Acceso desde el móvil.
 3. Redes sociales: textos, imágenes y planificación.
 4. IA para mejorar la atención al cliente.
 5. Organización y ahorro de tiempo.
 6. Ideas comerciales y creatividad.
 7. Seguridad: qué sí y qué no compartir.
 8. Recursos.
-

01. Qué es la IA y cómo puede ayudarte

LA IA, tu nuevo “amigo” invisible

La IA es un “**asistente digital**” que genera textos, imágenes, ideas, resúmenes...

Sirve para **ahorrar tiempo** y para manejar un mayor número de datos de forma más efectiva.

Puede mantener **conversaciones** naturales con los usuarios, respondiendo preguntas, ofreciendo sugerencias o incluso contando chistes.

Puede adaptarse a **diferentes estilos** de conversación y contextos.

➡ ¡OJO! Puedes equivocarse, inventar datos y darte la razón (aunque no la tengas).

Qué puedes hacer con ella

- ➡ Generar logos, textos, esquemas.
- ➡ Contenido para redes sociales.
- ➡ Analizar datos, espiar a la competencia...



ChatGPT



perplexity



Grok



Claude



Gemini



deepseek

Para qué la vamos a usar hoy:

- ➡ Redactar mensajes
- ➡ Textos para RRSS
- ➡ Crear imágenes
- ➡ Descripciones de productos
- ➡ Contestar correos y crear presupuestos
- ➡ Dar respuestas a reseñas...



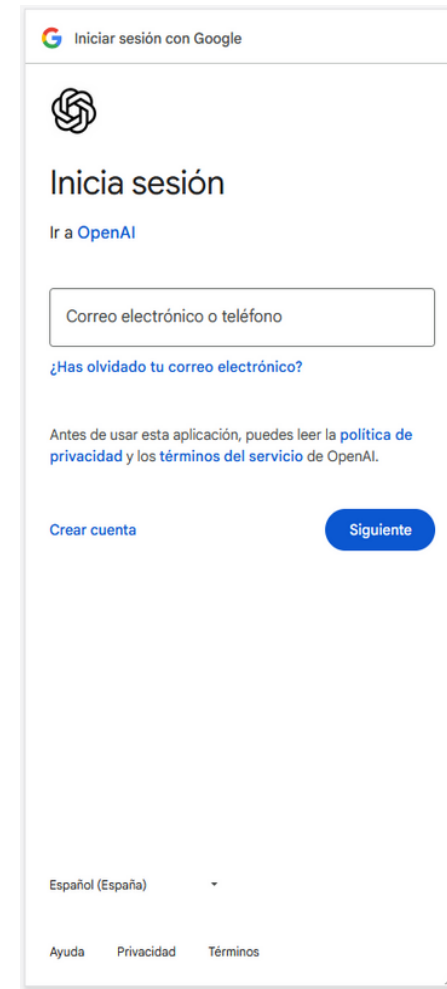
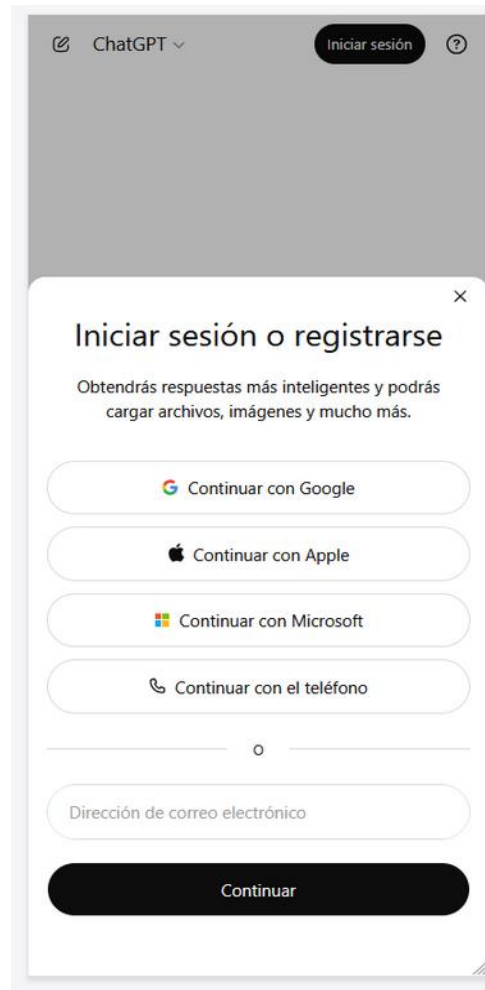
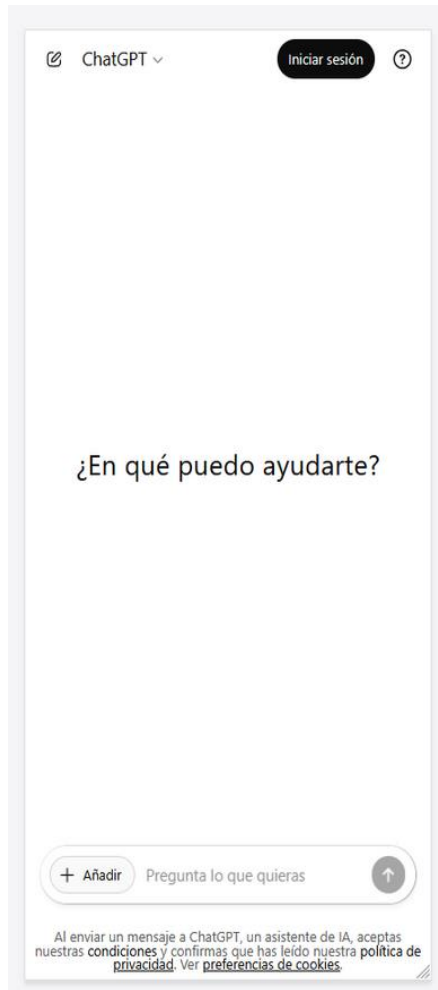


02. Acceder desde el móvil

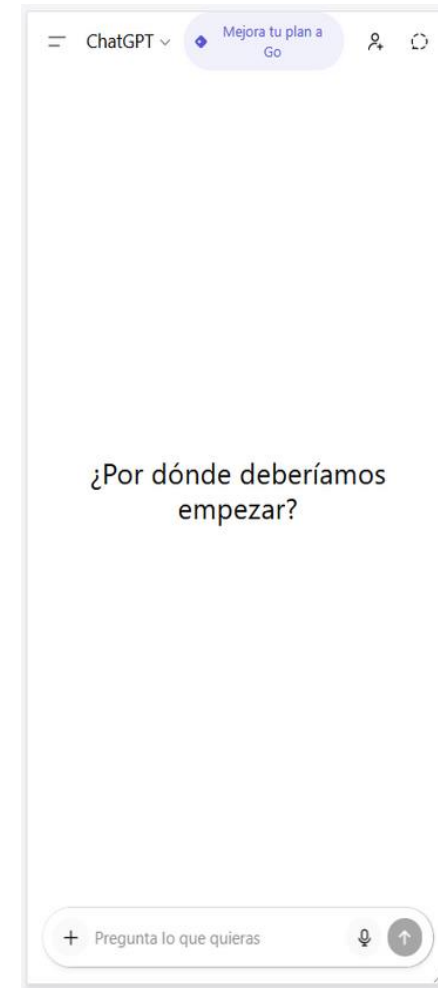
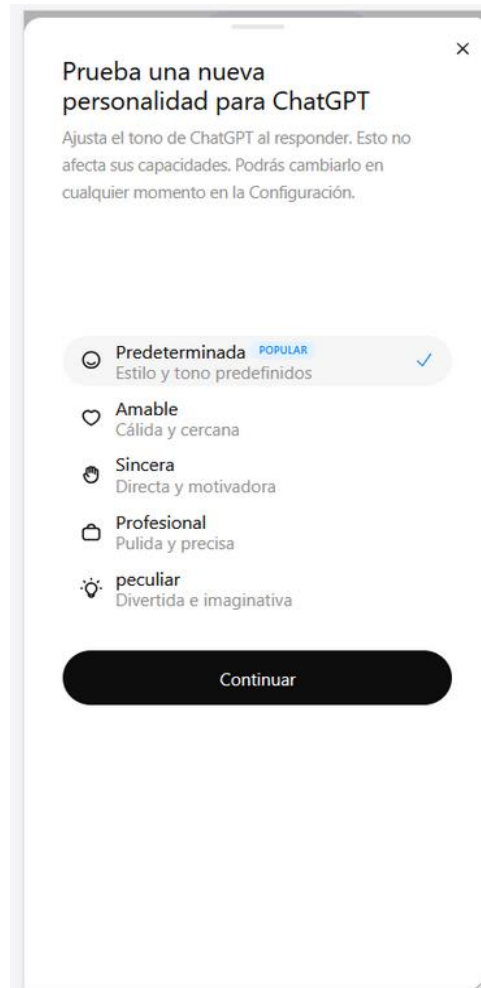
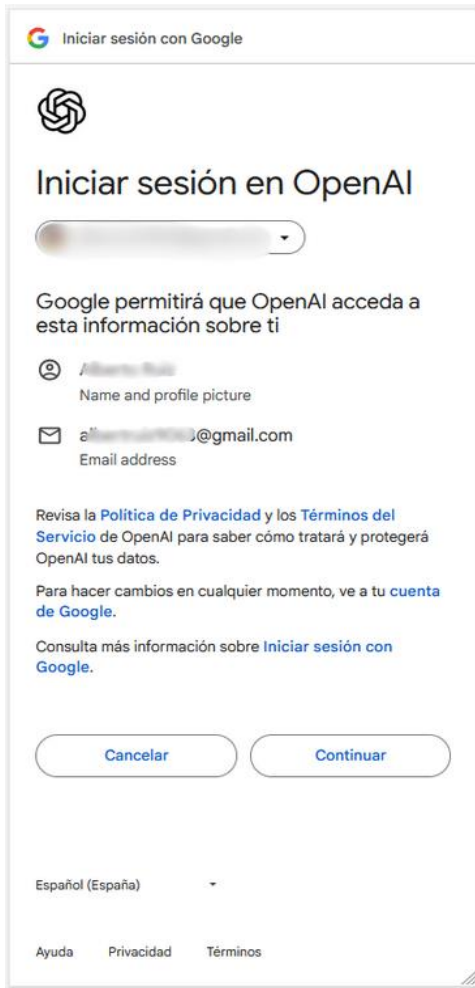
Acceder a ChatGPT

- ➡ Entra en internet con tu móvil
 - ➡ Escribe en Google: **chat.openai.com**
 - ➡ Accede y abre sesión con tu cuenta de Google (es más rápido)
-

Acceder a ChatGPT



Acceder a ChatGPT



¿Cómo dar órdenes a la IA?

- ➡ Evita ser demasiado vago o general. Da directrices claras.
- ➡ Proporciona contexto.
- ➡ No hagas preguntas demasiado largas o complejas.
- ➡ Especifica formato de la respuesta (un texto, un gráfico, una tabla...).

¿Cómo dar órdenes a la IA?

Prompt

Necesito [qué].

Para: [negocio] · Público: [quién]

Canal: [IG/FB/blog/email]

Formato: [post/story/tabla]

Objetivo: [visitas/reservas/ventas].

Tono: [cercano/profesional/divertido].

CTA: [qué acción quieres].

Datos: [precio/fecha/condiciones].

Regla: No inventes datos. Si falta algo, pregúntame.

✗ Prompt débil

Hazme un post para Instagram.

De genérico...

Prompt débil

Hazme un post para Instagram.

... a correcto

Prompt mejorado

Necesito 3 textos para Instagram (post) para una tienda de ropa infantil en [CIUDAD].

Objetivo: mensajes por WhatsApp para reservar talla.

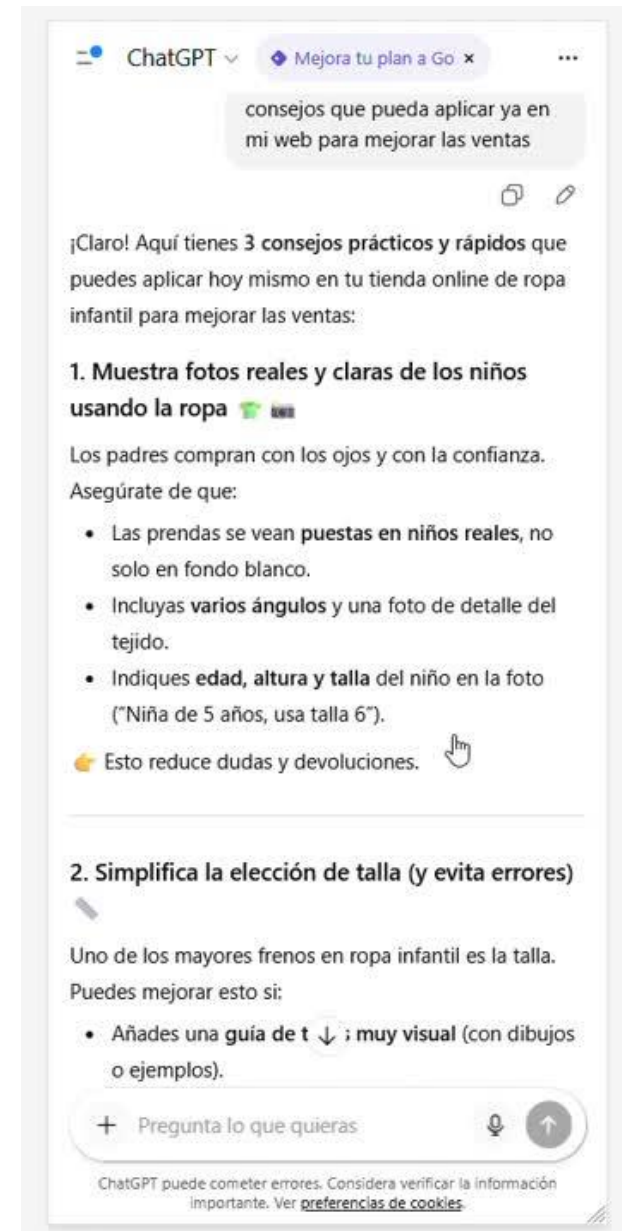
Tono: cercano y alegre. Máx. 90 palabras. + 2 emoticonos.

No inventes datos; si falta algo, pregúntame.

Ejemplos

✗ “Dame consejos para tener más ventas”

✓ “Tengo una **tienda online** que **vende ropa** **para niños**. Dame **3 consejos** que pueda aplicar ya en mi web para **mejorar las ventas**”



[p.tienda](#)

Ejemplos

✗ “Dame consejos para tener más ventas”

✓ “Tengo una tienda online que vende ropa para niños. Dame 3 consejos que pueda aplicar ya en mi web para mejorar las ventas”

1. Muestra fotos reales y claras de los niños usando la ropa 📸 👦

Los padres compran con los ojos y con la confianza.

Asegúrate de que:

- Las prendas se vean **puestas en niños reales**, no solo en fondo blanco.
- Incluyas **varios ángulos** y una foto de detalle del tejido.
- Indiques **edad, altura y talla** del niño en la foto (“Niña de 5 años, usa talla 6”).

2. Simplifica la elección de talla (y evita errores) 📏

Uno de los mayores frenos en ropa infantil es la talla.

Puedes mejorar esto si:

- Añades una **guía de tallas muy visual** (con dibujos o ejemplos).
- Usas mensajes tipo: *“Si dudas entre dos tallas, elige la mayor”*.
- Indicas si la prenda **talla grande, normal o pequeña**.

Menos dudas = más compras finalizadas.

3. Genera urgencia y confianza en la compra 🕒 🔒



Pequeños detalles que marcan la diferencia:

- Muestra mensajes como **“Últimas unidades”** o **“Más vendido esta semana”**.
- Destaca **envío rápido y devoluciones fáciles** cerca del botón de compra.
- Añade **opiniones reales** de otros padres (aunque sean pocas).

👉 La confianza y la urgencia empujan a decidir.

03. RRSS: Textos, imágenes y planificación



Estructura para **textos** para RRSS

- ⇒ Contexto: negocio, público...
 - ⇒ Para qué red social es: Facebook, Instagram...
 - ⇒ Formato: post, historia, reel, anuncio...
 - ⇒ Objetivo: qué quiere conseguir (ventas, mensajes, visitas...).
 - ⇒ Tono: cercano, profesional, divertido...
 - ⇒ Llamada a la acción (CTA).
-

Prompt para textos RRSS

➡ **Consejo:** Incluye el enlace de tu red social y/o el producto/servicio que quieres mostrar.

Prompt

Necesito 3 textos para [Instagram/Facebook] sobre [tema].

Objetivo: [visitas/mensajes/reservas].

Tono: [cercano].

Público: Mi público objetivo es [mujeres de 20-25 años]

Incluye CTA + 3 hashtags. Máx. 90 palabras.

No inventes datos; si te falta información, pregúntame.

Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Necesito un post para Instagram para una tienda de ropa infantil en Zarcilla.

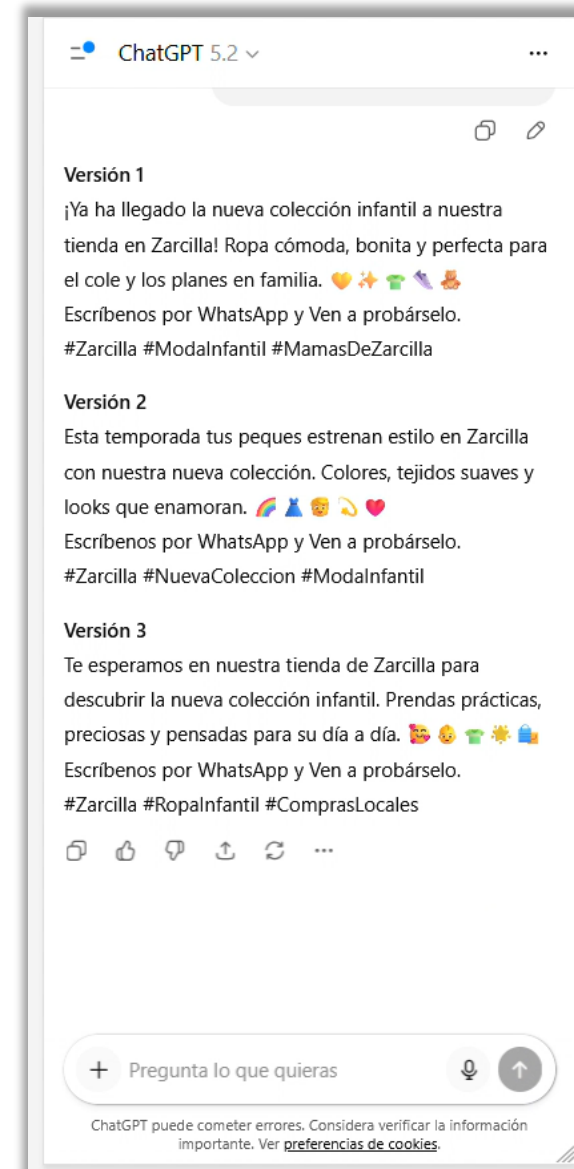
Mi público son madres entre 25-45 años.

Objetivo: Quiero que vengan a mi tienda para que vean y compren la nueva colección de ropa.

Escríbelo en tono cercano y alegre.

CTA: "Escríbenos por WhatsApp" + "Ven a probárselo".

Crea 3 versiones, máximo 60 palabras, incluye 3 hashtags y 5 emoticonos.



p.rss.tienda

Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Necesito un post para Instagram para una tienda de ropa infantil en Zarcilla.

Mi público son madres entre 25-45 años.

Objetivo: Quiero que vengan a mi tienda para que vean y compren la nueva colección de ropa.

Escríbelo en tono cercano y alegre.

CTA: "Escríbenos por WhatsApp" + "Ven a probárselo".

Crea 3 versiones, máximo 60 palabras, incluye 3 hashtags y 5 emoticonos.

Versión 1

¡Ya ha llegado la nueva colección infantil a nuestra tienda en Zarcilla! Ropa cómoda, bonita y perfecta para el cole y los planes en familia. 🧡 ✨ 🍴 🧺 🧸
Escríbenos por WhatsApp y Ven a probárselo.
#Zarcilla #ModalInfantil #MamasDeZarcilla

Versión 2

Esta temporada tus peques estrenan estilo en Zarcilla con nuestra nueva colección. Colores, tejidos suaves y looks que enamoran. 🌈 👗 👧 🧸 ❤️
Escríbenos por WhatsApp y Ven a probárselo.
#Zarcilla #NuevaColeccion #ModalInfantil

Versión 3

Te esperamos en nuestra tienda de Zarcilla para descubrir la nueva colección infantil. Prendas prácticas, preciosas y pensadas para su día a día. 🧡 👧 🍴 🌞 🧺
Escríbenos por WhatsApp y Ven a probárselo.
#Zarcilla #RopaInfantil #ComprasLocales

Ejemplo para una tienda de lámparas online

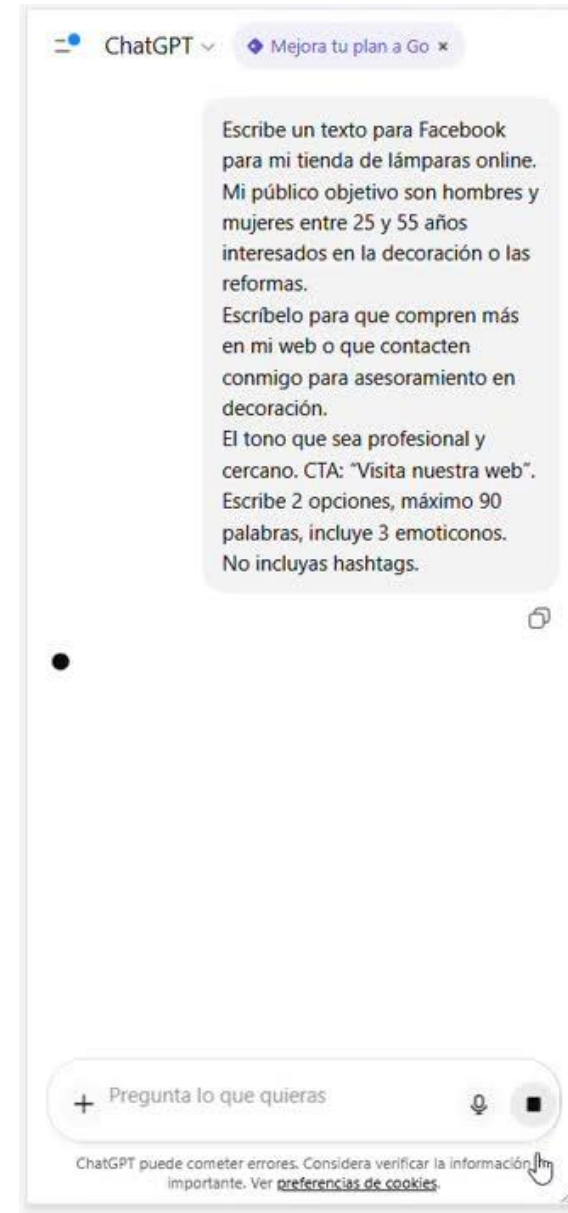
Escribe un texto para un **post de Facebook para** mi **tienda de lámparas online** (aquí se podría incluir la url de la web). Mi **público objetivo** son hombres y mujeres entre 25 y 55 años **interesados** en la **decoración** o las **reformas**.

Escríbelo **para que compren** más en mi web o que **contacten conmigo** para asesoramiento en decoración.

El **tono** que sea profesional y cercano.

CTA: "Visita nuestra web".

Escribe 2 opciones, máximo 90 palabras, incluye 3 emoticonos. **No** incluyas hashtags.



p.rrss.lámparas

Ejemplo para una tienda de lámparas online

Escribe un texto para un post de Facebook para mi tienda de lámparas online (aquí se podría incluir la url de la web). Mi público objetivo/seguidores son hombres y mujeres entre 25 y 55 años interesados en la decoración o las reformas.

Escríbelo para que compren más en mi web o que contacten conmigo para asesoramiento en decoración.

El tono que sea profesional y cercano.

CTA: "Visita nuestra web".

Escribe 2 opciones, máximo 90 palabras, incluye 3 emoticonos. No incluyas hashtags.

Opción 1

La iluminación adecuada transforma cualquier espacio. En nuestra tienda online encontrarás lámparas que combinan diseño, calidad y funcionalidad para tu hogar o proyecto de reforma 💡 🏠 ✨

¿Dudas sobre qué modelo elegir? Te asesoramos para que consigas el ambiente perfecto en cada estancia.

Compra con confianza o consúltanos sin compromiso.

Visita nuestra web

Opción 2

Cada detalle cuenta cuando decoras o renuevas tu casa. Nuestras lámparas están pensadas para aportar estilo, confort y personalidad a tus espacios 💡 ✨ 🛋️

Descubre nuestra selección online o contacta con nosotros si necesitas asesoramiento en iluminación y decoración. Estamos aquí para ayudarte a acertar 🖱️

Visita nuestra web

Estructura para **crear imágenes** para RRSS

- ⇒ Contexto: negocio, público...
 - ⇒ Para qué red social es: Facebook, Instagram...
 - ⇒ Formato: post, historia, reel, anuncio...
 - ⇒ Objetivo: qué quiere conseguir (ventas, mensajes, visitas...).
 - ⇒ Sujeto: producto/servicio + 2-3 elementos.
 - ⇒ **Estilo**: foto realista, ilustración...
-

Prompt para imágenes

RRSS

➡ **Consejo:** Incluye el enlace de tu red social y/o el producto/servicio que quieres mostrar.

Prompt

Necesito 2 imágenes para [Instagram/Facebook]
para [reel/post/historias]

Objetivo: [visitas/mensajes/reservas].

Qué aparezca: [producto/elementos].

Estilo: [hiperrealista/studio fotográfico/al
atardecer/primer plano].

Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Necesito una **imagen** para un **post para Instagram** para mi tienda de ropa infantil.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre.

En la imagen se tiene que ver un conjunto infantil de jersey + pantalón, unas zapatillas, una percha de madera y todo con un fondo pastel.

Composición: flat-lay cenital.

El **estilo** que sea hiperrealista, luz suave, colores pasteles.

Dame 4 variaciones.



Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Necesito una imagen para un post para Instagram para mi tienda de ropa infantil.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre.

En la imagen se tiene que ver un conjunto infantil de jersey + pantalón, unas zapatillas, una percha de madera y todo con un fondo pastel.

Composición: flat-lay cenital.

El estilo que sea hiperrealista, luz suave, colores pasteles.

Dame 4 variaciones.



Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Crea una **imagen hiperrealista** para un reel de Instagram para mi tienda de ropa infantil.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre.

En la imagen se tiene que ver un niño de 5 años jugando y vestido con un conjunto infantil de jersey de color azul pastel + pantalón marrón y unas zapatillas azules.



Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Crea una imagen hiperrealista para un reel de Instagram para mi tienda de ropa infantil.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre. En la imagen se tiene que ver un niño de 5 años jugando y vestido con **un jersey como el que te adjunto** + pantalón marrón y unas zapatillas azules.



Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Crea una imagen hiperrealista para un reel de Instagram para mi tienda de ropa infantil.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre. En la imagen se tiene que ver un niño de 5 años jugando y vestido con **un jersey como el que te adjunto** + pantalón marrón y unas zapatillas azules.



Ejemplo para una tienda de lámparas online

Necesito 1 imagen para Instagram Story para mi tienda de lámparas online.

Mi **objetivo** es inspirar y llevar a consulta por mensaje.

La imagen **tiene que tener** una lámpara de techo moderna encendida en un salón acogedor minimalista de tonos neutros.

Composición: plano medio del salón, zona vacía abajo para CTA.

El **estilo** tiene que ser foto hiperrealista, luz cálida y con ambiente “de hogar”.

Evita: exceso de objetos. **Entrega:** 3 variaciones.



Crea una más en tonos azules



Limitaciones

ChatGPT no te deja crear vídeos. Pero, tenemos opciones como Grok: <https://grok.com/imagine>

Ejemplo

Necesito un **video hiperrealista** para un **reel** de **Instagram** para mi **tienda de ropa infantil**.

Objetivo: transmitir “nuevo stock” y **estilo** alegre.

En el **video se tiene que ver** un niño de 5 años jugando y vestido con un conjunto infantil de jersey de color rojo + pantalón verde y unas zapatillas amarillas.

El **estilo** del vídeo tiene que ser como de una película para niños.



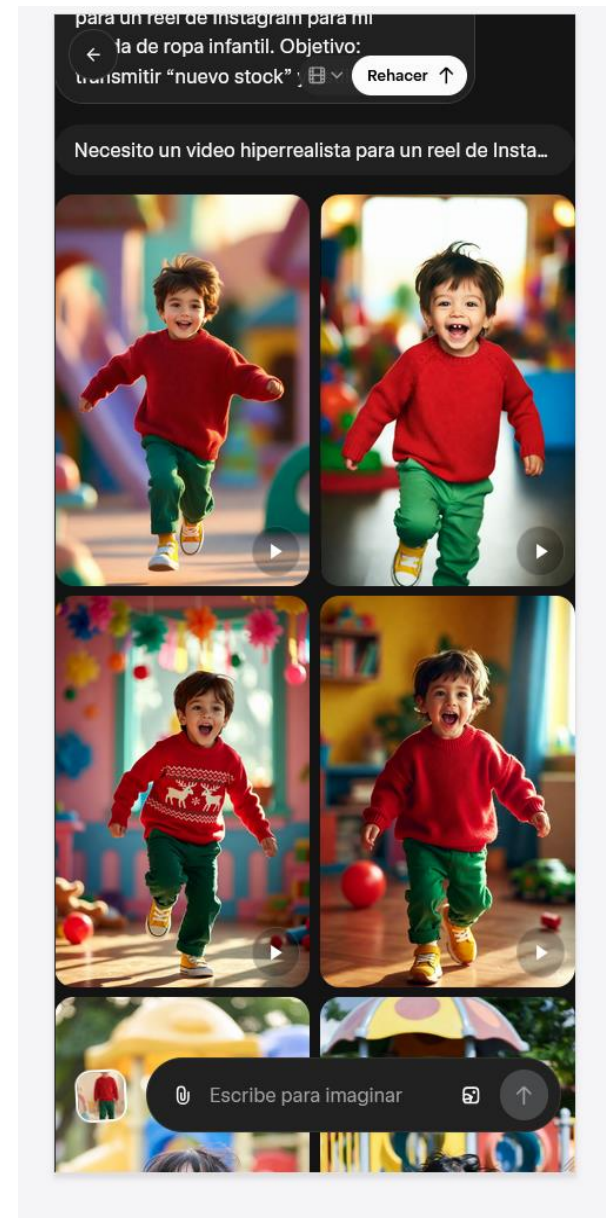
[video grok](#)

Ejemplo

Necesito un video hiperrealista para un reel de Instagram para mi tienda de ropa infantil. Objetivo: transmitir “nuevo stock” y estilo alegre.

En el video se tiene que ver un niño de 5 años jugando y vestido con un conjunto infantil de jersey de color rojo + pantalón verde y unas zapatillas amarillas.

El estilo del vídeo tiene que ser como de una película para niños.



[video grok](#)

Truco

- ➡ Dame 3 ideas para imágenes/vídeos para "X" producto/servicio.
- ➡ Ahora crea el prompt para la idea número "X".

Estructura para **planificación de contenidos** para RRSS

- ➡ **Negocio + tipo:** física / online / ambas, sector, ciudad (si aplica)
 - ➡ **Objetivo:** visitas a tienda, ventas web, WhatsApp, reservas,...
 - ➡ **Público:** quién compra y qué le importa.
 - ➡ **Periodo:** 7 días / 4 semanas
 - ➡ **Canales + formatos:** IG/FB/TikTok/email/web + posts/reels/stories
 - ➡ **Pilares de contenido** (3-5): producto, consejos, prueba social, detrás de cámaras, promo...
 - ➡ **Condiciones:** qué se puede destacar o qué no.
 - ➡ **Recursos:** tiempo, fotos, móvil, presupuesto publicidad...
 - ➡ **Entregable:** tabla con columnas claras + copies + CTA + recursos...
 - ➡ **Reglas:** no inventar datos.
-

Prompt planificación

contenidos RRSS

➡ **Consejo:** Incluye el enlace de tu red social y/o el producto/servicio que quieres mostrar.

Prompt

Necesito un calendario de contenidos para [negocio] (tipo: [tienda física/online/ambas]) de [sector] en [ciudad] para [7 días / 4 semanas].

Objetivo: [visitas a tienda / ventas web / mensajes WhatsApp / reservas].

Público: [quién] y lo que valora: [precio/calidad/rapidez/asesoramiento].

Canales y frecuencia: [Instagram + Facebook + (email/web si online)].

Posts: [X/sem] · Reels: [X/sem] · Stories: [X/sem] · Email: [X/mes] (si aplica)

Pilares: (1) producto/servicio, (2) consejos, (3) prueba social, (4) detrás de cámaras, (5) promo.

Promos/fechas/condiciones: [rebajas/fecha límite/stock/horario/envío].

Recursos: [solo móvil], [30 min/día], [fotos propias], presupuesto ads [€].

Entrega en forma de tabla con: Fecha, Canal, Formato, Pilar, Tema, Idea de imagen/vídeo, Copy (2 versiones), CTA, Hashtags (5-8), Enlace/acción (web/WhatsApp/tienda), Recursos necesarios, Tiempo estimado.

Además: 10 ideas extra de stories + 5 ideas de reels fáciles.

Reglas: no inventes datos; si falta algo, hazme 1-3 preguntas.

Ejemplo para la web de una peluquería

Necesito un plan de contenidos de **4 semanas** para una **peluquería** en Zarcilla.

Público: mujeres y hombres entre 20 y 55 años. Mi tienda se diferencia por un trato cercano y tratamientos de color natural.

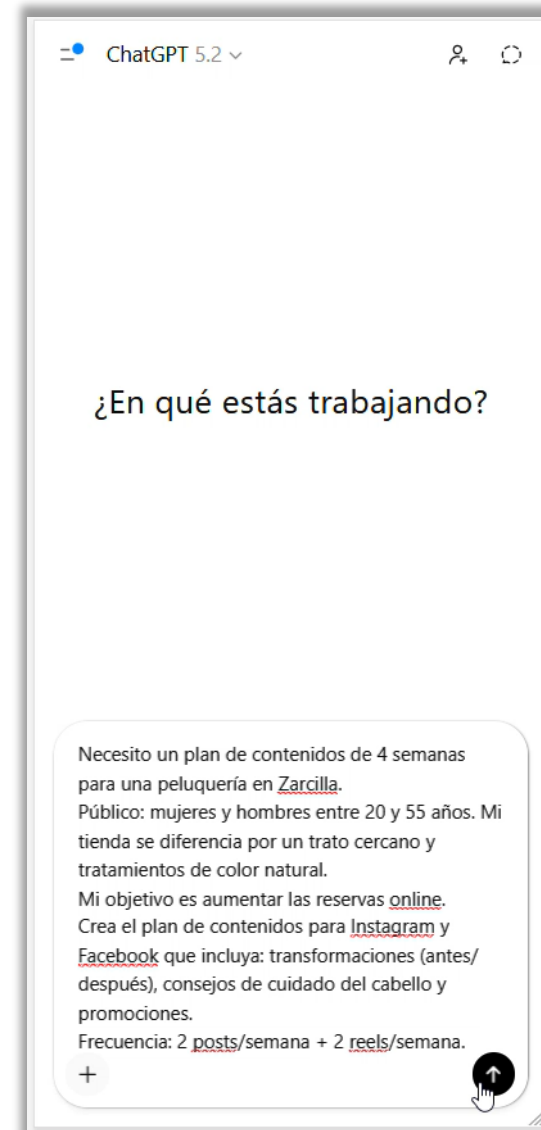
Mi **objetivo** es aumentar las reservas online.

Crea el plan de contenidos **para Instagram y Facebook** que **incluya:** transformaciones (antes/después), consejos de cuidado del cabello y promociones.

Frecuencia: 2 posts/semana + 2 reels/semana.

Tono: cercano.

Entrega una **tabla** de 4 semanas con: fecha, canal, formato, contenido, idea/tema, guion (3 puntos), copy con CTA (reserva en web) y recursos necesarios.



[p.prog-rrss](#)

Ejemplo para la web de una peluquería

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Fecha	Canal	Formato	Contenido	Idea/Tema	Guion (3 puntos)	Copy con CTA	Recursos necesarios
2	09/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Antes / después color natural	Transformación real	Presentación clienta Problema color Resultado	Un cambio natural y respetuoso con tu cabello. Reserva en nuestra web.	Fotos antes/después, luz natural
3	10/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Proceso de color	Transformación en vídeo	Antes Aplicación Resultado	Así trabajamos tu color natural. Reserva en nuestra web.	Móvil, trípode
4	11/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Consejo cuidado del color	Mantener color en casa	Error común Qué hacer Recomendación	Cuida tu color en casa. Reserva tu cita en la web.	Foto con productos
5	13/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Equipo del salón	Trato cercano	Presentación Gusto por el trabajo Cercanía	Aquí no eres una más. Reserva en nuestra web.	Vídeo vertical
6	16/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Antes / después	Cambio suave	Antes Objetivo Resultado	Un pequeño cambio lo cambia todo. Reserva en la web.	Fotos antes/después
7	17/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Mechas naturales	Proceso real	Preparación Aplicación Resultado	Mechas naturales adaptadas a ti. Reserva en la web.	Clips proceso
8	18/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Consejo lavado	Cuidado del color	Temperatura Frecuencia Champú	Tu color también se cuida en casa. Reserva en la web.	Foto lavacabezas
9	20/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Testimonio clienta	Experiencia real	Llegada Sensación Resultado	¿Te apetece tu cambio? Reserva en la web.	Vídeo clienta
10	23/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Corrección de color	Antes/después	Problema Estrategia Resultado	Asesoramiento personalizado. Reserva en la web.	Fotos antes/después
11	24/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Cambio express	Transformación rápida	Antes Proceso Después	En poco tiempo puedes verte increíble. Reserva en la web.	Vídeo vertical
12	25/02/2026	Instagram y Facebook	Post	Mantenimiento color	Cuándo retocar	Tipo color Crecimiento Recomendación	Te ayudamos a planificar tu color. Reserva en la web.	Foto salón
13	27/02/2026	Instagram y Facebook	Reel	Bienvenida clientas	Trato cercano	Bienvenida Asesoramiento Ambiente	Aquí te sentirás en casa. Reserva en la web.	Clips del día a día
14	02/03/2026	Instagram y Facebook	Post	Color natural hombre	Servicio masculino	Situación inicial Trabajo Resultado	El color natural también es para ellos. Reserva en la web.	Fotos antes/después
15	03/03/2026	Instagram y Facebook	Reel	Transformación completa	Antes/después	Antes Proceso Resultado	Así puede quedar tu próximo color. Reserva en la web.	Vídeo transformación
16	04/03/2026	Instagram y Facebook	Post	Promoción color natural	Oferta limitada	En qué consiste A quién va Duración	Aprovecha esta promoción. Reserva ahora en la web.	Diseño gráfico
17	06/03/2026	Instagram y Facebook	Reel	Cierre de mes	Últimos huecos	Resumen Ambiente Llamada a reservar	Últimas citas disponibles. Reserva ahora en la web.	Clips trabajos

04. Atención al cliente: reseñas, correos...

Reseña buena 😄

Agradecer · mencionar un
detalle · invitar a volver

Reseña mala 😡

Empatizar · solución · continuar
por privado

Prompt

Necesito responder esta reseña: “[pegar
reseña]”.

Tono: profesional y calmado.

Máximo. 80 palabras.

Incluye: agradecer + empatizar +
solución + “te escribimos por privado”

Ejemplo para una reseña negativa en Google My Business



Online Tours World2fly - Madrid Opiniones

X





← Online Tours World2fly - Madrid Opiniones

Online Tours World2fly - Madrid

3.5 ★★★★★ (491) · Agencia de viajes

C. de Bravo Murillo, 2

Abierto · Cierra a las 7:30 p.m. · 602 25 54 55

Servicios en el lugar





SITIO WEB

RUTA

¿Buscas algo diferente?

Ver los resultados de la Web



Yasnier Pardo
3 opiniones · 1 foto



★★★★★ Hace 4 días **NUEVA**

Mi experiencia malísima me hacen comprar una maleta con antelación para garantizar que la puedo llevar en el mismo vuelo y cuando llego a Cuba resulta que la maleta no llega porque la dejaron en Madrid, no entraba en el vuelo, en fin todo lo que esté relacionado con agencias cubanas es mejor evitarlo porque nunca hacen nada bien y siempre están pensando en el negocio en negro. 0 recomendaciones a partir de este día, yo que era de los primeros en recomendarlos. Doy una estrella porque es obligado



Coloca el cursor sobre el botón para reaccionar

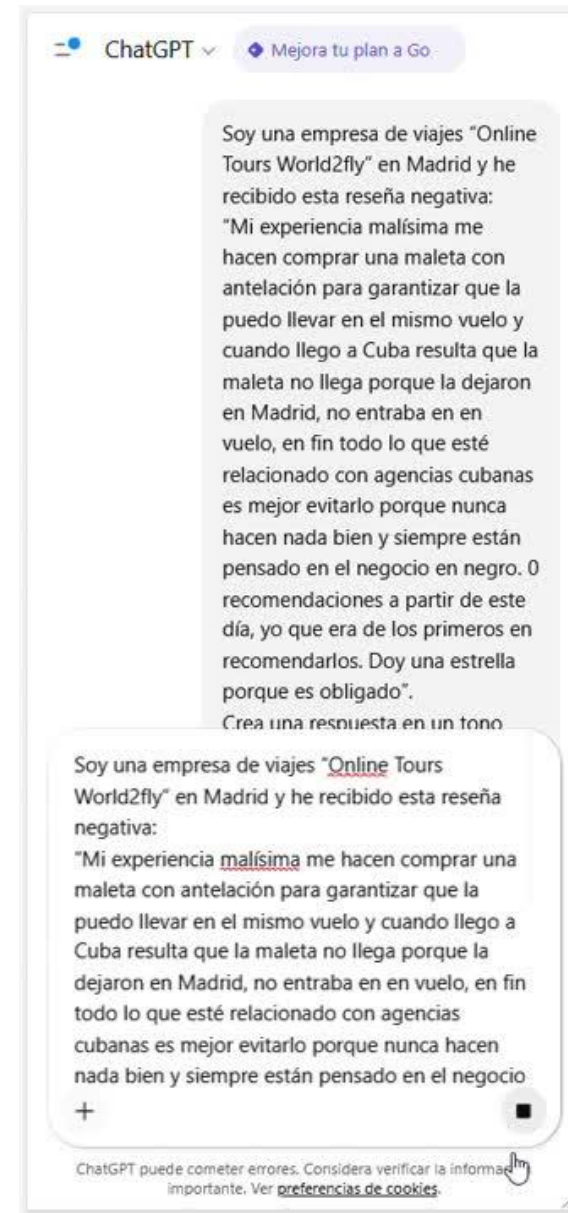


Ejemplo para reseña negativa en Google

Soy una empresa de viajes "Online Tours World2fly" en Madrid y he recibido esta reseña negativa:

"Mi experiencia malísima me hacen comprar una maleta con antelación para garantizar que la puedo llevar en el mismo vuelo y cuando llego a Cuba resulta que la maleta no llega porque la dejaron en Madrid, no entraba en vuelo, en fin todo lo que esté relacionado con agencias cubanas es mejor evitarlo porque nunca hacen nada bien y siempre están pensado en el negocio en negro. 0 recomendaciones a partir de este día, yo que era de los primeros en recomendarlos. Doy una estrella porque es obligado".

Crea una respuesta en un tono educado pero firme. La respuesta debe ser **corta**, no más de 80 palabras, propón una solución y **debe incluir** que se ponga en contacto por privado con nosotros y que se pondrá en manos de nuestros abogados si no retira ese comentario.



Ejemplo para reseña negativa en Google

Sentimos las molestias ocasionadas. La gestión y carga del equipaje depende exclusivamente de la aerolínea; aun así, le ayudaremos a tramitar la reclamación y, si procede, el reembolso del servicio contratado. Le pedimos que nos contacte por mensaje privado con sus datos para darle solución inmediata. El contenido difamatorio del comentario es incorrecto; de no retirarlo, nos veremos obligados a poner el asunto en manos de nuestros abogados.

Ejemplo para reseña negativa en Google

Sentimos las molestias ocasionadas. La gestión y carga del equipaje depende exclusivamente de la aerolínea; aun así, le ayudaremos a tramitar la reclamación y, si procede, el reembolso del servicio contratado. Le pedimos que nos contacte por mensaje privado con sus datos para darle solución inmediata. El contenido difamatorio del comentario es incorrecto; de no retirarlo, nos veremos obligados a poner el asunto en manos de nuestros abogados.

Lamentamos su “malísima” experiencia. Recordamos que el equipaje lo gestiona la aerolínea, no la agencia, aunque aun así podemos ayudarle a reclamar. Escribanos por privado con sus datos. Sobre las acusaciones vertidas, si no retira el comentario, lo dejaremos en manos de nuestros abogados.

Entendemos su enfado, pero no, no decidimos qué maletas “caben” en un avión. Tampoco gestionamos aeropuertos ni inventamos conspiraciones. La aerolínea es la responsable. Atribuirnos todo puede ser cómodo, aunque poco acertado.



Estructura respuesta a **correos**

- ➡ Adjunta el correo (y la documentación que consideres necesaria).
- ➡ A quién mandas el correo: cliente, proveedor...
- ➡ Qué quieres conseguir con el correo: resolver dudas, reclamar un pago, negociar plazos...)
- ➡ Tono: asertivo, profesional, amable...
- ➡ Longitud: corto, largo...
- ➡ Otros: qué o no debe incluirse.

Prompt para contestar correos

Prompt

Necesito responder a este correo [adjuntar/copiar correo].

Tipo: [cliente / proveedor]

Objetivo: [resolver duda / reclamar / confirmar pedido / pedir presupuesto / negociar plazo]

Tono: [cercano y profesional]

Datos que Sí puedes usar: [pegar aquí info: pedido, fechas, referencias, condiciones]

Entrega: 2 versiones (cercana y otra formal), máx. 120 palabras, con: saludo, respuesta clara, propuesta de siguiente paso, cierre.

Restricciones: no inventes datos; si falta algo, hazme 1-2 preguntas antes de redactar.

Ejemplo para un email de un cliente que no te ha pagado

Necesito redactar un correo para un cliente que lleva 2 meses sin pagar una reparación ya realizada en mi taller de coches.

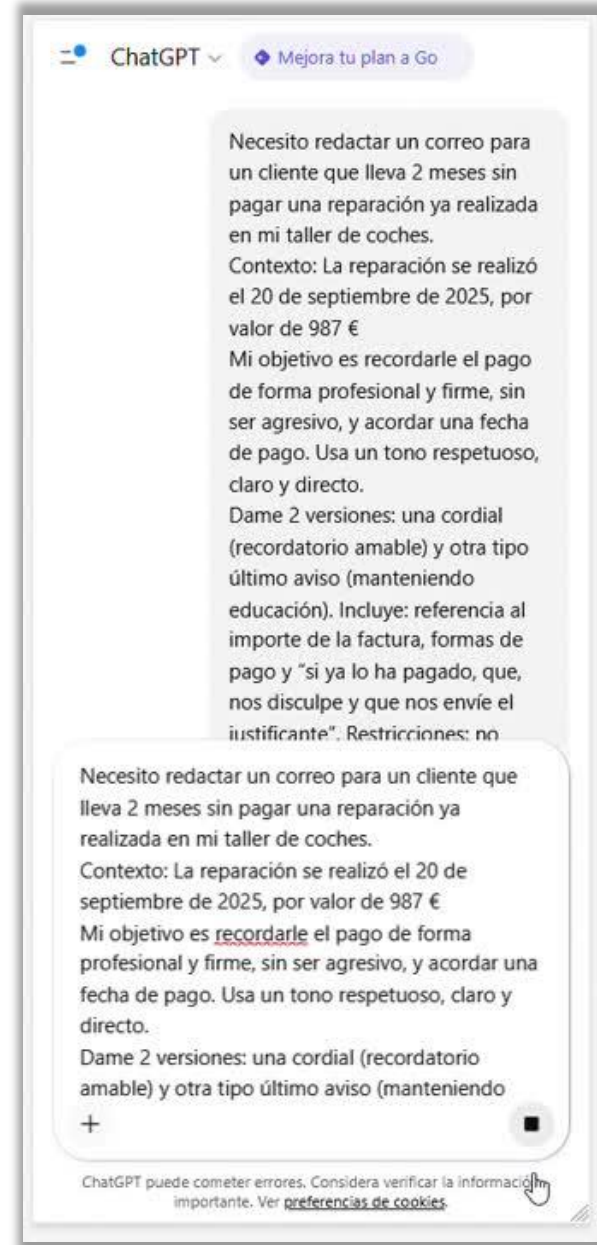
Contexto: La reparación se realizó el 20 de septiembre de 2025, por valor de 987 €

Mi **objetivo** es recordarle el pago de forma profesional y firme, sin ser agresivo, y acordar una fecha de pago. Usa un tono respetuoso, claro y directo.

Entrega 2 versiones: una cordial (recordatorio amable) y otra tipo último aviso (manteniendo educación).

Incluye: referencia al importe de la factura, formas de pago y "si ya lo ha pagado, que, nos disculpe y que nos envíe el justificante".

Restricciones: no amenazas; si mencionas consecuencias, que sea neutro y legal. Máximo 100 palabras.



p.email

Ejemplo para un email de un cliente que no te ha pagado

Versión cordial (recordatorio amable)

Asunto: Recordatorio de pago – Factura reparación

20/09/2025

Estimado/a [Nombre]:

Le escribimos para recordarle el pago pendiente de la reparación realizada el 20/09/2025, por un importe de 987 €.

Agradeceríamos nos indique una fecha prevista de pago.

Puede realizarlo por transferencia, tarjeta, efectivo o Bizum.

Si ya ha efectuado el pago, le rogamos nos disculpe y nos envíe el justificante.

Quedamos a su disposición.

Atentamente,

[Empresa]

Versión último aviso (educado y firme)

Asunto: Último recordatorio de pago – Factura 987 €

Estimado/a [Nombre]:

Consta pendiente el pago de 987 € correspondiente a la reparación del 20/09/2025. Le solicitamos confirmar una fecha de pago a la mayor brevedad.

Formas de pago: transferencia, tarjeta, efectivo o Bizum.

Si ya lo ha abonado, le pedimos disculpas y que nos remita el justificante. En ausencia de respuesta, procederemos a gestionar el cobro por las vías administrativas habituales.

Gracias por su atención.

[Empresa]

05. IA para organizar el negocio y ahorrar tiempo

Estructura para **calendario de promociones**

- ➡ Tipo de negocio y productos: qué vendes, margen/rangos de precio, stock...
 - ➡ Formato del negocio: física / online / ambas.
 - ➡ Periodo: 4 semanas / 8 semanas / trimestre + fechas clave (festivos, rebajas, eventos locales)...
 - ➡ Objetivo: visitas, liquidar stock, captación,...
 - ➡ Condiciones y límites: % máximo descuento, productos excluidos, stock, horarios,...
 - ➡ Canales: IG/FB, email, WhatsApp, web; en tienda: escaparate/cartelería...
 - ➡ Recursos disponibles: fotos, tiempo semanal, presupuesto anuncios.
 - ➡ Entregable: tabla con columnas (semana, promo, mecánica, canal, copy, creatividades, KPI)
 - ➡ Reglas: "no inventes fechas ni precios; si falta algo, pregunta 3 cosas"
-

Prompt para promociones

Prompt

Necesito un calendario de promociones para [negocio] (tipo: [tienda física / tienda online / ambas]) para el periodo [fechas].

Productos/categorías: [lista]

Objetivo principal: [visitas a tienda / ventas web / captar nuevos clientes / liquidar stock / aumentar ticket medio].

Límites: descuento máximo [X%], presupuesto ads [€].

Canales:

Online: [web, email, IG/FB, ads, WhatsApp]

Tienda física: [escaparate, carteles, mostrador, flyers, Google Business]

Entrega en una tabla con: Semana/fecha, nombre de la promo, mecánica (descuento/pack/regalo/envío), canal, copy (2 versiones), creatividad sugerida, recursos necesarios, KPI.

No inventes. Si falta información, hazme 3 preguntas antes.

Ejemplo para calendario de promociones para tienda de lámparas

Necesito un **calendario de promociones de 4 semanas** para una tienda de iluminación (física y online) en Zarcilla.

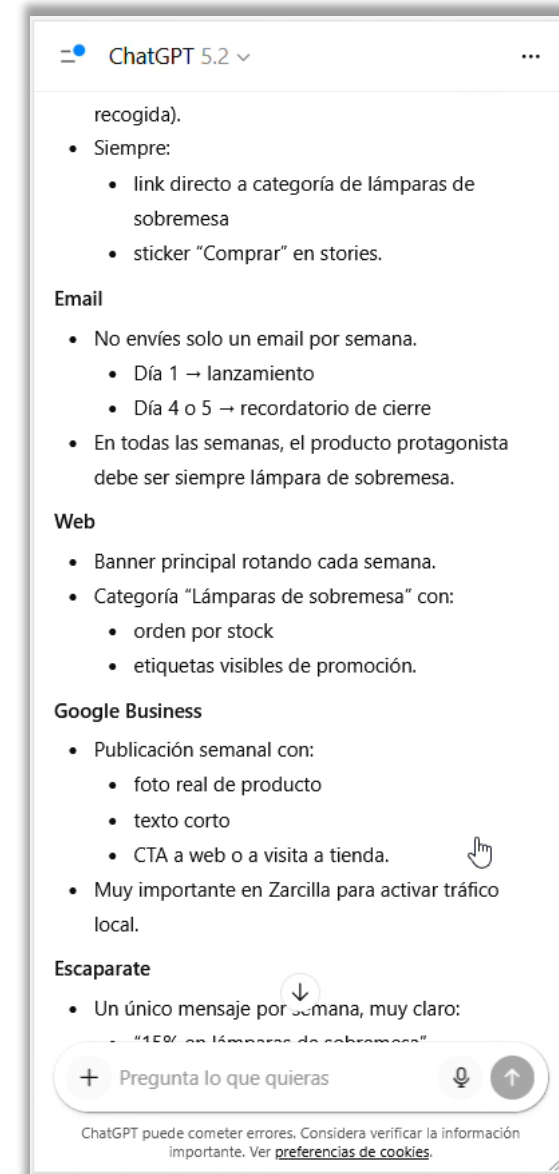
Objetivo: aumentar ventas online y visitas a tienda. Stock alto en lámparas de sobremesa.

Límite: descuento máximo 15%.

Canales: Instagram, email, web, escaparate, Google Business.

Entrega en tabla con semana, promo, mecánica, canal, copy, creatividades, recursos.

No inventes fechas ni precios.



[p.promociones](#)

Ejemplo para calendario de promociones para tienda de lámparas

	A	B	C	D	E	F	G
1	Semana	Promo	Mecánica	Canal	Copy	Creatividades	Recursos
2	Semana 1	Semana de lámparas de sobremesa	15% de descuento en una selección de lámparas de sobremesa (online y tienda)	Instagram, web, email, Google Business, escaparate	Ilumina tu rincón favorito con hasta un 15% en lámparas de sobremesa. Solo esta semana.	Fotos lifestyle de lámparas en mesilla, escritorio y salón. Stories y feed. Cartel A3 escaparate.	Landing categoría, etiquetas promo, email, artes RRSS, cartel físico
3	Semana 2	Promo cruzada lámpara + bombilla LE	15% de descuento en la bombilla al comprar una lámpara de sobremesa	Web, Instagram, email, Google Business, tienda física	Estrena lámpara y ahorra también en la bombilla. Completa tu compra en un solo clic.	Imagen pack lámpara + bombilla. Gráfico explicativo. Cartel mostrador.	Regla de carrito web, selección bombillas, creatividades, argumentario equipo tienda
4	Semana 3	Semana del rincón perfecto	15% en lámparas de sobremesa por suscripción a la newsletter (online y tienda)	Web, Instagram, email, escaparate, tienda física	Crea tu rincón perfecto. Suscríbete y consigue hasta un 15% en lámparas de sobremesa.	Fotos de rincones decorados. Stories con CTA. Cartel escaparate con QR.	Landing o popup, QR, automatización email cupón, material impreso
5	Semana 4	Llévatela hoy / recógela hoy	15% en lámparas de sobremesa en pedidos online con recogida en tienda	Web, Instagram, Google Business, escaparate, email	Compra online y recógela hoy en tienda. Ahorra hasta un 15% en lámparas de sobremesa.	Creatividad bolsa tienda con lámpara. Gráfico click & collect. Cartel puerta y mostrador.	Click & collect activo, banners web, creatividades RRSS, cartelería, email local

Estructura para **presupuesto** y correo

- ⇒ Tipo de negocio y servicio: qué presupuestas.
- ⇒ Cliente y contexto: empresa/persona, necesidad, fecha.
- ⇒ Alcance: qué incluye y qué no incluye.
- ⇒ Desglose: líneas, unidades, precio unitario, IVA.
- ⇒ Condiciones: validez, plazos, forma de pago, garantías.
- ⇒ Tono y canal: formal, cercano, por email.
- ⇒ Entregables: presupuesto en tabla + email + asunto.
- ⇒ Restricciones: no inventar precios; si faltan, preguntar.

Prompt para presupuestos

Prompt

Necesito un presupuesto + email para [servicio] para [cliente].

Incluye: [lista] / No incluye: [lista].

Dame el presupuesto en tabla con totales

(base+IVA+total) y condiciones (validez, pago, plazos).

Luego redacta el correo (120–150 palabras) con 2 asuntos + CTA.

No inventes precios; si falta algo, pregúntame

Prompt

Necesito preparar un presupuesto para enviarlo a un potencial cliente.
Mi negocio: [taller/peluquería/tienda/servicio] en [ciudad].
Cliente: [nombre/empresa] (contacto: [nombre], email: [email]).
Solicitud del cliente: [qué pide / qué problema tiene] y fecha límite: [fecha].

Desglose del presupuesto:

Concepto 1: [unidades] x [precio]

Concepto 2: [unidades] x [precio]

Mano de obra (si aplica): [horas] x [€/h]

Otros: [desplazamiento/materiales]

Impuestos: [IVA %]

Condiciones: validez [X días], plazo de entrega/ejecución [X], forma de pago [transferencia/Bizum/tarjeta], anticipo [sí/no], garantía [si aplica].

Tono del correo: [cercano y profesional / formal].

Entrega:

Presupuesto en formato tabla (concepto, cantidad, precio unitario, subtotal) + totales (base, IVA, total).

Email listo para enviar con 2 asuntos alternativos + CTA para confirmar.

Ejemplo para presupuesto solicitado a una empresa de seguros agrícolas

Necesito un **presupuesto** y el **email** para enviarlo a un potencial cliente de seguros agrícolas.

El **cliente** es una cooperativa con 30 hectáreas de cítricos en Bullas.

Capital asegurado: 240.000 €.

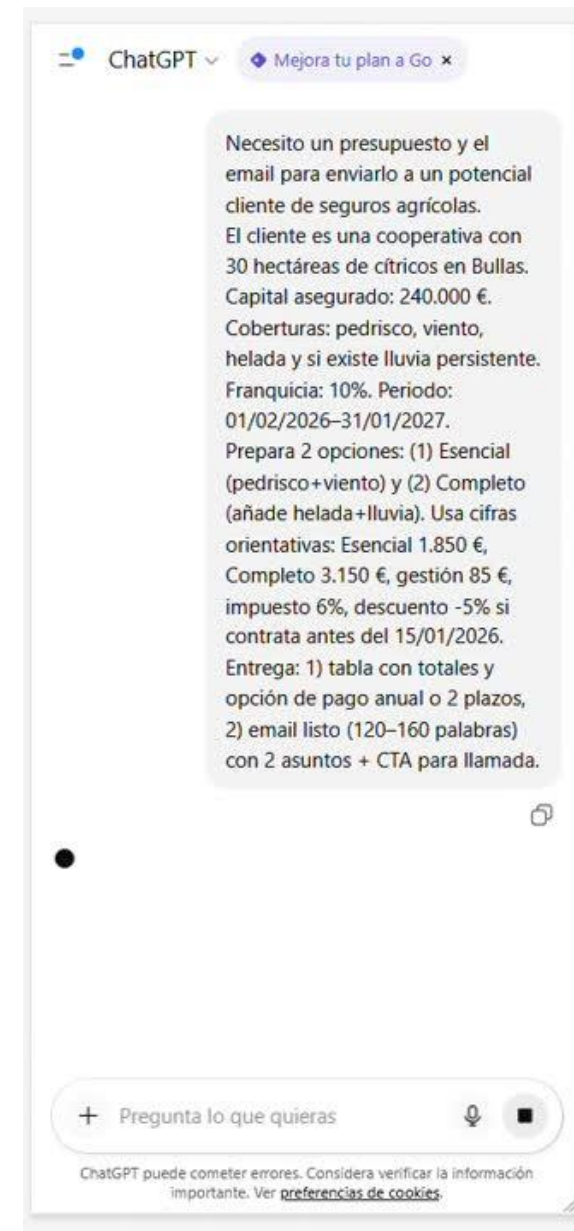
Coberturas: pedrisco, viento, helada y si existe lluvia persistente.

Franquicia: 10%.

Periodo: 01/02/2026–31/01/2027.

Prepara 2 opciones: (1) Esencial (pedrisco+viento) y (2) Completo (añade helada+lluvia). Usa cifras orientativas: Esencial 1.850 €, Completo 3.150 €, gestión 85 €, impuesto 6%, descuento -5% si contrata antes del 15/01/2026.

Entrega: 1) tabla con totales y opción de pago anual o 2 plazos, 2) email listo (120–160 palabras) con 2 asuntos + CTA para llamada.



[p.presupuesto](#)

Ejemplo para presupuesto solicitado a una empresa de seguros agrícolas

Asuntos (elige uno):
Propuesta de seguro para cítricos – Campaña 2026
Protección integral para sus cítricos en Bullas
Email:
Estimados/as,
Tal y como comentamos, les envío una propuesta orientativa de seguro agrícola para su cooperativa, que cubre 30 hectáreas de cítricos en Bullas, con un capital asegurado de 240.000 € y vigencia 01/02/2026–31/01/2027.
Hemos preparado dos opciones:
Esencial, que protege frente a pedrisco y viento, con una prima anual estimada de 1.948,55 €.
Completo, que añade helada y lluvia persistente, por 3.257,65 € anuales.
Ambas incluyen franquicia del 10%, opción de pago anual o en dos plazos, y un 5% de descuento por contratación antes del 15/01/2026.
Quedo a su disposición para comentar coberturas, resolver dudas o ajustar la propuesta a sus necesidades.
¿Les parece si lo vemos en una llamada de 15 minutos esta semana?
Un saludo cordial,

1) Presupuesto – Seguro Agrícola Cítricos (Bullas)

Cooperativa | 30 ha | Capital asegurado: 240.000 €
Periodo: 01/02/2026 – 31/01/2027 | Franquicia: 10%
Descuento: –5% por contratación antes del 15/01/2026 | Impuesto: 6%

Resumen económico

Concepto	Opción Esencial	Opción Completo
Coberturas	Pedrisco + Viento	Pedrisco + Viento + Helada + Lluvia persistente
Prima base	1.850,00 €	3.150,00 €
Gestión	85,00 €	85,00 €
Subtotal	1.935,00 €	3.235,00 €
Descuento –5%	–96,75 €	–161,75 €
Base imponible	1.838,25 €	3.073,25 €
Impuesto 6%	110,30 €	184,40 €
Total anual	1.948,55 €	3.257,65 €

Opciones de pago

- Anual: 1.948,55 € | 3.257,65 €
- 2 plazos (50% + 50%)
 - Esencial: 974,28 € + 974,28 €
 - Completo: 1.628,83 € + 1.628,83 €
(1º a la emisión, 2º a los 6 meses)

Concepto	Opción Esencial (€)	Opción Completo (€)
Coberturas	Pedrisco + Viento Pedrisco + Viento + Helada + Lluvia	
Prima base	1.850,00	3.150,00
Gastos de gestión	85,00	85,00
Subtotal	1.935,00	3.235,00
Descuento 5%	-96,75	-161,75
Base imponible	1.838,25	3.073,25
Impuesto 6%	110,30	184,40
TOTAL ANUAL	1.948,55	3.257,65
Pago en 2 plazos	974,28 x 2	1.628,83 x 2

Estructura para contenido **ficha de productos**

- ➡ Producto: nombre, marca (si aplica), modelo, categoría...
- ➡ Público y uso: para quién es y en qué situaciones se usa...
- ➡ Características y especificaciones: medidas, materiales, compatibilidad, cuidados, certificaciones... (**Adjuntar contenido del proveedor y/o enlace de la web**)
- ➡ Envío/garantía/devoluciones: si lo quieres incluir.
- ➡ Tono y estilo: cercano, divertido, técnico, etc.



Lámpara de pie Sara Medalla

REFERENCIA: 080567

ENVÍO GRATIS

102,80 €

AÑADIR AL CARRITO

Detalles Comentarios

Lámpara de pie Sara. Aunque si diseño no sea clásico los acabados que tiene si le dan ese toque. La lámpara de pie Sara está realizada en metal acabado medalla (oro envejecido). Su tulipa superior y la de su brazo lector están fabricadas en cristal blanco opal. Sara es compatible con bombillas led (no incluidas). Encendido independiente de cada luz e interruptores on // off incorporados en su estructura. Su tulipa superior y su brazo lector son orientables, lo que nos permite dirigir el haz de luz hacia donde necesitemos. Disponible en acabado cromo mate.

Referencia	080567
Categoría	Lámparas de pie
Marca	MDC
Colección	Sara
Altura Máxima (cm)	181.0
Altura mínima (Cm)	181.0
Diámetro (cm)	32.5

Prompt para ficha productos

Prompt

Necesito una ficha para [producto] con: título, 5 puntos, descripción corta y larga, tabla de especificaciones, 3 FAQs y SEO (meta title/description).

Datos: material [], medidas [], uso [], público [], diferenciales [].

No inventes; si falta algo, pregunta.

Prompt

Necesito crear una ficha de producto para mi web.

Producto: [nombre + modelo] · Categoría: [] · Marca: []

Cliente ideal / uso: [para quién] · Problema que resuelve: []

Datos técnicos: materiales [], medidas [], peso [], compatibilidad [], color [], cuidados [], certificaciones [].

Diferenciales: [3–5] · Incluye en la caja: [] · Garantía/devolución: []

Tono: [cercano/premium/técnico]

SEO: keyword principal [] + 5 secundarias []

Entrega en este formato:

Título (máximo 70 caracteres)

5 puntos de beneficios (máximo 12 palabras c/u)

Descripción corta (menos de 300 caracteres)

Descripción larga (150–250 palabras)

Especificaciones en tabla

3 FAQs

Meta title + meta description

Restricciones: no inventes nada; si falta un dato, hazme preguntas antes.

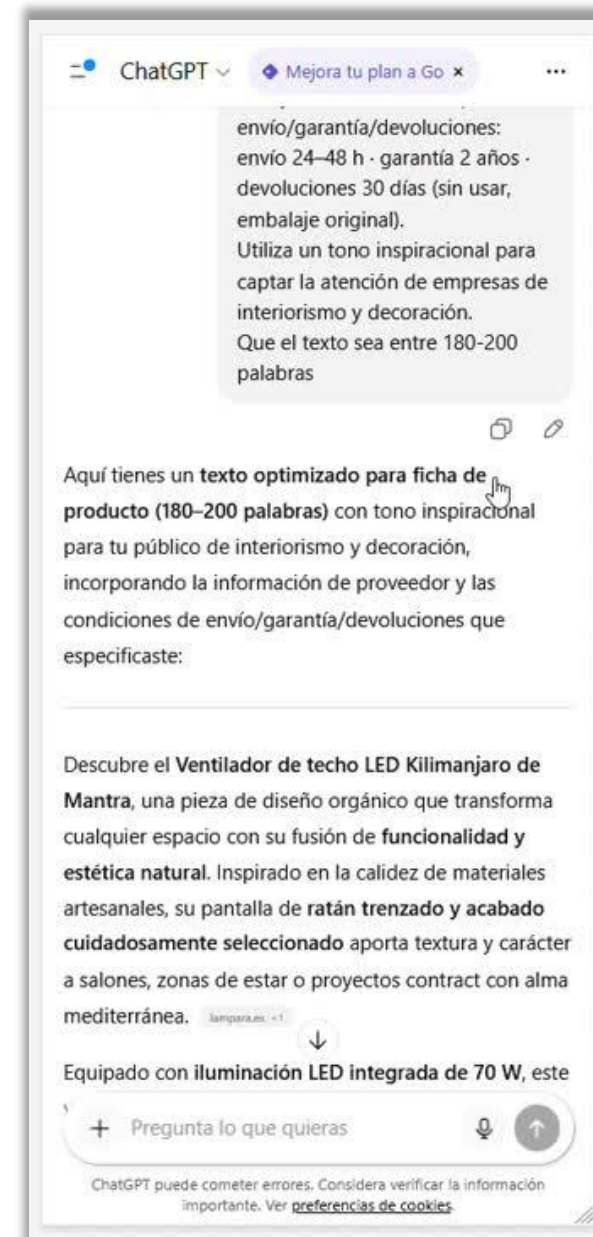
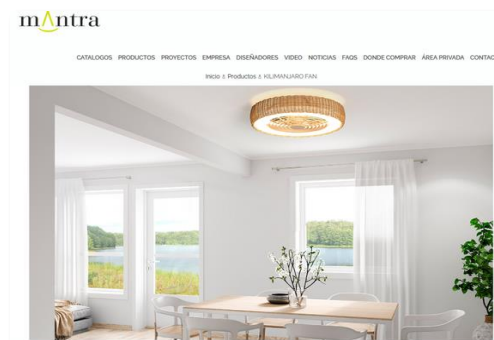
Ejemplo para ficha de producto para tienda de iluminación

Necesito que redactes **contenido** para una ficha de producto para mi tienda online. **Extrae toda la información del proveedor:** <https://www.mantrailuminacion.com/productos-mantra/KILIMANJARO>

Incluye en el contenido que el envío/garantía/devoluciones: envío 24–48 h · garantía 2 años · devoluciones 30 días (sin usar, embalaje original).

Utiliza un **tono** inspiracional para captar la atención de **empresas** de **interiorismo** y **decoración**.

Que el texto sea entre 180–200 palabras.



[p.producto2](#)

Ejemplo para ficha de producto para tienda de iluminación

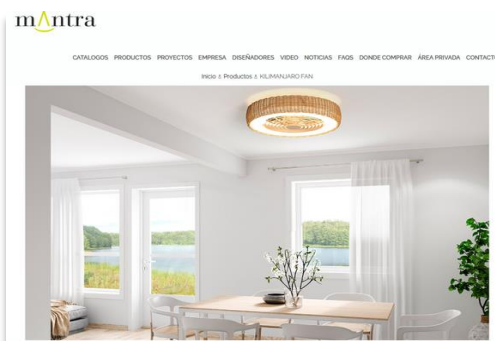
Necesito que redactes contenido para una ficha de producto para mi tienda online. Extrae toda la información del proveedor:

<https://www.mantrailuminacion.com/productos-mantra/KILIMANJARO>

Incluye en el contenido que el envío/garantía/devoluciones: envío 24–48 h · garantía 2 años · devoluciones 30 días (sin usar, embalaje original).

Utiliza un tono inspiracional para captar la atención de empresas de interiorismo y decoración.

Que el texto sea entre 180–200 palabras.



Descubre el Ventilador de techo LED Kilimanjaro de Mantra, una pieza de diseño orgánico que transforma cualquier espacio con su fusión de **funcionalidad y estética natural**. Inspirado en la calidez de materiales artesanales, su pantalla de **ratán trenzado y acabado cuidadosamente seleccionado** aporta textura y carácter a salones, zonas de estar o proyectos contract con alma mediterránea. [lámparas.es +1](#)

Equipado con **iluminación LED integrada de 70 W**, este ventilador ofrece una luz **regulable en intensidad y tono** (de cálido a frío), permitiendo crear ambientes que evolucionan desde acogedores atardeceres hasta espacios vibrantes de trabajo creativo. Su **motor DC ultrasilencioso** garantiza confort todo el año, con **función verano-invierno**, temporizador y **hasta 6 velocidades**, todas controladas con el **mando a distancia incluido** para un uso intuitivo y elegante. [Luzópolis +1](#)

Con un **diámetro de 65 cm**, es ideal para estancias de entre 13–20 m², aportando **flujo de aire eficiente** sin sacrificar diseño. Perfecto para interioristas que buscan soluciones que se integren con propuestas sofisticadas sin renunciar a confort y rendimiento. [Luzópolis](#)

[p.producto2](#)

06. IA para ideas comerciales y creatividad

Estructura para mejorar la **experiencia del usuario**

- ⇒ Tipo de web + sector (tienda online, servicios, reservas...).
 - ⇒ Objetivo principal (ventas, clientes, reservas, llamadas...).
 - ⇒ Público (quién entra y desde dónde: móvil/desktop).
 - ⇒ Páginas clave (home, categorías, producto, contacto...).
 - ⇒ Problemas observados (abandono, pocas conversiones, dudas repetidas...).
 - ⇒ Restricciones (que es lo que NO queremos que haga).
 - ⇒ Entregable (lista priorizada + quick wins + copy propuesto...).
-

Prompt para UX (Experiencia del Usuario)

Prompt

Necesito mejoras UX para mi web [sector].

Objetivo: [ventas/reservas/leads].

Público: [] (móvil/desktop).

Páginas: home, [producto/servicios], contacto/checkout.

Problemas: [].

Dame 10 mejoras priorizadas (impacto/esfuerzo) + 5 quick wins + nuevos CTA/titulares.

Si falta info, pregúntame 5 cosas.

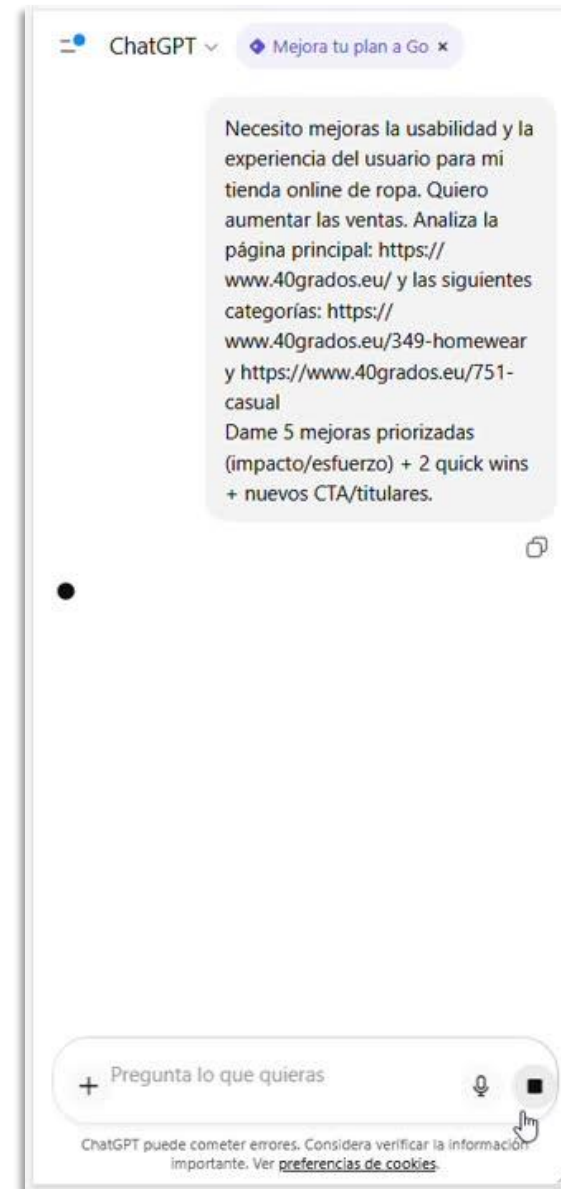
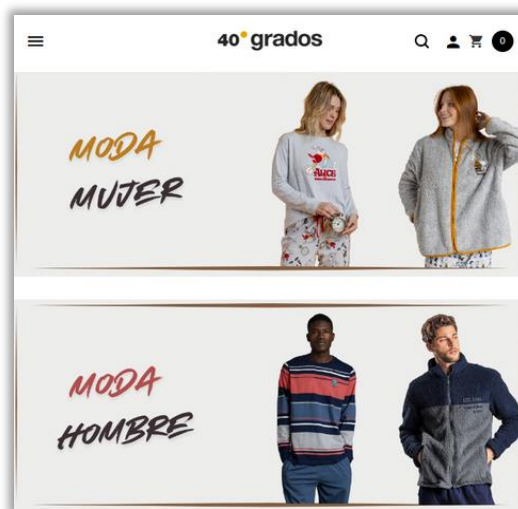
Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

Necesito mejoras la **usabilidad** y la experiencia del usuario para mi **tienda online de ropa**.

Quiero **aumentar las ventas**.

Analiza la página principal: <https://www.40grados.eu/> y las siguientes **categorías:** <https://www.40grados.eu/349-homewear> y <https://www.40grados.eu/751-casual>

Dame 5 mejoras priorizadas (impacto/esfuerzo) + 2 quick wins + nuevos CTA/titulares.



p.mejoraweb

✅ 1) 5 mejoras priorizadas (Impacto / Esfuerzo)

1) Claridad en confianza y seguridad (📈 Alto / ⚙️ Bajo)

👉 Muchos compradores online **desconfían** si no ven **datos claros de empresa, atención y garantías**, y esto impacta en la decisión de compra. La Razón +1

Mejoras concretas:

- Mostrar en el **header o banner superior**: “Empresa legal en España — NIF/CIF visible”, dirección física y teléfono.
- Incluir **sellos de confianza**, política de devoluciones clara y conexiones a perfiles sociales activos.

🟡 **Impacto:** ✅ Aumenta confianza → reduce rebote y carritos abandonados.

🔧 **Esfuerzo:** ✅ Bajo (texto + elementos visuales).

Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

2) Navegación y filtros mejorados (📈 Alto / ⚙️ Medio)

👉 En ecommerce de ropa es clave que el usuario encuentre **productos en 2–3 clics**. Reddit

Acciones:

- Añadir **filtros relevantes** (talla, color, precio, estilo, colección).
- Mantener **breadcrumb** (Inicio > Mujer > Homewear).
- Mejora la **barra de búsqueda con autocompletado** y sugerencias.

🟡 **Impacto:** ✅ Mejora la exploración → más productos vistos → más ventas.

🔧 **Esfuerzo:** ✅ Medio (depende de plataforma).

3) Optimización de fichas de producto (📈 Muy alto / ⚙️ Medio)

Los usuarios compran lo que entienden y visualizan bien.

Incluye:

- Fotos de alta calidad + zoom + vista 360° (modelo + plano).
- **Guías de tallas** fáciles de usar.
- **Reviews visibles en la ficha y preguntas frecuentes** por producto.

🟡 **Impacto:** ✔️ Muy alto → reduce devolución/rechazo por talla o percepción de calidad.

🔧 **Esfuerzo:** ✔️ Medio.

Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

4) Procesos de compra más simples (📈 Alto / ⚙️ Medio)

Cuanto más rápido y claro es el checkout, menos abandonos.

Mejoras:

- Checkout en 1 sola página o flujo minimalista.
- Ofrecer **opciones de pago populares** (PayPal, tarjeta, Bizum, etc).
- **Indicadores de progreso** ("Paso 1 de 3").

🟡 **Impacto:** ✔️ Alto → baja del abandono de carrito.

🔧 **Esfuerzo:** ✔️ Medio.

5) Información de envíos, devoluciones y atención (📈 Alto / ⚙️ Bajo-Medio)

Según encuestas, envíos y servicio postventa son puntos críticos en satisfacción online. La Razón

Acciones:

- Mostrar envío gratis desde X€ de forma clara.
- Política de devolución fácil de encontrar y en lenguaje claro.
- Resaltar soporte en tiempo real (chat/WhatsApp visible).

🟡 **Impacto:** ✔ Alto → más conversiones por reducción de incertidumbre.

🔧 **Esfuerzo:** ✔ Bajo-Medio.

Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

🔥 2 Quick Wins (faciles y rápidos de implementar)

Quick Win 1 — Banner de valor principal arriba

Ejemplo:

“Envíos gratis a partir de 49 €”

“Devolución fácil 15 días”

“Atención 7 días por WhatsApp”

Esto mejora la percepción en segundos.

🟡 **Impacto:** Alto inmediato

🔧 **Esfuerzo:** ✔ Muy bajo

Quick Win 2 — CTA fijo para añadir al carrito

Un botón flotante “Añadir al carrito” que sigue al usuario cuando baja por la ficha de producto aumenta la conversión.

🟡 **Impacto:** Medio-Alto

🔧 **Esfuerzo:** Bajo

Estructura para mejorar la web **analizando a la competencia**

- ⇒ Tipo de negocio y servicio: producto/servicio. Físico/online.
- ⇒ Quién es tu competencia
- ⇒ Objetivo: mejorar las ventas, más visitas a la tienda...

Prompt para analizar a la competencia

Prompt

Necesito mejorar mi web de [sector].

Objetivo: [ventas/reservas/leads].

Analiza mi web [poner enlace de tu web] respecto a mi competencia [poner enlaces competencia]

Dame 10 mejoras priorizadas (impacto/esfuerzo) + 5 quick wins + nuevos CTA/titulares. Si falta info, pregúntame 5 cosas.

Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

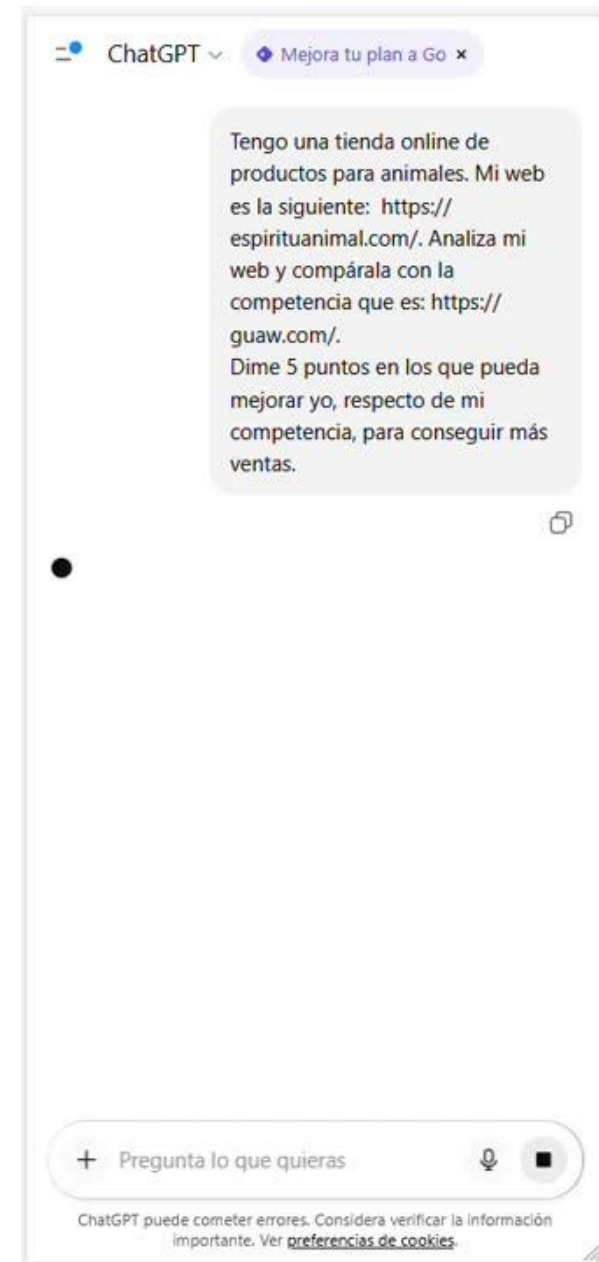
Tengo una tienda online de productos para animales.

Mi web es la siguiente: <https://espirituanimal.com/>.

Analiza mi web y compárala con la competencia que es:

<https://guaw.com/>.

Dame 5 puntos en los que pueda mejorar yo, respecto de mi competencia, para conseguir más ventas.



[p.compet.](#)

Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

1. Mejorar la experiencia de usuario y navegación

Tu menú muestra un catálogo muy completo con muchas categorías, pero para un visitante eso puede resultar **abrumador** si **no hay guías claras o filtros eficaces**. En tiendas modernas como Guaw la experiencia está más simplificada con categorías destacadas y secciones relevantes para el usuario (por tipo de mascota, así como productos populares directamente accesibles) lo cual ayuda a **que el cliente encuentre productos rápidamente**.

guaw.com +1

Sugerencias:

- Añadir filtros por necesidades (e.g., “mejor precio”, “para salud”, “primeros días”).
- Colocar secciones destacadas más visibles desde la página principal (no solo listado de productos).
- Optimizar la navegación móvil para que comprar desde el móvil sea más simple y rápido.

2. Integrar reseñas y valoraciones claras por producto

Guaw tiene un volumen alto de opiniones en plataformas como Trustpilot (con más de 18 000 valoraciones y una puntuación visible) lo que da **confianza social al usuario** antes de comprar. 

En tu tienda podrías:

- Mostrar **reseñas verificadas de compra en cada ficha de producto**.
- Incentivar a los clientes a dejar opiniones tras recibir el pedido.
- Añadir estrellas visibles en los listados de productos (no solo opiniones en la web general).

3. Mayor claridad en políticas de compra, envíos y devoluciones

Aunque tu sitio contiene información sobre “envíos y devoluciones”, no está tan destacado o accesible como en tiendas grandes. Esto genera **incertidumbre en el usuario** cuando va a comprar. 

Sugerencias:

- Mostrar **envío gratuito**, tiempos de entrega y condiciones de devolución claramente justo debajo de cada producto (o cercano al botón “Añadir al carrito”).
- Incluir un apartado visible tipo “¿Por qué comprar con nosotros?” con beneficios claros.

Estructura para **creación de slogan/frases**

- ➡ Tipo de negocio: físico, online, ambos,...
- ➡ Público al que quieres dirigirte.
- ➡ Uso y formato: escaparate, web, anuncio...
- ➡ Objetivo: más ventas, más visitas, agradecimiento...
- ➡ Tono: cercano, profesional, divertido, técnico...
- ➡ Longitud: número máximo de palabras.
- ➡ Tema: rebajas, nueva colección, envío 24h,...
- ➡ Restricciones: evitar clichés, evitar "la mejor", sin rimas, con/sin emoji.

Prompt para crear slogan/frases

Prompt

Necesito 20 slogans para [negocio] ([físico/online]) con tono []. Máx. [X] palabras. Tema: []. Diferencial: []. Evita clichés y “somos los mejores”. Sepáralos por estilos y elige tus 3 mejores.

Prompt

Necesito ideas de slogan/frases para [tienda física / tienda online / ambas].
Negocio: [qué vendes] en [ciudad si físico] / [España si online].
Diferencial: [precio / calidad / rapidez / asesoramiento / producto local / premium].
Público: [quién].
Uso: [escaparate / cabecera web / banner / bio Instagram / anuncio].
Objetivo: [atraer visitas / aumentar ventas / reforzar marca].
Tono: [cercano / premium / divertido / minimalista].
Longitud: máximo [X] palabras (o [X] caracteres).
Tema/campaña: [rebajas / nueva colección / envío 24-48h / apertura].
Restricciones: evita clichés (“calidad al mejor precio”), evita “somos los mejores”, sin rimas (o con rima), sin emojis (o con emojis).
Entrega: 20 opciones, separadas en 4 estilos (directo, emocional, ingenioso, premium).

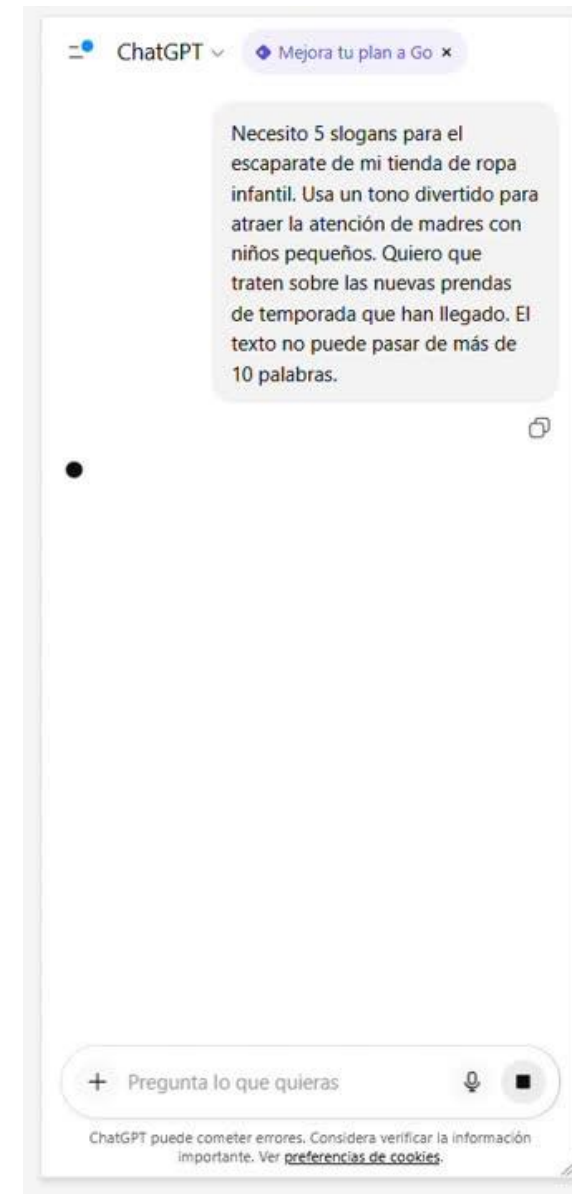
Ejemplo para creación de slogan/frases

Necesito 5 slogans para el escaparate de mi tienda de ropa infantil.

Usa un tono divertido para atraer la atención de madres con niños pequeños.

Quiero que traten sobre las nuevas prendas de temporada que han llegado.

El texto no puede pasar de más de 10 palabras.



[p.slogan](#)

Ejemplo para creación de slogan/frases

Necesito 5 slogans para el escaparate de mi tienda de ropa infantil.

Usa un tono divertido para atraer la atención de madres con niños pequeños.

Quiero que traten sobre las nuevas prendas de temporada que han llegado.

El texto no puede pasar de más de 10 palabras.



ChatGPT Mejora tu plan a Go

Necesito 5 slogans para el escaparate de mi tienda de ropa infantil. Usa un tono divertido para atraer la atención de madres con niños pequeños. Quiero que traten sobre las nuevas prendas de temporada que han llegado. El texto no puede pasar de más de 10 palabras.

¡Claro! Aquí tienes 5 opciones:

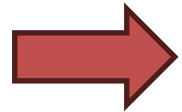
1. ¡Llegó la nueva temporada para pequeños grandes estilos!
2. Ropita nueva, sonrisas grandes esta temporada
3. Nuevas prendas, aventuras diarias para tus peques
4. Estrena temporada: moda infantil que acompaña su energía
5. Colores nuevos para jugar, crecer y soñar

Si quieres, puedo adaptarlos a un estilo más tierno, moderno o divertido aún. 😊

ChatGPT puede cometer errores. Considera verificar la información importante. Ver [preferencias de cookies](#).

07. IA y seguridad

REGLA N° 1 – NO PEGAMOS DATOS PERSONALES DE CLIENTES



Nada de teléfonos, direcciones, pedidos, NIF, matrículas, números de cuenta,...

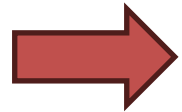
Si necesitas ayuda con un caso real, lo hacemos así: 'Cliente A', 'Pedido 123',

'coche modelo X' y quitamos cualquier dato que identifique."

✗ MAL

"María Sánchez, de la calle Rodrigo,
teléfono 6452025... quiere que..."

REGLA N° 1 – NO PEGAMOS DATOS PERSONALES DE CLIENTES



Nada de teléfonos, direcciones, pedidos, NIF, matrículas, números de cuenta,...

Si necesitas ayuda con un caso real, lo hacemos así: 'Cliente A', 'Pedido 123',

'coche modelo X' y quitamos cualquier dato que identifique."

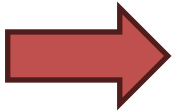
 MAL

"María Sánchez, de la calle Rodrigo,
teléfono 6452025... quiere que..."

 BIEN

"Cliente A solicita cambio por talla.
Quiere saber condiciones..."

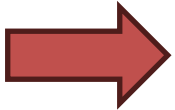
REGLA N° 2 – REVISAR ANTES DE PUBLICAR O ENVIAR



La IA puede 'rellenar huecos' y a veces se inventa precios, fechas, condiciones o detalles.

Así que, antes de publicar o enviar: revisa precio, horario, stock, fechas y tono.

REGLA N° 3 – LA IA ES UN APOYO, NO UN SUSTITUTO



La IA no sustituye tu criterio ni el trato humano.

Te ayuda a escribir más rápido, a ordenar ideas y a responder mejor, pero la decisión final es tuya.

08. Recursos

Presentación y Contacto

Presentación



LinkedIn



Prompts para aplicar ya

Prompt Extendidos



Prompt Básicos



¡¡Ahora,
a trabajar!!



Servicios digitales,
Personas **reales**



www.digitaldot.es



968 899 965 | 673 680 022



inma@digitaldot.es



C/ Pedro García Tovar, 8 – Bajo 1.
30006 – Puente Tocinos (Murcia)

