



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por la Unión Europea



MINISTERIO DE HACIENDA



Fondos Europeos



red.es



Centro Tecnológico  
*Materias Primas Minerales y Materiales*

# Oficina Acelera Pyme V.3.0 – Región de Murcia



---

# Índic

## 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



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL  
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

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 website red.es. The header includes the logo and navigation links: Dominios.es, ONTSI, RedIRIS, Datos.gob.es, SEDIA, España Digital, Idioma | ES, and Sede electrónica. The main navigation bar contains: red.es, Iniciativas, Actualidad, Financiación Europea, Sobre nosotros (highlighted), and Transparencia. The content area is titled 'Sobre Nosotros' and 'Quiénes somos'. It features an icon of three people and the text: 'Somos un equipo dedicado a trabajar por la convergencia digital con Europa' and 'Fecha de Revisión: 13-02-2025'. Below this is the section 'Misión, visión y valores' with two bullet points: 'Misión: promover, de forma sostenible, la transformación digital de la economía, sociedad, servicios públicos y territorios de nuestro país.' and '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.' The final section is 'Valores de Red.es:' with five bullet points: '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.', and '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](https://acelerapymemurcia.es)

**OAP** Por tu Empresa

PRESENTACION COLABORADORES CONSULTORÍA IGUALDAD EVENTOS RECURSOS CONTACTO

# Oficina Acelera Pyme v.3.0

OFICINA **Acelera** pyme **red.es**

## Región de Murcia

La nueva Oficina Acelera Pyme v3.0 – Región de Murcia ya se encuentra en marcha. Si necesitas asesoramiento o soporte en transformación digital, emprendimiento tecnológico o incorporación de soluciones TIC, puedes contactar con nuestro equipo a través de esta web. Ofrecemos atención gratuita, tanto presencial como virtual, dirigida a pymes, autónomos y personas emprendedoras de toda la Región de Murcia.

Las Oficinas Acelera pyme puestas en marcha en toda España por Red.es, entidad pública adscrita al Ministerio para la transformación Digital y de la función Pública a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, cuentan en su convocatoria 2025 con un importe de ayuda concedida de 30 millones de euros para impulsar la digitalización de pymes, autónomos y emprendedores. El importe de la ayuda máxima es del 80% del presupuesto subvencionable y está financiada por la Unión Europea, Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) del periodo 2014-2020, Gobierno de España.

FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional

OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*

Centro Tecnológico  
Murcia

**Oficina  
Acelera Pyme  
V.3.0 – Región  
de Murcia**

Comunidad por la Unión Europea

GOBIERNO DE MURCIA

Fondos Europeos

red.es

## Soporte

Murcia, España 968 741 500 | [f](#) [X](#) [v](#) [in](#) [i](#)

**Acelera pyme RM** [PRESENTACION](#) [COLABORADORES](#) [CONSULTORÍA](#) [NOTICIAS](#) [RECURSOS](#) [CONTACTO](#)

### Envía tu consulta

Nombre*	Apellidos*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
NIF*	Email*
<input type="text"/>	<input type="text" value="Introduzca una dirección de correo electrónico"/>
Entidad*	NIF Entidad
<input type="text" value="Empresa / Entidad / Organismo"/>	<input type="text" value="NIF de Empresa / Entidad / Organismo"/>
Asunto*	Como nos ha conocido*
<input type="text" value="Ayudas Kit Digital"/>	<input type="text" value="Eventos"/>

¿Quieres que te llamemos? ¡Déjanos tu teléfono!

Mensaje\*

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.



## Las líneas de acción de nuestra OAP giran sobre 17 ejes

OFICINA **Acelera pyme** Centro Tecnológico del móvil, plano y usuario

### 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](http://acelerapymemurcia.es)

Comercio Electrónico

red.es

C064/25-ED CV7  
2025/04/15/00266771

- 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 Anaítica 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**



## Asociaciones



UNIVERSIDAD  
DE MURCIA

## Habilitadores



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional

OFICINA Acelera pyme Centro Tecnológico Murcia Pines Alibon y Marabón

## CÓMO VENDER MÁS, USANDO IA DE MANERA SENCILLA

DÍA 14  
MES MAYO  
AÑO 2026  
HORA 15:30

LUGAR  
ACIA. EDIFICIO ALAMEDA  
C/ JULIO CASTELO, 8  
ÁGUILAS (30880)

INSCRIPCIONES



INMA NAVARRO  
Consultora SEO y Responsable del  
área de Marketing en DigitalDot

Con la colaboración de:  Tlf: 601 92 11 08 [hola@celerapymemurcia.es](mailto:hola@celerapymemurcia.es)



# PROGRAMA

### 15:30H BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN

Mavi Fernández. Técnico de soporte en la Oficina Acelera Pyme v.3.0 – Región de Murcia

### 15:45H CÓMO VENDER MÁS, USANDO IA DE MANERA SENCILLA

Inma Navarro. Consultora SEO y Responsable del área de Marketing en Digitaldot

1. Cómo detectar oportunidades de venta con IA.
2. Analizar a la competencia para detectar puntos de mejora.
3. Cómo mejorar fichas de productos/servicios: creación de textos, imágenes y videos.
4. Cómo mejorar la experiencia del usuario en tu web.
5. Responder mejor para cerrar más ventas.
6. Seguridad: qué sí y qué no compartir.

### RONDA DE PREGUNTAS Y NETWORKING

INMA NAVARRO

Consultora SEO y Responsable del  
área de Marketing en Digitaldot



DÍA 14  
MES MAYO  
AÑO 2026  
HORA 15:30

LUGAR  
ACIA. EDIFICIO ALAMEDA  
C/ JULIO CASTELO, 8  
ÁGUILAS (30880)

Con la colaboración de:  Tlf: 601 92 11 08 [hola@celerapymemurcia.es](mailto:hola@celerapymemurcia.es)





OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*

**dD digitalDot**<sup>®</sup>

# Cómo vender más usando la IA



---

# Índice

1. Qué es la IA y cómo puede ayudarte.
  2. Acceso desde el móvil.
  3. Cómo detectar oportunidades de venta con IA.
  4. Analizar a la competencia para detectar puntos de mejora.
  5. Optimizar fichas de productos/servicios: creación de textos, imágenes...
  6. Cómo mejorar la experiencia del usuario en tu web.
  7. Responder mejor para cerrar más ventas.
  8. Seguridad: qué sí y qué no compartir.
-

---

# 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



Gemini



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...





[vídeo](#)

---

---

# 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...).

## De genérico...

✘ Prompt débil

Hazme un post para Instagram.

 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.

---

## ¿Cómo dar órdenes a la IA?

### Prompt

Necesito [qué].

Para: [negocio] · Público: [quién]

Canal: [IG/FB/blog/email/web]

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.

***quién soy + qué vendo + qué quiero conseguir***

---

---

# 03. Cómo detectar oportunidades de venta

## La IA puede ayudarte a descubrir:

- ➡ Qué productos o servicios tienen más potencial de venta.
- ➡ Qué dudas o frenos están impidiendo que el cliente compre.
- ➡ Qué promociones, campañas o temporadas puedes aprovechar.
- ➡ Qué acciones rápidas puedes hacer para vender más

## Ejemplo para vender más

Tengo una tienda online de productos para animales.

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

Quiero vender más. Dime 5 ideas fáciles y realistas para conseguirlo.



## Ejemplo para vender más

### 1. Crear packs fáciles de comprar

En vez de vender solo productos sueltos, crearia packs cerrados por necesidad:

- Pack cachorro en casa: pienso + snacks + empapadores + juguete.
- Pack antiparasitario perro: collar/pipetas + champú repelente + snack.
- Pack gato sin olores: arena + comida húmeda + malta.
- Pack roedor básico: heno + lecho + snack.

Esto ayuda a subir el ticket medio y facilita la compra a quien no sabe exactamente qué elegir. En la web ya trabajáis muchas categorías —pienso, snacks, antiparasitarios, higiene, accesorios, arenas, heno, etc.— así que no requiere inventar producto nuevo, solo agrupar lo que ya tenéis. Experto Animal 11

### 2. Aprovechar mejor el envío gratis desde 39 €

El envío gratuito a partir de 39 € es un buen gancho, pero habría que usarlo más agresivamente durante la compra. Experto Animal

Ideas fáciles:

- Poner una barra en el carrito: "Te faltan 6,20 € para conseguir envío gratis".
- Recomendar productos pequeños para completar pedido: snacks, bolsas, juguetes, latas, champús, premios.
- Crear una sección: "Añade esto y consigue envío gratis".

Esto es muy efectivo porque no obliga al cliente a comprar algo caro, solo a completar el pedido.

### Prioridad rápida

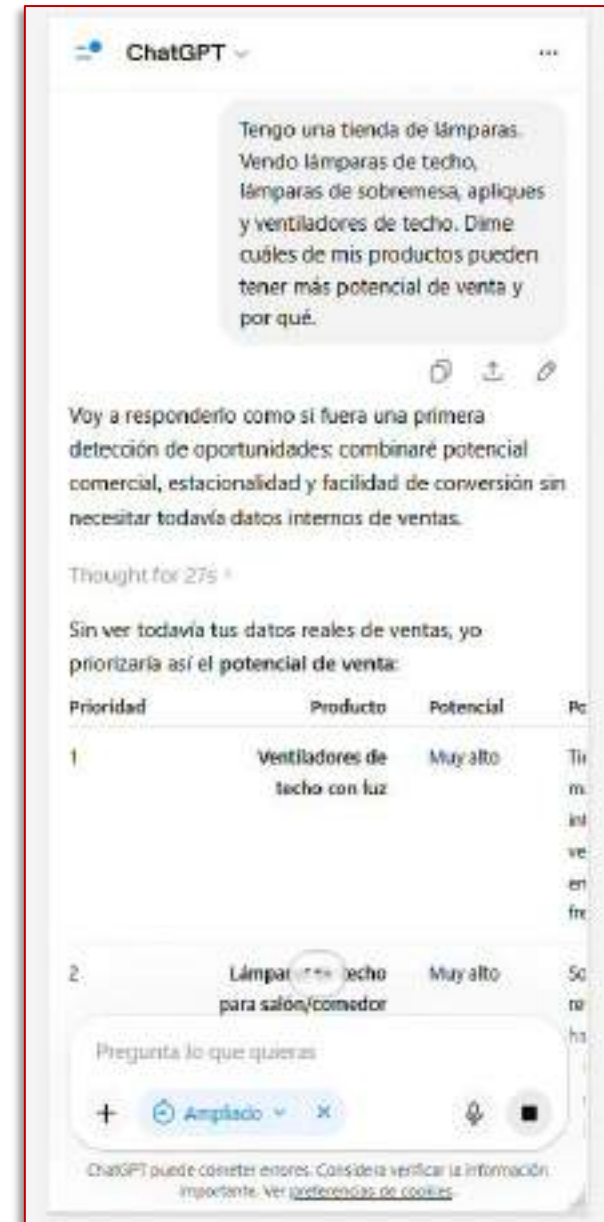
Yo empezaría en este orden:

1. Barra de envío gratis + productos recomendados en carrito.
2. Packs por necesidad.
3. WhatsApp de asesoramiento visible en categorías y fichas.
4. Campañas por email según tipo de mascota.
5. Blog orientado a compra y enlazado a productos.

La idea más inmediata para vender más sería esta: subir el ticket medio aprovechando el envío gratis desde 39 € y recomendando productos pequeños antes de finalizar la compra. Es fácil, realista y no depende de conseguir mucho tráfico nuevo.

## Ejemplo para qué productos o servicios tienen más potencial de venta.

Tengo una tienda de lámparas. Vendo lámparas de techo, lámparas de sobremesa, apliques y ventiladores de techo. Dime cuáles de mis productos pueden tener más potencial de venta y por qué.



## Ejemplo para qué productos o servicios tienen más potencial de venta.

Prioridad	Producto	Potencial	Por qué
1	Ventiladores de techo con luz	Muy alto	Tienen doble función: iluminan y refrescan. Ahora, en mayo, empieza la temporada fuerte de calor, por lo que la intención de compra sube. Además, el mercado de ventiladores de techo sigue creciendo por eficiencia energética, hogares inteligentes y búsqueda de soluciones frente al calor. <a href="#">Más Inteligencia</a>
2	Lámparas de techo para salón/ comedor	Muy alto	Son productos de compra "principal": cuando alguien reforma, se muda o quiere cambiar el estilo de una habitación, suele empezar por la lámpara del techo. Las tendencias 2026 dan peso a lámparas colgantes, materiales naturales, estilo Japandi, formas limpias y piezas decorativas con presencia. <a href="#">Impulsión</a>
3	Ventiladores de techo de diseño / aspas retráctiles	Alto	Son especialmente interesantes porque vencen una objeción típica: "no quiero que parezca un ventilador feo". Los modelos con aspas ocultas combinan estética de lámpara moderna y funcionalidad de ventilador, algo muy atractivo para salones y dormitorios. <a href="#">El Fin</a>
4	Lámparas de sobremesa decorativas	Medio-alto	Tienen menos precio medio que una lámpara de techo o un ventilador, pero se compran más fácil. Funcionan bien como compra impulsiva, regalo o complemento para mesitas, escritorios, recibidores y rincones decorativos. Las lámparas portátiles, cálidas e inalámbricas están ganando visibilidad por su versatilidad. <a href="#">El Fin</a>
5	Apliques de pared	Medio	No suelen ser la primera compra del cliente general, pero tienen mucho potencial en nichos concretos: cabeceros de dormitorio, pasillos, escaleras, baños, terrazas cubiertas, hoteles, apartamentos turísticos y reformas. Funcionan muy bien si se venden por uso, no solo por categoría.
6	Lámparas de techo sencillas o básicas	Medio	Se venden, pero compiten mucho por precio. Para que tengan más potencial, conviene diferenciarlas por estilo, estancia o problema: "lámparas para techos bajos", "para mesa de comedor", "para cocinas modernas", "para pisos pequeños", etc.

## Ejemplo para qué productos o servicios tienen más potencial de venta.

### Mi recomendación principal

El producto con más potencial ahora mismo sería el ventilador de techo con luz, sobre todo si tiene estas características:

motor silencioso, bajo consumo, mando a distancia, luz LED regulable, modo verano/invierno, diseño moderno y, si es posible, WiFi o control por app.

La razón es sencilla: no es solo una lámpara, es una solución a un problema inmediato: calor, confort y ahorro frente al aire acondicionado. Además, en España hay demanda clara de ventilación para dormitorios y uso nocturno; un estudio citado por Alimarket señalaba que el 71% preferiría instalar un ventilador de techo en dormitorio y que muchos consumidores se mueven en presupuestos de entre 100 € y 200 €.

### Cómo lo enfocaría en la tienda online

No vendería solo por categoría. Vendería por necesidad:

Para vender más ventiladores:

"Ventiladores de techo silenciosos para dormir mejor este verano".

Para vender más lámparas de techo:

"Lámparas de techo para renovar el salón sin hacer obras".

Para vender más lámparas de sobremesa:

"Lámparas decorativas para crear ambiente cálido en casa".

Para vender más apliques:

"Apliques de pared para cabeceros, pasillos y rincones con encanto".

En resumen:

mayor potencial inmediato: ventiladores de techo con luz.

mayor potencial estable durante todo el año: lámparas de techo para salón/comedor.

mejor producto para compra rápida o complemento: lámparas de sobremesa.

mejor producto de nicho para reformas y decoración: apliques.

 Fuentes

---

# 04. Analizar a la competencia

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

Dame 4 mejoras priorizadas (impacto/esfuerzo).

No inventes datos.

---

## Ejemplo para analizar a la competencia

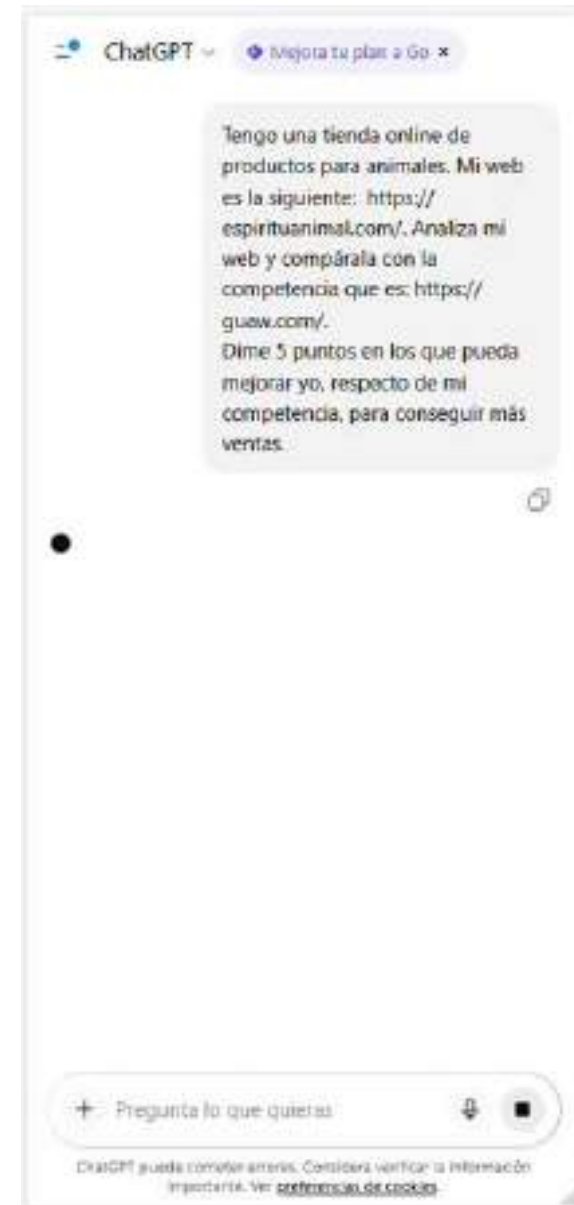
Tengo una tienda online de productos para animales.

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

Analiza mi web y compárala con la competencia que es:

<https://guaw.com/>.

Dame 3 puntos en los que pueda mejorar yo, respecto de mi competencia, para conseguir más ventas.



## Ejemplo para analizar a la competencia

### 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

#### 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. Trustpilot

#### 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. Justo Animal

#### 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.

## Ejemplo práctico:

- ➡ Tengo esta empresa online: XXXXXXXXX **dime 3 competidores** que ofrezcan servicios y productos como los míos y que sean de la región de Murcia.
  
  - ➡ Analiza mi web. XXXXXXXX. **Compárala con mi competencia**. Y dime que 3 cosas que puedo hacer yo que no esté haciendo mi competencia y que podrían ayudarme a tener más clientes.
-

## Ejemplo práctico:

➡ Tengo esta empresa online: XXXXXXXXX **dime 3 competidores** que ofrezcan servicios y productos como los míos y que sean de la región de Murcia.

### 1. Tu Reforma Levante

Está en **Murcia capital** y ofrece **reformas integrales de viviendas, cocinas, baños, locales, comunidades, fachadas y garajes**, además de **construcción y obras nuevas**. Por amplitud de servicios, es uno de los parecidos más claros a tu oferta. [tureformalevant... +1](#)

### 2. ACM (Actividades de Construcción Martínez, S.L.)

Está ubicada en **Almendricos, Lorca (Murcia)** y trabaja **obra nueva, reformas, interiorismo, mantenimiento y comunidades de vecinos**. Además, su radio de trabajo incluye zonas muy cercanas a tu área natural, como **Lorca, Puerto Lumbreras y Águilas**, así que este sí te pisa terreno de verdad. [ACM -](#)

### 3. Marcaser

Tiene instalaciones en **El Algar (Murcia)** y declara servicios de **construcción, reformas, decoración e interiorismo, rehabilitación**, y también mantenimiento en **comunidades de vecinos**. Es una empresa murciana con una cartera bastante alineada con tu enfoque integral. [marcaser.com +1](#)

---

## Ejemplo práctico:

➡ Analiza mi web. XXXXXXXX. **Compárala con mi competencia**. Y dime que 3 cosas que puedo hacer yo que no esté haciendo mi competencia y que podrían ayudarme a tener más clientes.

### 1. Crear páginas por necesidad del cliente

No solo vender "picual" o "arbequina", sino páginas tipo: *aceite para tostadas, para freír, para regalar o para restaurantes*. Eso ayuda a captar a quien no sabe de variedades, pero sí de usos.

### 2. Vender visitas y catas como experiencia reservable

No dejarlo solo como información en la web. Convierte la visita a la almazara en un servicio que se pueda reservar o regalar online.

### 3. Montar un club de reposición o suscripción

Ofrece envíos periódicos de aceite para que el cliente no tenga que acordarse de volver a comprar. Es una forma muy buena de fidelizar y vender más de forma recurrente.

---

---

# 05. Fichas productos/servicios: Textos, imágenes y vídeos

## 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.



The screenshot shows a product page for a 'Grapadora petrus 226 azul / plata hasta 30 hojas'. The page includes a product image, a price tag of 51,87 €, and a list of specifications. The specifications table is as follows:

DATOS TÉCNICOS	
MARCA:	PETRUS
TAMAÑO DE GRAPA:	24x11x19
TIPO GRAPADORA:	201888810

Below the specifications, there is a description in Spanish: 'Grapadora (2018) mecánica. Muy resistente. Más de 24 años en el mercado y con fuerza y peso como al primer día. Para usar a mano. Robusto y fiable. La tecnología de impacto directo garantiza siempre un grapado perfecto.'

**CARACTERÍSTICAS**  
Grapa hasta 30 hojas de papel 80 gr/m².  
Grapado preciso gracias a la tecnología de impacto directo.  
Muy fácil cambio de grapo abierto a cerrado, gracias al sencillo movimiento de la palanilla: la abertura de 180° permite la función clavadora.  
Para usar con grapos Petrus 236, 246 y 266.  
Cargador dotado guía.

## 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 de una papelería

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

**proveedor:** <https://www.jovi.es/es/producto/my-first-plastilina-baby-estuche-4-pastillas-38-g-colores-surtidos>

Incluye en el contenido que el envío es en 24/48 horas.

Utiliza un **tono** divertido para captar la atención de **padres y profesores**.

Que el texto sea entre 180-200 palabras.



p.producto2

## Ejemplo para ficha de producto de una papelería

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

<https://www.jovi.es/es/producto/my-first-plastilina-baby-estuche-4-pastillas-38-g-colores-surtidos> Incluye en el contenido que el envío es en 24/48 horas.

Utiliza un tono divertido para captar la atención de padres y profesores.



La plastilina JOVI My First Plastilina Baby convierte cualquier mesa en un pequeño laboratorio de creatividad. Este estuche incluye 4 pastillas de 38 g en colores surtidos —amarillo, rojo, verde y azul—, pensadas para que los peques empiecen a modelar, aplastar, mezclar y crear sus primeras obras maestras... aunque alguna parezca una croqueta abstracta.

Su textura súper blanda facilita el agarre y el manejo desde edades tempranas, por lo que resulta ideal para trabajar el movimiento y el fortalecimiento de los músculos de dedos y manos. Además, permite experimentar con formas y texturas, ayudando a fomentar la estimulación sensorial, la creatividad y la expresión artística.

Es una opción muy práctica tanto para casa como para el aula: perfecta para padres que buscan actividades manipulativas sencillas y para profesores que quieren introducir propuestas creativas, tranquilas y muy participativas. La plastilina no se seca, no contiene gluten y está libre de los principales alérgenos, lo que la convierte en una alternativa segura para los más pequeños.

Un básico de manualidades para aprender jugando, sin complicaciones. Pídela ahora y recíbela en 24/48 horas. ¡Creatividad lista para amasar! [jovi.es +1](https://www.jovi.es)

## Estructura para **crear imágenes** para

- ⇒ Contexto: negocio, público...
  - ⇒ Dónde vas a incluir la imagen (portada, ficha producto, banner...)
  - ⇒ Objetivo: qué quiere conseguir (ventas, mensajes, visitas...).
  - ⇒ Sujeto: producto/servicio + 2-3 elementos.
  - ⇒ **Estilo**: foto realista, ilustración...
-

## Prompt para imágenes

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

### Prompt

Necesito 2 imágenes para [mi web] para

Objetivo: [rebajas].

Qué aparezca: [producto/elementos].

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

## Ejemplo para una tienda de ropa para niños

Crea una imagen hiperrealista para mi tienda online 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.



## Limitaciones

**ChatGPT** no te deja crear vídeos. Pero, tenemos opciones como: <https://labs.google/ai/es/tools/flow>

## Ejemplo

Necesito un **video hiperrealista** 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 mi producto/servicio/web.



## Truco

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



## Truco

- ➔ Dame 3 ideas para imágenes/vídeos para "X" producto/servicio.
- ➔ Ahora crea el prompt para la idea número "X".
- ➔ Pon ese prompt en chatgpt y te creará la imagen.



## Ejemplo práctico:

➡ Dame un ejemplo visual con paleta de colores para una web profesional de servicios de sistemas de seguridad y videovigilancia. Crea una imagen de cómo se vería la web en escritorio y en móvil.

➡ Crea un vídeo a partir de esta imagen que te adjunto.

---

## Ejemplo práctico:

- ➔ Dame un ejemplo visual con paleta de colores para una web profesional de servicios de sistemas de seguridad y videovigilancia. Crea una imagen de cómo se vería la web en escritorio y en móvil.



## Ejemplo práctico:

➡ Crea un vídeo a partir de esta imagen que te adjunto.



---

# 06. Cómo mejorar la experiencia del usuario...

## Estructura para mejorar la **experiencia del usuario**

- ➡ Tipo de web + sector (tienda online, servicios, reservas...).
  - ➡ Objetivo principal (ventas, clientes, reservas, llamadas...).
  - ➡ Público.
  - ➡ 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: [ ],

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

Problemas: [ ].

Dame 10 mejoras priorizadas (impacto/esfuerzo)

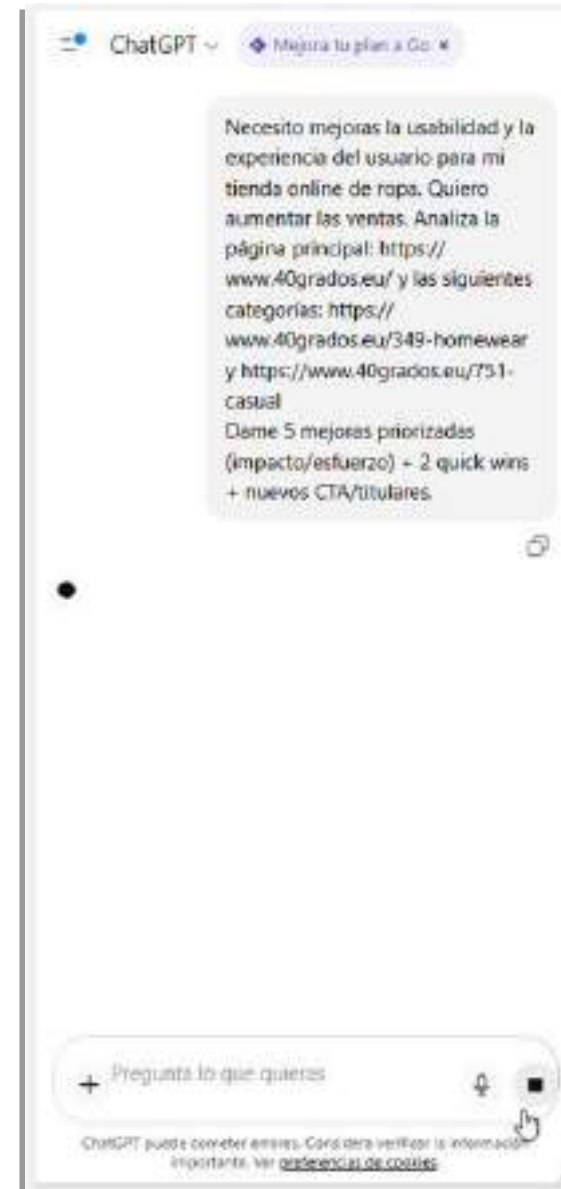
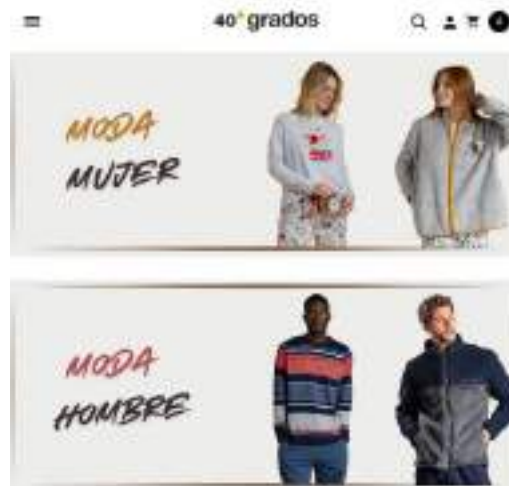
## Ejemplo para mejorar la experiencia del usuario en una web

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



## ✓ 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).

---

### 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

---

# 07. Responder mejor para cerrar más ventas...

Reseña buena 😄

Agradecer · mencionar un  
detalle · invitar a volver

Reseña mala 😡

Empatizar · solución · continuar  
por privado

## Prompt

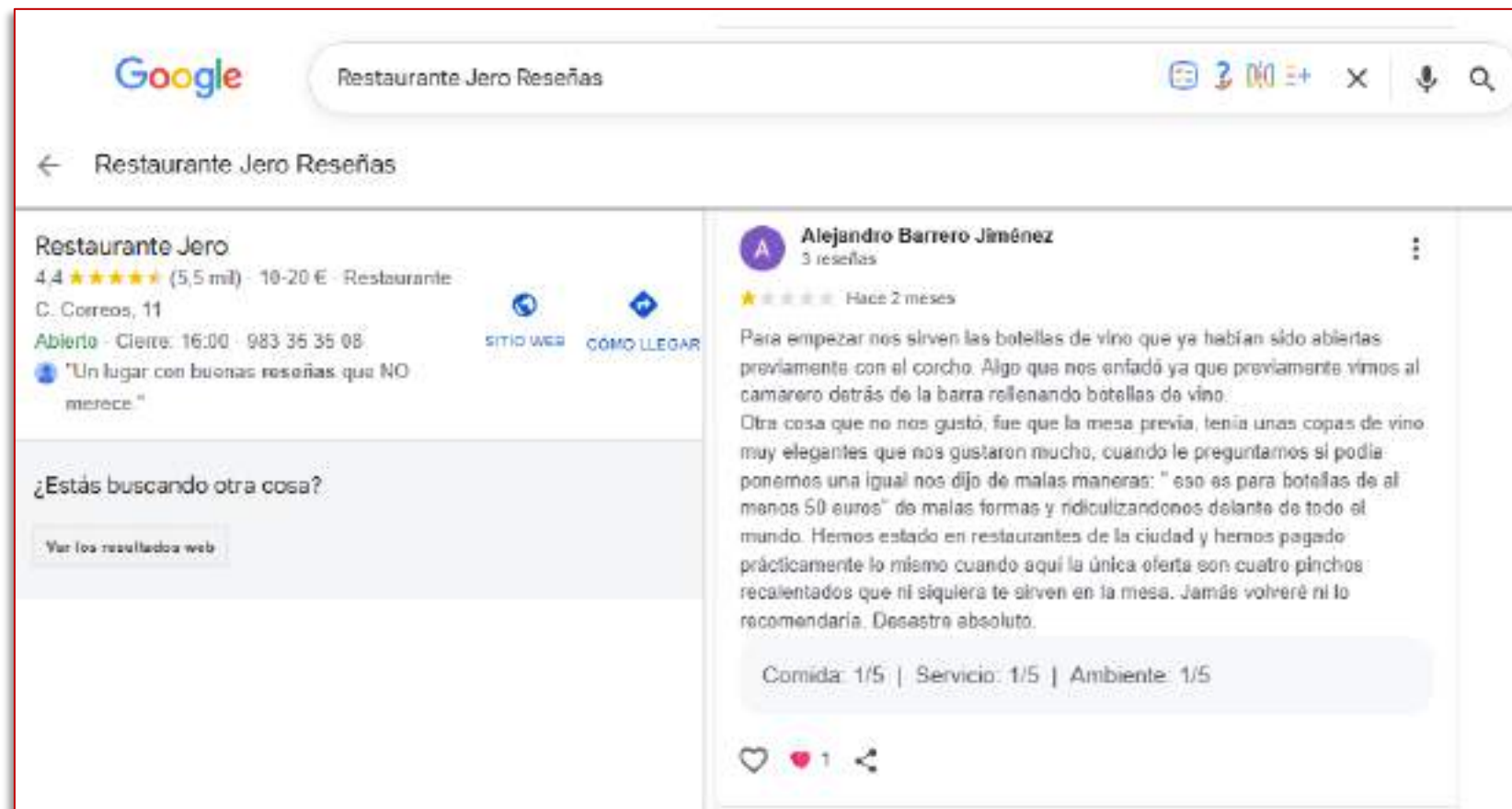
Necesito responder esta reseña: “[pegar reseña]”.

Tono: profesional y calmado.

Máximo. 80 palabras.

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

## Ejemplo para una reseña negativa en Google My Business



The screenshot shows a Google search for "Restaurante Jero Reseñas". The search results display the restaurant's profile with a 4.4-star rating and 5.5 million reviews. A negative review by Alejandro Barrero Jiménez is highlighted, dated "Hace 2 meses". The review text describes a poor dining experience, mentioning pre-opened wine bottles and rude service. The reviewer has rated the food, service, and atmosphere all as 1/5. The restaurant's address is "C. Correos, 11" and its phone number is "983 35 35 08".

Google  
Restaurante Jero Reseñas

← Restaurante Jero Reseñas

**Restaurante Jero**  
4.4 ★★★★★ (5,5 mil) · 10-20 € · Restaurante  
C. Correos, 11  
Abierto · Cierre: 16:00 · 983 35 35 08  
"Un lugar con buenas reseñas que NO merece."

SITIO WEB · COMO LLEGAR

**Alejandro Barrero Jiménez**  
3 reseñas  
★☆☆☆☆ Hace 2 meses


Para empezar nos sirven las botellas de vino que ya habían sido abiertas previamente con el corcho. Algo que nos enfadó ya que previamente vimos al camarero detrás de la barra rellenando botellas de vino.  
Otra cosa que no nos gustó, fue que la mesa previa, tenía unas copas de vino muy elegantes que nos gustaron mucho, cuando le preguntamos si podía ponernos una igual nos dijo de malas maneras: " eso es para botellas de al menos 50 euros" de malas formas y ridiculizandonos delante de todo el mundo. Hemos estado en restaurantes de la ciudad y hemos pagado prácticamente lo mismo cuando aquí la única oferta son cuatro pinchos recalentados que ni siquiera te sirven en la mesa. Jamás volveré ni lo recomendaría. Desastre absoluto.

Comida: 1/5 | Servicio: 1/5 | Ambiente: 1/5

¿Estás buscando otra cosa?  
Ver los resultados web

## Ejemplo para reseña negativa en Google

Soy Restaurante Jero en Valladolid y he recibido esta reseña negativa:

 **Alejandro Barrero Jiménez**  
3 reseñas

★☆☆☆☆ Hace 2 meses

Para empezar nos sirven las botellas de vino que ya habían sido abiertas previamente con el corcho. Algo que nos enfadó ya que previamente vimos al camarero detrás de la barra rellenando botellas de vino.

Otra cosa que no nos gustó, fue que la mesa previa, tenía unas copas de vino muy elegantes que nos gustaron mucho, cuando le preguntamos si podía ponernos una igual nos dijo de malas maneras: " eso es para botellas de al menos 50 euros" de malas formas y ridiculizandonos delante de todo el mundo. Hemos estado en restaurantes de la ciudad y hemos pagado prácticamente lo mismo cuando aquí la única oferta son cuatro pinchos recalentados que ni siquiera te sirven en la mesa. Jamás volveré ni lo recomendaría. Desastre absoluto.

**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

Lamentamos su experiencia y queremos revisar lo ocurrido con detalle. Le pedimos que se ponga en contacto por privado con Restaurante Jero para aclararlo y buscar una solución. No obstante, si comprobamos que el comentario contiene afirmaciones falsas que dañan nuestra imagen, solicitaremos su rectificación o retirada y lo pondremos en manos de nuestros abogados.

---

## Ejemplo para reseña negativa en Google

Lamentamos su experiencia y queremos revisar lo ocurrido con detalle. Le pedimos que se ponga en contacto por privado con Restaurante Jero para aclararlo y buscar una solución. No obstante, si comprobamos que el comentario contiene afirmaciones falsas que dañan nuestra imagen, solicitaremos su rectificación o retirada y lo pondremos en manos de nuestros abogados.

Sentimos que su visita acabara con más drama que una sobremesa sin postre. Queremos revisar lo ocurrido con calma y, si hubo algún error, darle solución. Le pedimos que contacte por privado con Restaurante Jero para aclararlo. Eso sí: si parte del comentario no se ajusta a la realidad y perjudica nuestra imagen, tendremos que pasar del mantel a nuestros abogados.

---

## 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.

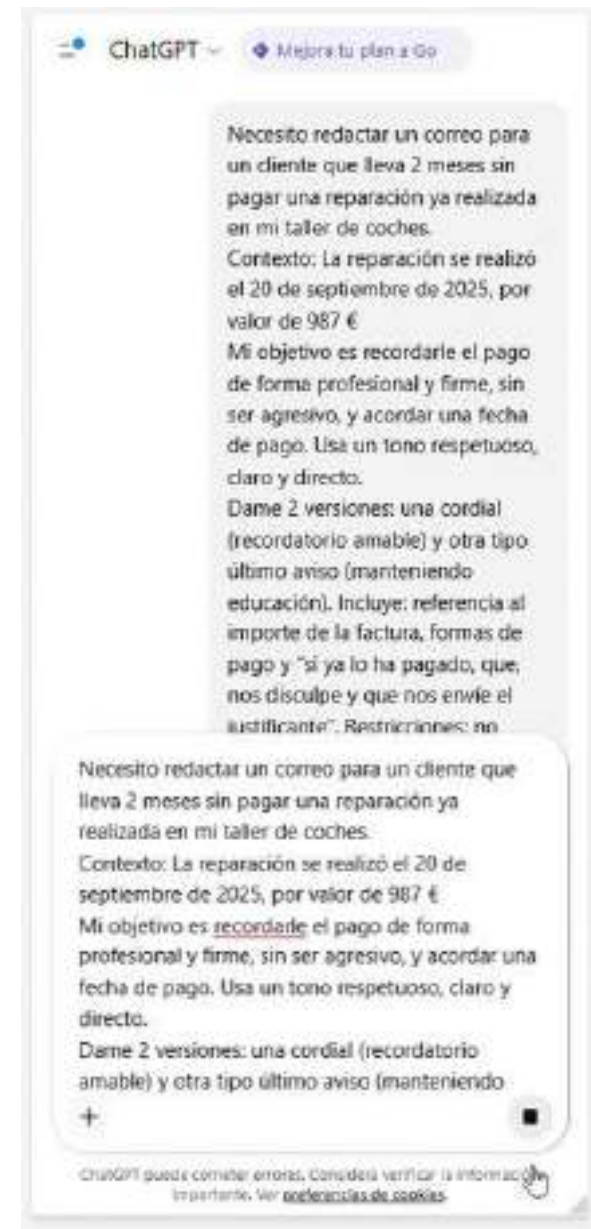
**Contexto:** La reparación se realizó el 20 de septiembre de 2025, por valor de 987 €

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.

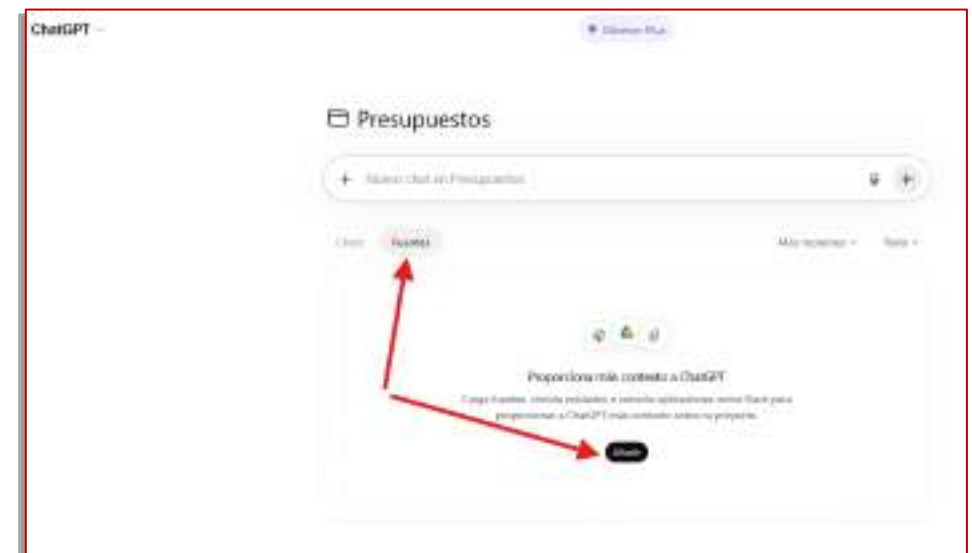
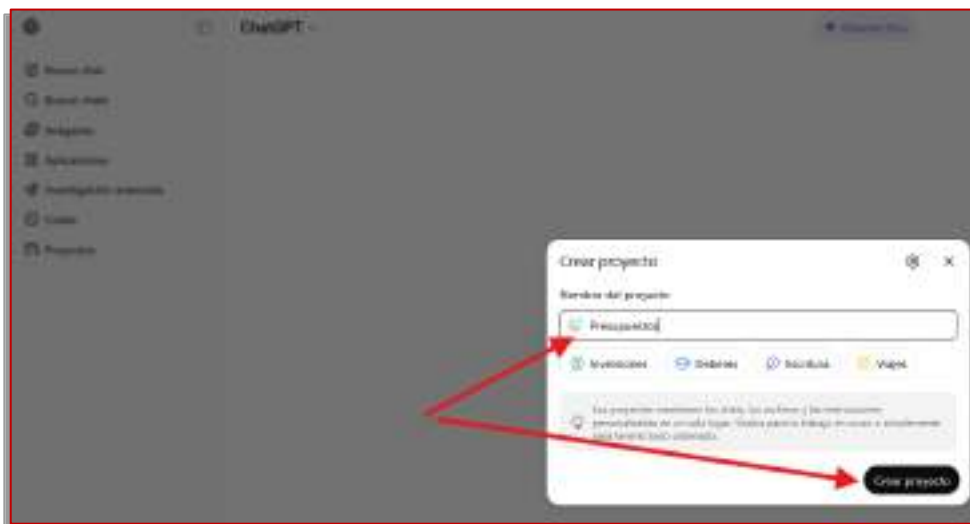
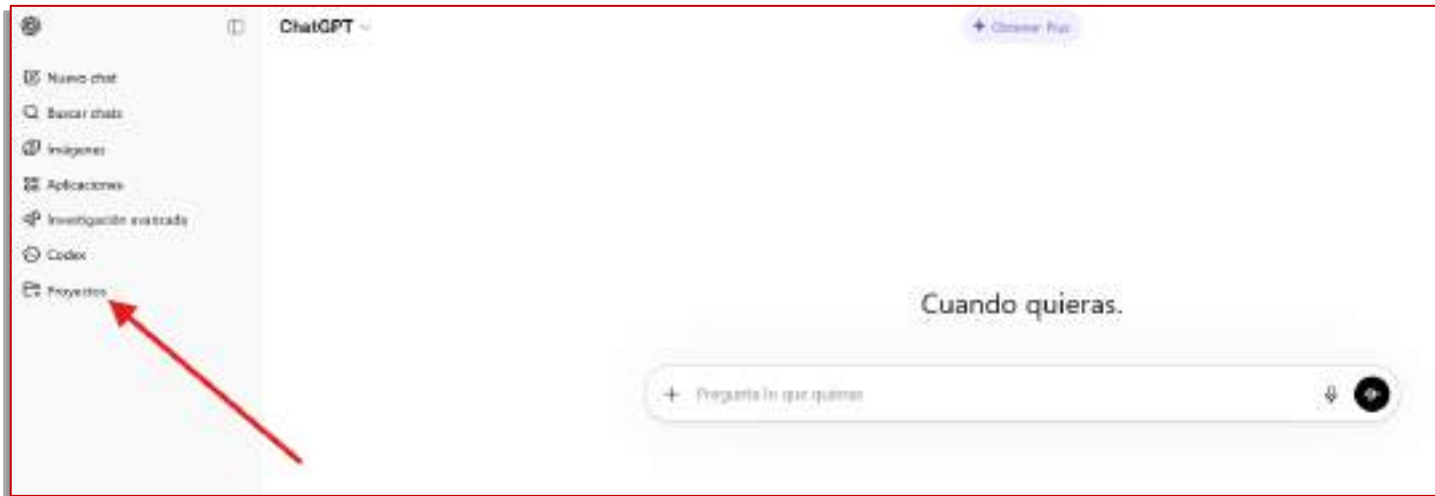
Gracias por su atención.

[Empresa]

## Estructura para **presupuesto** y correo

- ➡ Tipo de negocio y servicio: qué presupuestos.
- ➡ 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.

## Estructura para presupuesto y correo



## 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 €.

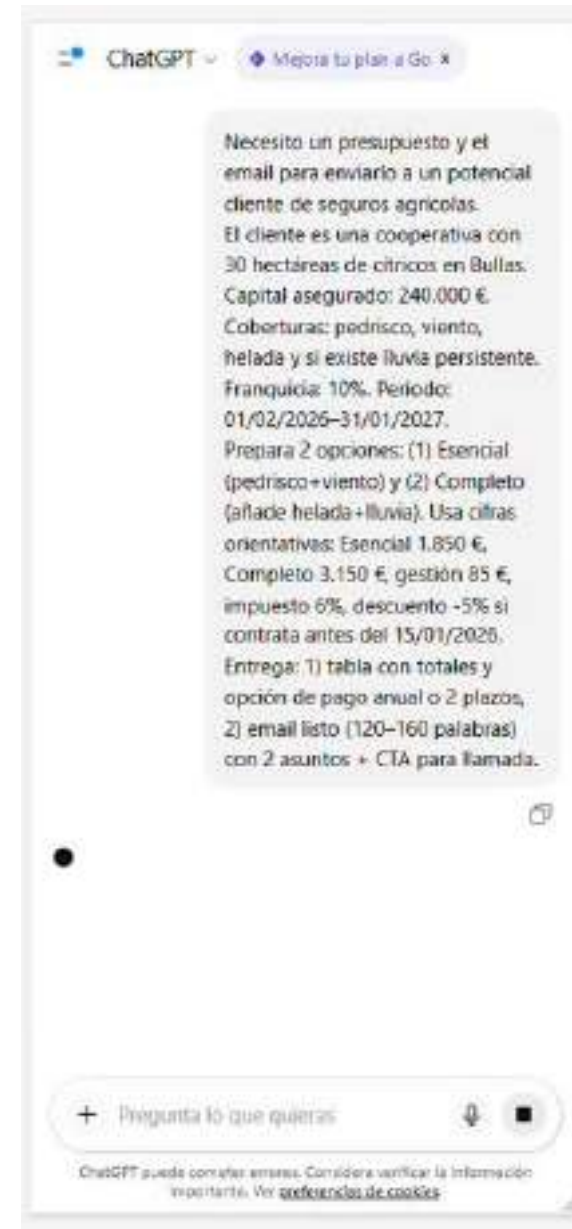
Coberturas: pedrisco, viento, helada y si existe lluvia persistente.

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 €
<b>Total anual</b>	<b>1.948,55 €</b>	<b>3.257,65 €</b>

#### 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 €  
(1ª o 1ª emisión, 2ª o 102 meses)

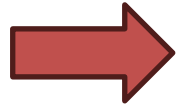
Concepto	Opción Esencial (€)	Opción Completo (€)
Coberturas	Pedrisco + Viento	Pedrisco + Viento + Helada + Lluvia
Prima base	1.850,00	3.150,00
Gastos de gestión	85,00	85,00
Subtotal	1.935,00	3.235,00
Descuento 5%	-96,75	-161,75
Base imponible	1.838,25	3.073,25
Impuesto 6%	110,30	184,40
<b>TOTAL ANUAL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

---

# 07. IA y seguridad

## REGLA N° 1 – NO PEGAMOS DATOS PERSONALES DE CLIENTES

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



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

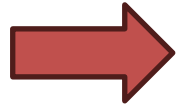
'coche modelo X' y quitamos cualquier dato que identifique."

**X** 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, DNI, 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

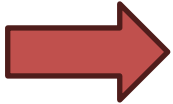
"María Sánchez, de la calle Rodrigo,  
teléfono 6452025... quiere que..."

**✓** BIEN

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

---

## REGLA N° 2 – REVISAR ANTES DE PUBLICAR O ENVIAR

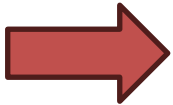


La IA puede 'rellenar huecos' y a veces se inventa precios, fechas, condiciones o detalles.

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!!



[www.digitaldot.es](http://www.digitaldot.es)



968 899 965 | 673 680 022



[inma@digitaldot.es](mailto:inma@digitaldot.es)



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

