

INTELIGENCIA ARTIFICIAL I



Dónde está la IA...



Datos

Porque son la base dentro de cualquier proyecto.



Procesos

Optimizados y automatizados.



Decisiones

Normalización y estandarización de datos.



Seguridad

Para proteger la información.

Ecosistema Digital



Publicidad Digital



Ajuste de pujas

Los algoritmos evalúan qué ubicaciones publicitarias están generando más resultados y ajustan las ofertas para ganar esos espacios sin exceder el presupuesto.

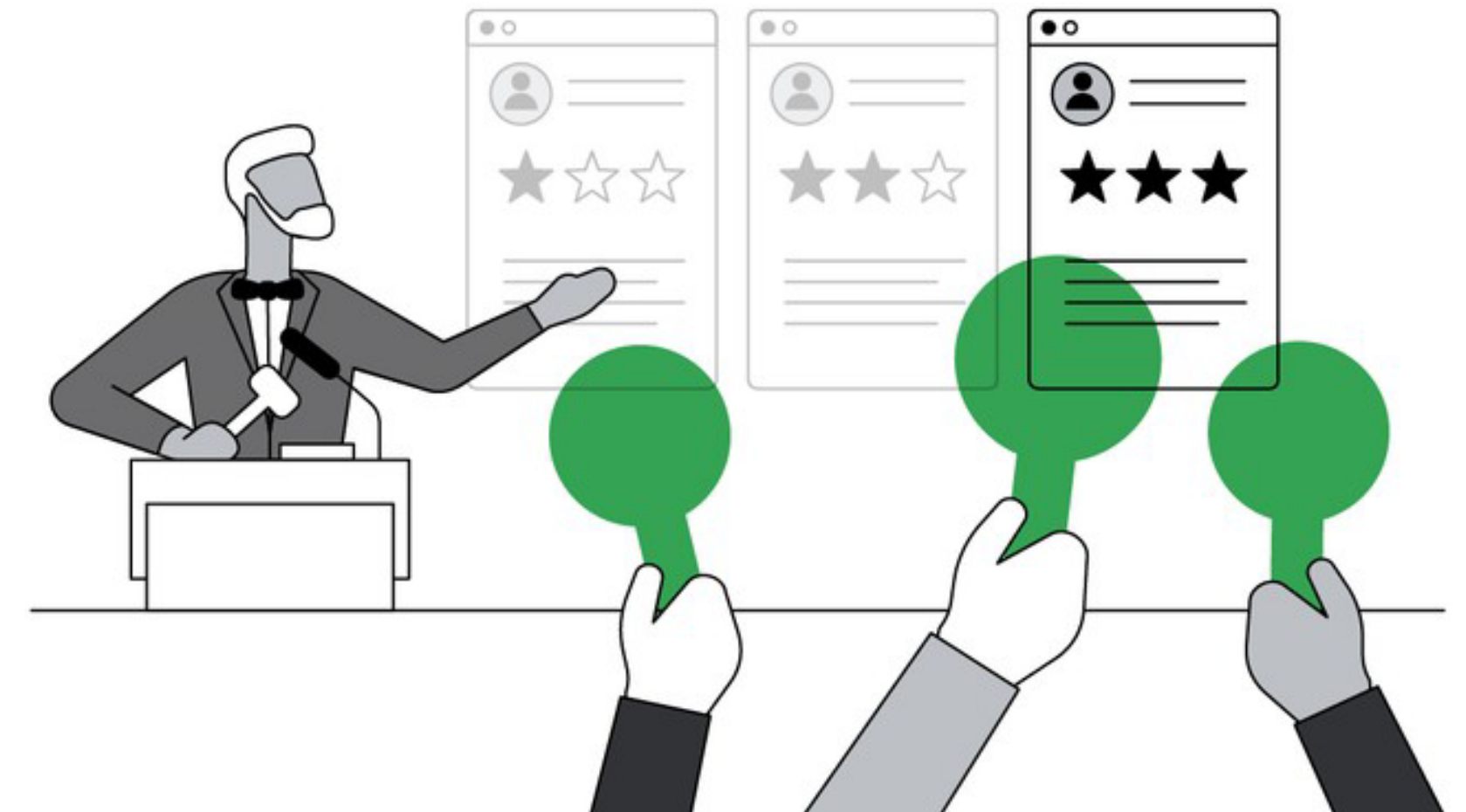
Pruebas automatizadas

La IA prueba diferentes versiones de anuncios y ajusta dinámicamente los elementos que generan mejores resultados, como imágenes, texto o llamados a la acción (CTA).



Distribución del presupuesto

Si un segmento de audiencia está funcionando mejor, la IA pivota los recursos hacia ese segmento para maximizar el retorno de inversión.



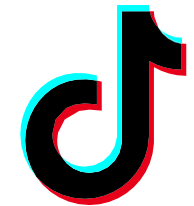
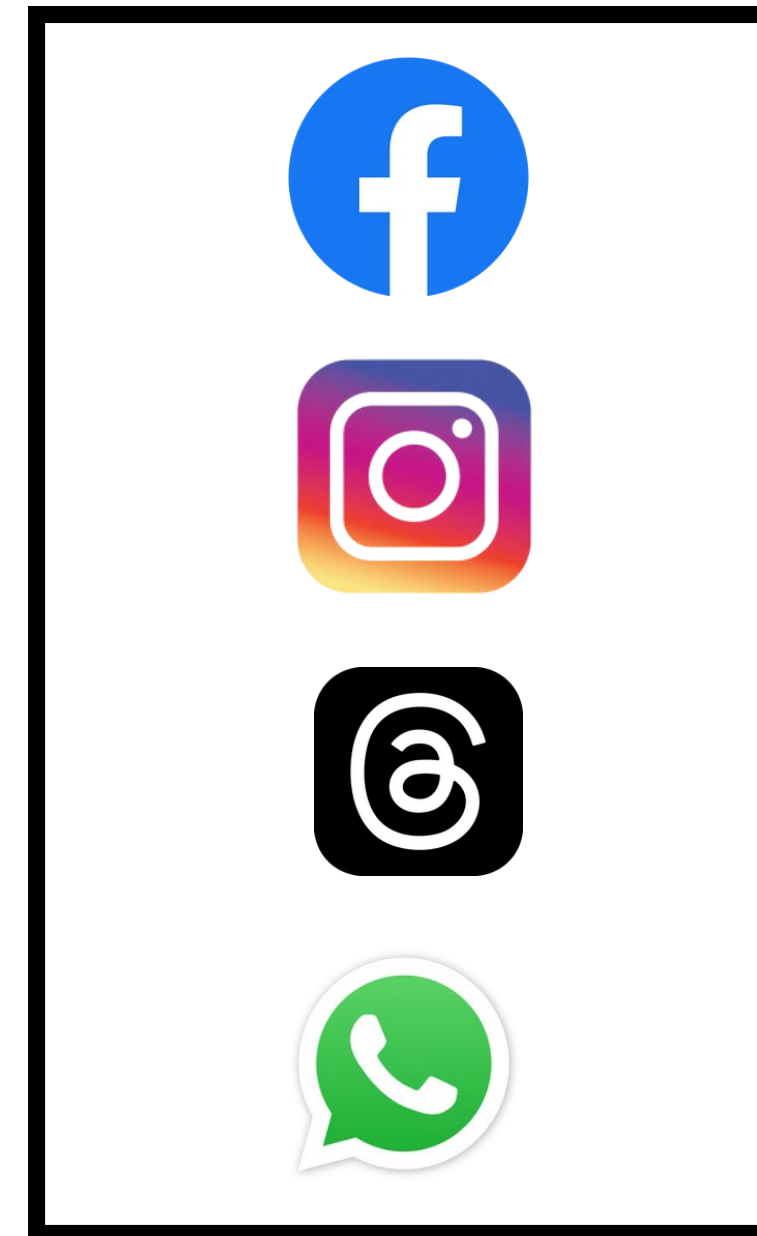
Redes Sociales

Son **plataformas digitales** donde compartimos contenido, interactuamos y creamos comunidad.

El objetivo es claro, **captar clientes**.

Porque te permiten:

- Conocer sus gustos.
- Convertir seguidores en compradores.
- Conectar directamente con tu público.



metricool

Marca Personal

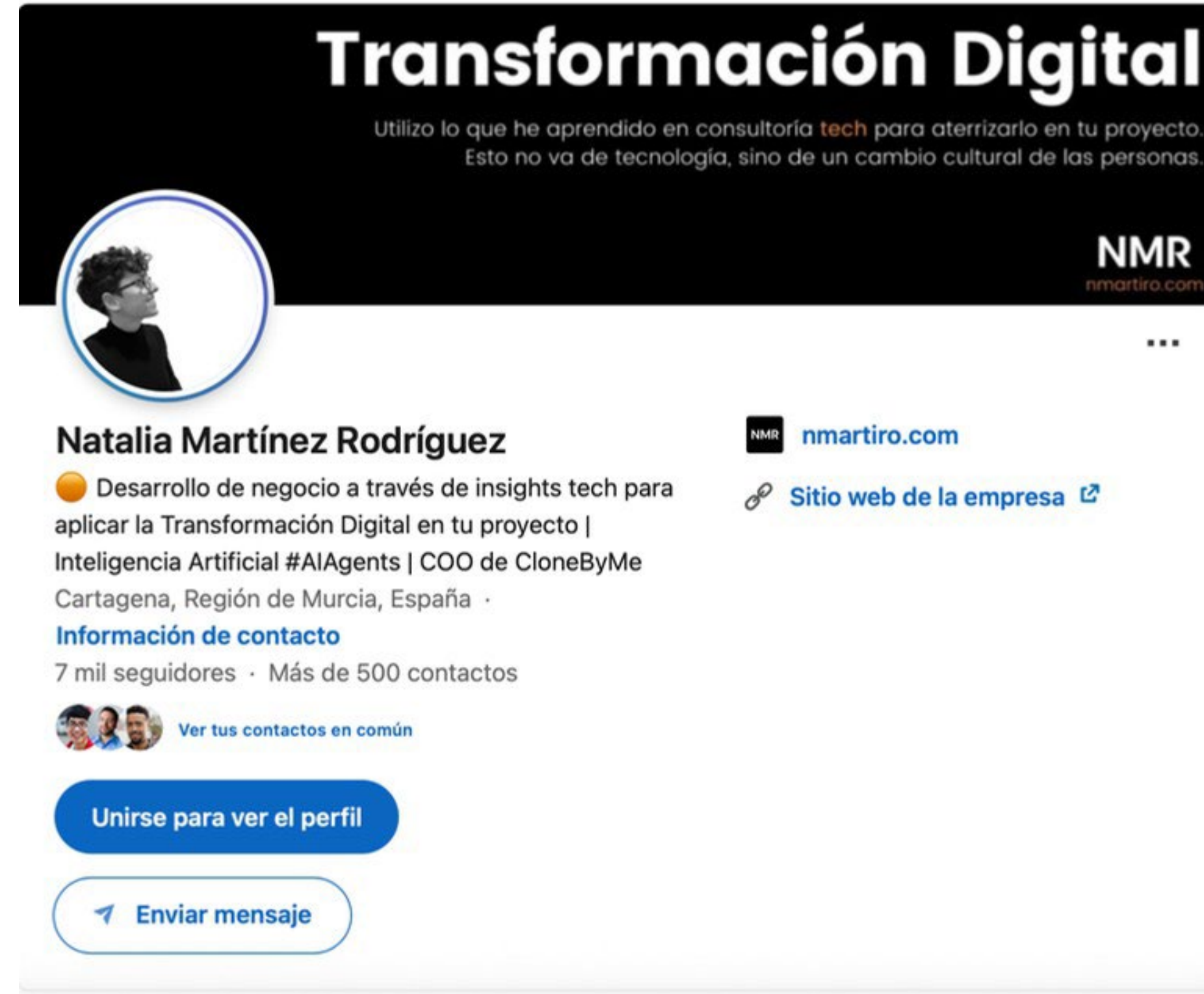
A través de las RRSS

Consiste en apalancarte en la autoridad y poder que te dan las redes sociales para que aquello en lo que tú eres bueno lo sepa mucha gente.

Y a partir de ahí, empezar a monetizar, emprender o posicionar tu empresa a nivel digital.

 WAALAXY

 kanbox



Transformación Digital
Utilizo lo que he aprendido en consultoría **tech** para aterrizarlo en tu proyecto. Esto no va de tecnología, sino de un cambio cultural de las personas.

Natalia Martínez Rodríguez
Desarrollo de negocio a través de insights tech para aplicar la Transformación Digital en tu proyecto | Inteligencia Artificial #AIagents | COO de CloneByMe Cartagena, Región de Murcia, España · [Información de contacto](#)
7 mil seguidores · Más de 500 contactos

[Sitio web de la empresa](#)

[Unirse para ver el perfil](#)

[Enviar mensaje](#)

Posicionamiento SEO

Es la estrategia para mejorar la visibilidad de un sitio web en Google y otros buscadores.

La IA ayuda optimizando palabras clave, analizando tendencias y personalizando contenido para atraer más tráfico y mejorar la experiencia del usuario, fortaleciendo así la relación con el cliente.



Automatizaciones

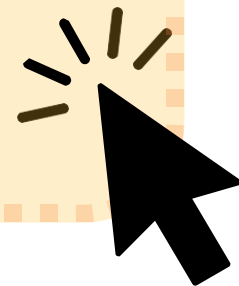
Trending
Most popular GPTs by our community



- **image generator**
A GPT specialized in generating and refining images with a mix of professional and friendly tone.image...
Por NAIF J ALOTAIBI
- **Scholar GPT**
Enhance research with 200M+ resources and built-in critical reading skills. Access Google Scholar, PubMed, bioRxiv, arXiv...
Por awesomegpts.ai

GPT (Generative Pre-trained Transformer)

Un modelo de IA que entiende y genera texto de manera natural. Aprende patrones del lenguaje y responde con coherencia.



Plataformas

Son plataformas de automatización que conectan aplicaciones y flujos de trabajo. Ahorran tiempo al automatizar tareas repetitivas.



Agentes IA

Es un empleado digital que puede tomar decisiones y ejecutar tareas de forma autónoma. Aprende, interactúa y actúa según objetivos.

Objetivos :

- **Entender** qué es y qué no es la Inteligencia Artificial.
- **Conocer** los conceptos clave (LLM, ChatGPT, IA generativa).
- **Identificar** las primeras oportunidades para tu empresa.
- **Aprender** cómo “hablar” con la IA de forma efectiva.



¿Qué es realmente la IA?

La **Inteligencia Artificial** es una tecnología que aprende patrones y genera respuestas.

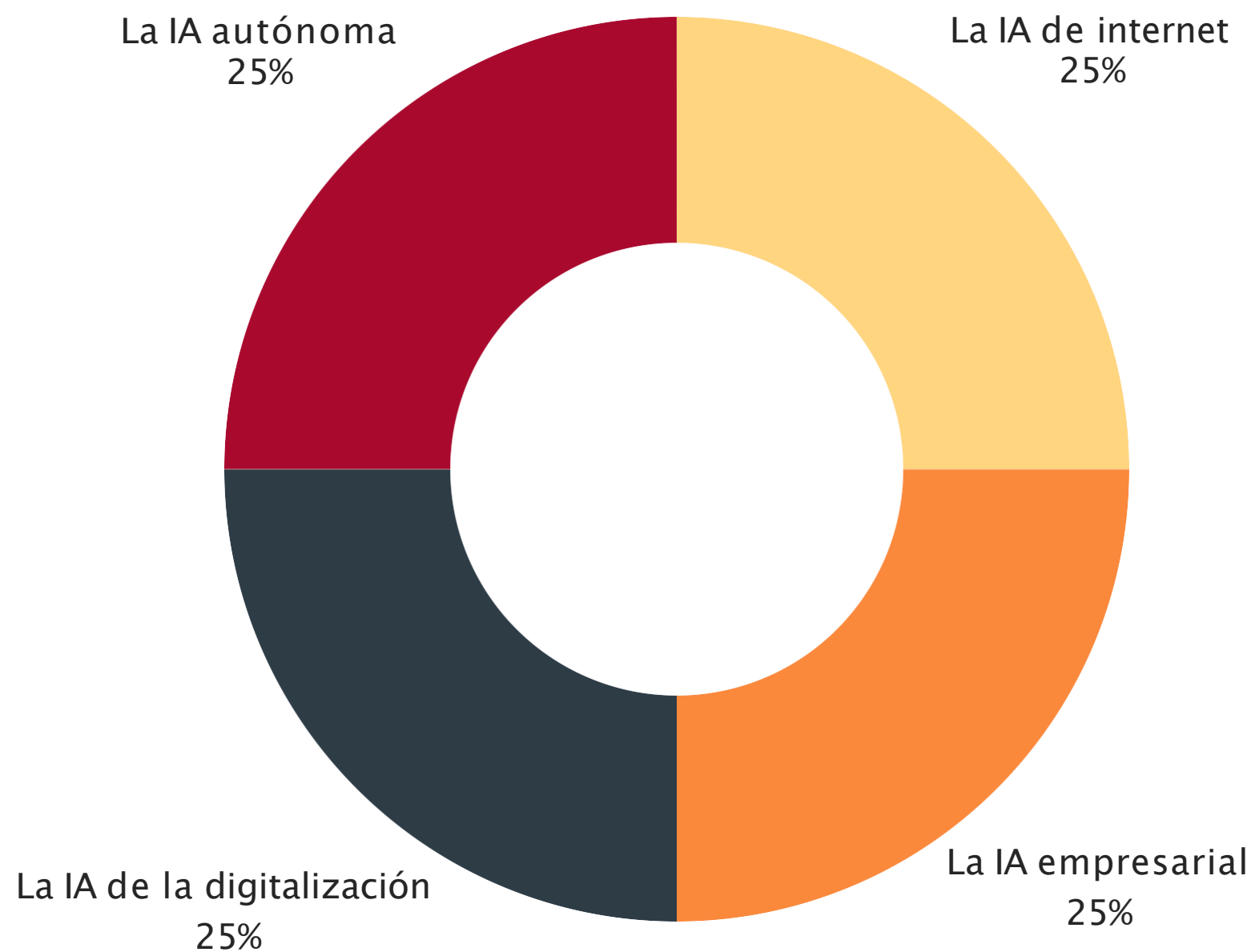
- Analiza datos
- Aprende del contexto
- Genera resultados más rápido

Hoy nos centraremos en IA generativa, la que crea contenido: texto, imágenes y vídeos.



La **IA** lleva con nosotros más tiempo
del que pensamos...





Las olas de la IA

La completa **revolución** que está suponiendo la Inteligencia Artificial nos invadirá en una serie de 4 olas.

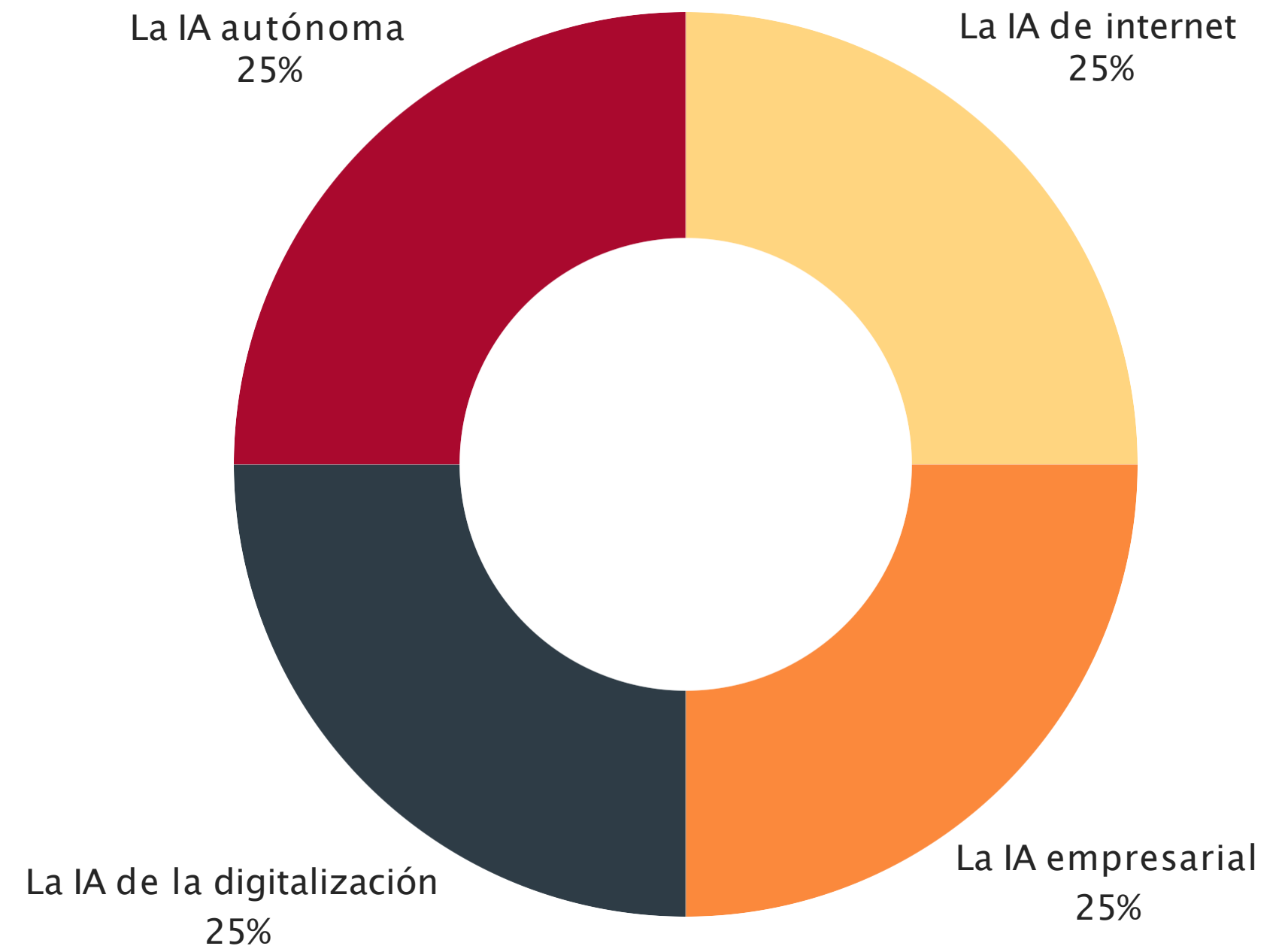
■ Ola N1

La IA de internet

Desde 2012 los **algoritmos** de IA mueven los motores de recomendación.

Google te muestra anuncios en los que probablemente hagas clic.

Y Youtube puede sugerirte vídeos que realmente te interesan.



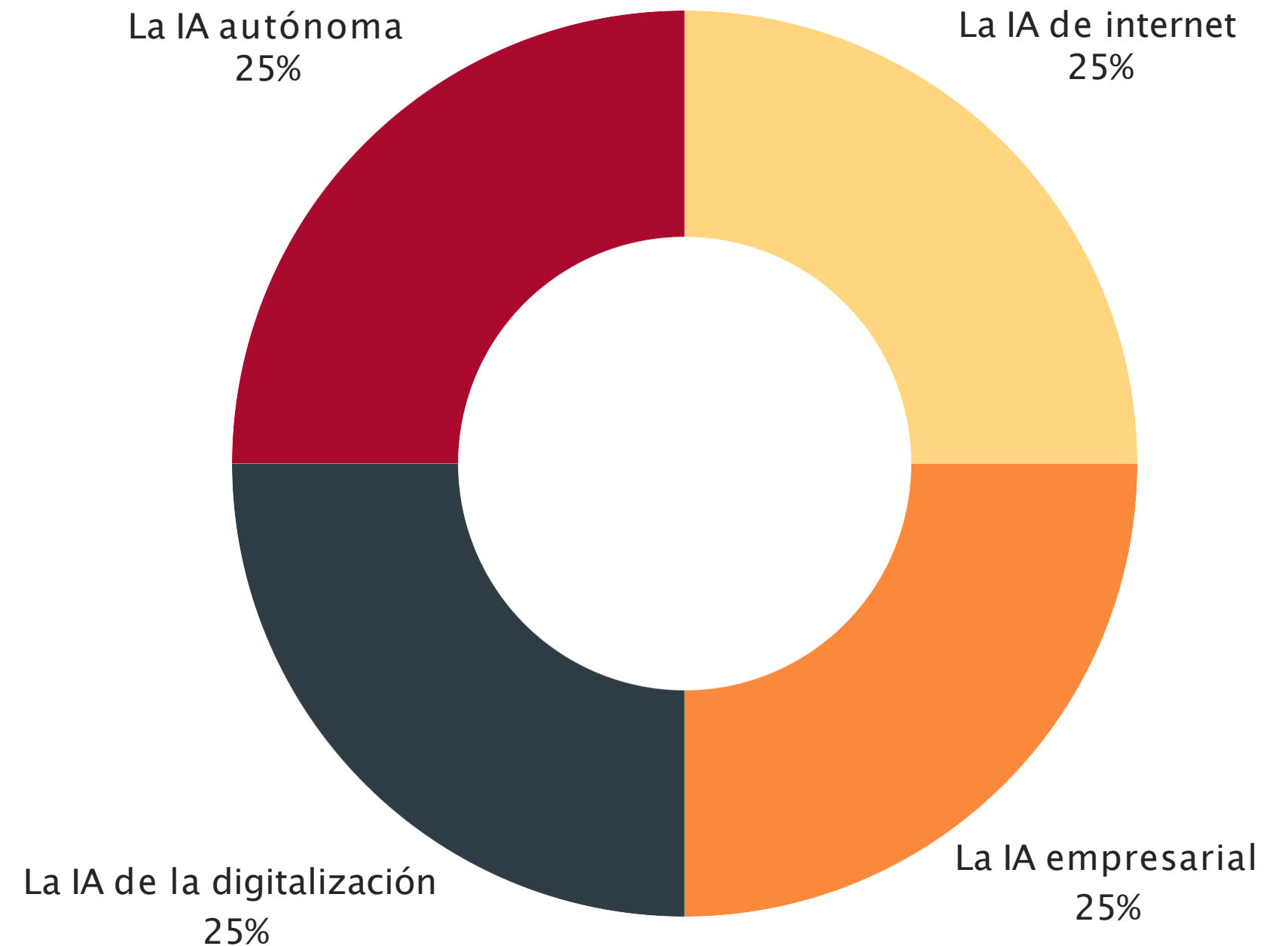
■ Ola N2

La IA empresarial

A partir de décadas almacenando **datos**, nace la IA empresarial.

Capaz de tomar decisiones y explotar datos históricos en tiempo récord.

Muchísimo más rápido que cualquier profesional experto.

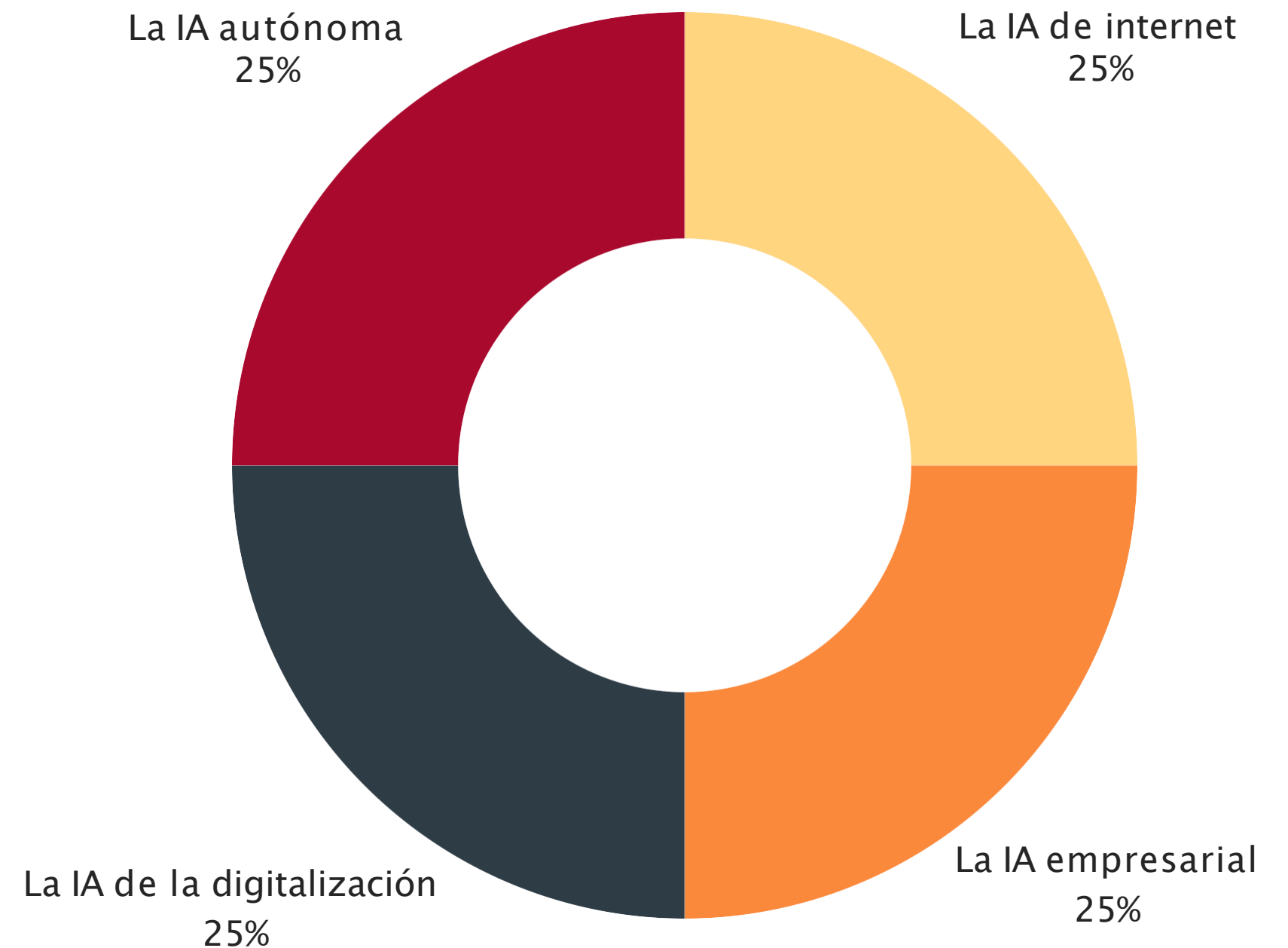


■ Ola N°3

La IA de la digitalización

Consiste en digitalizar el entorno gracias al IoT (Internet de las cosas).

Es decir, a través de **sensores** y **dispositivos inteligentes** capturar datos que posteriormente un algoritmo puede analizar y optimizar.

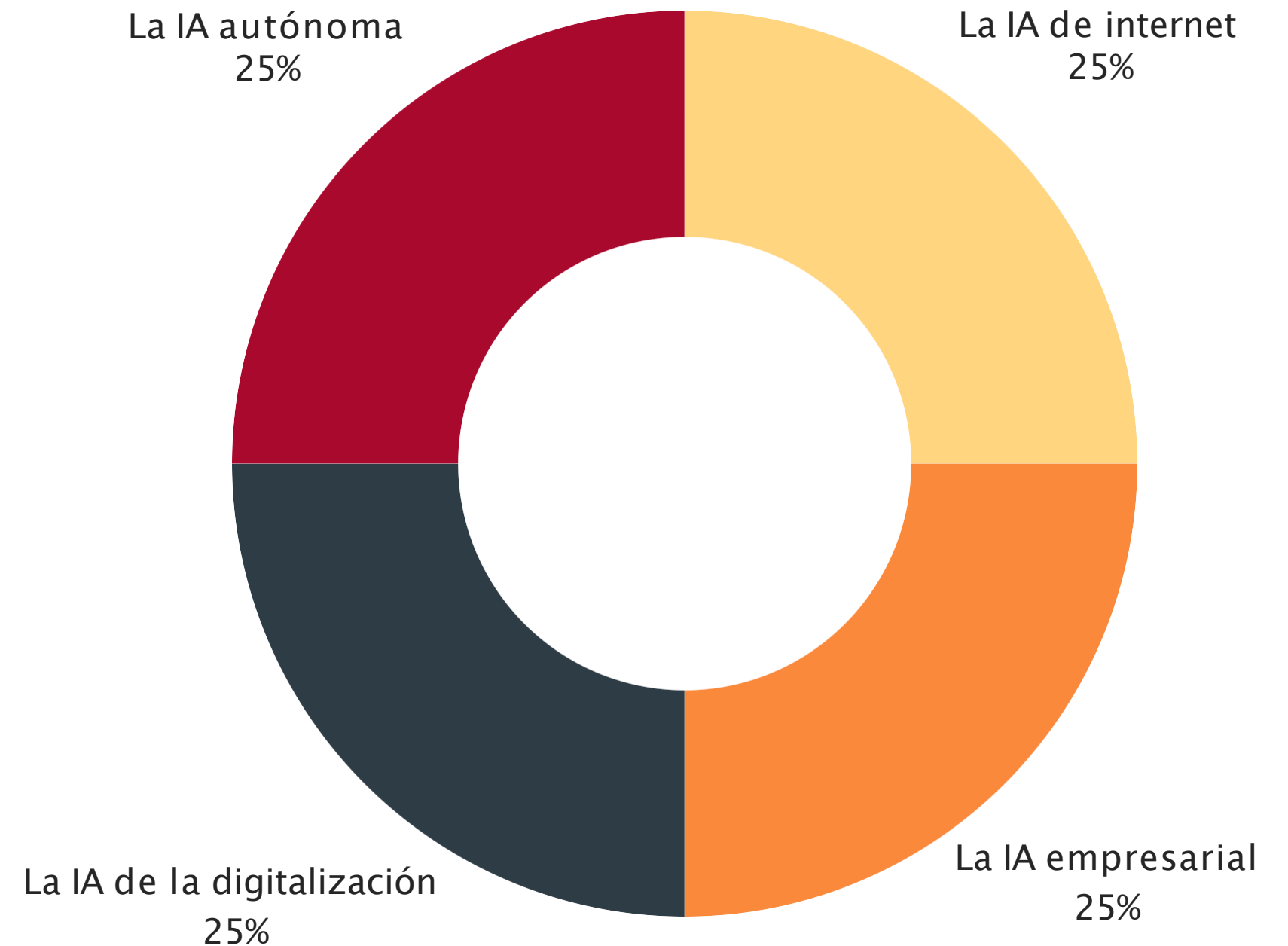


■ Ola N^o4

La IA autónoma

Representa un mix de las 3 anteriores.

Las máquinas (**robots**) serán capaces de ver, oír e interactuar con el mundo que les rodea.



Vamos con algunos **conceptos**
básicos.

¿Qué es un LLM? (Large Language Model)

Un LLM, o **Modelo de Lenguaje Extenso**, es la tecnología que está detrás de herramientas como ChatGPT.

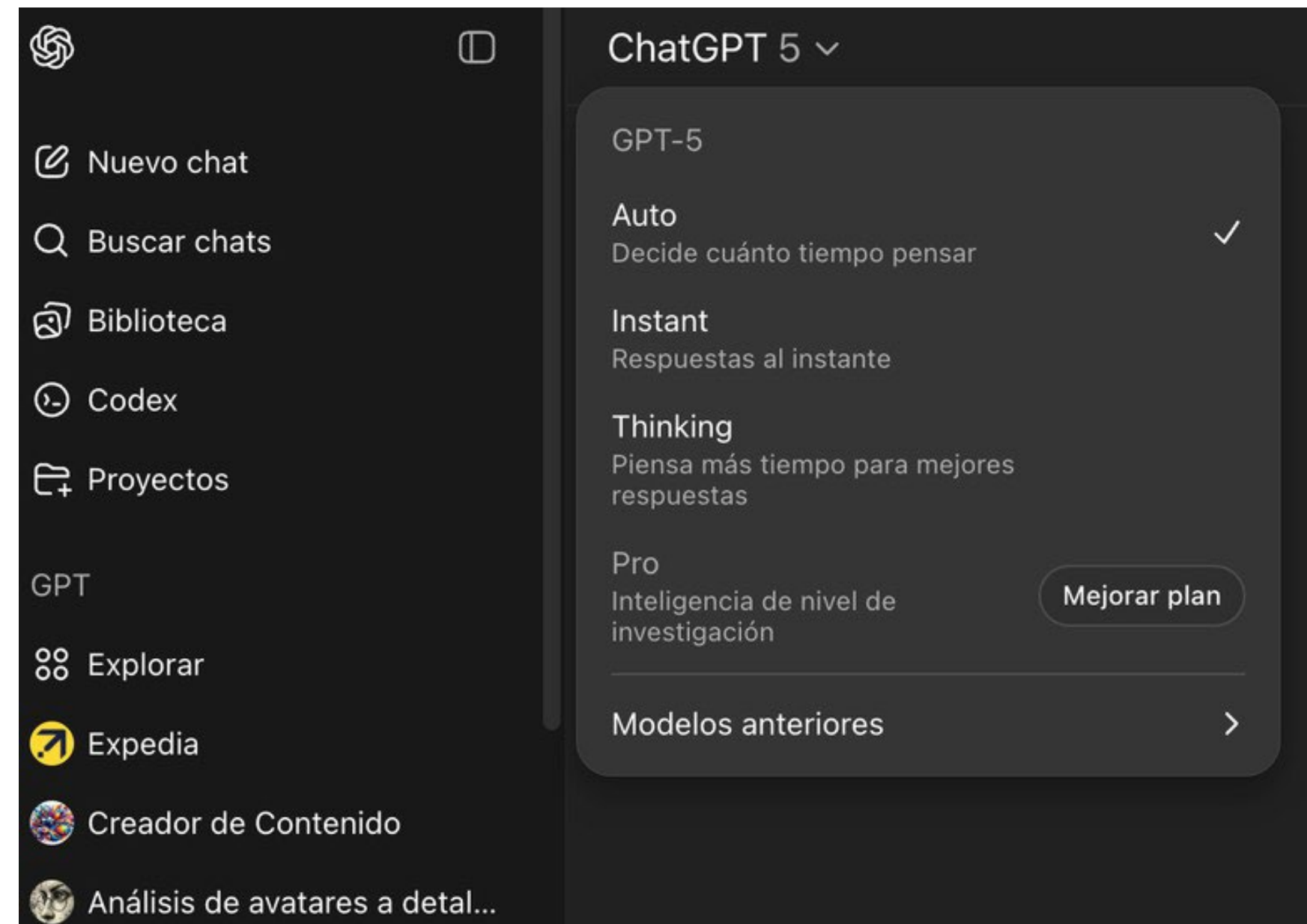
Se entrena con miles de millones de textos para aprender cómo escribimos, razonamos y respondemos.

Cuando tú escribes algo, el modelo predice palabra a palabra cuál sería la respuesta más probable.



ChatGPT (OpenAI)

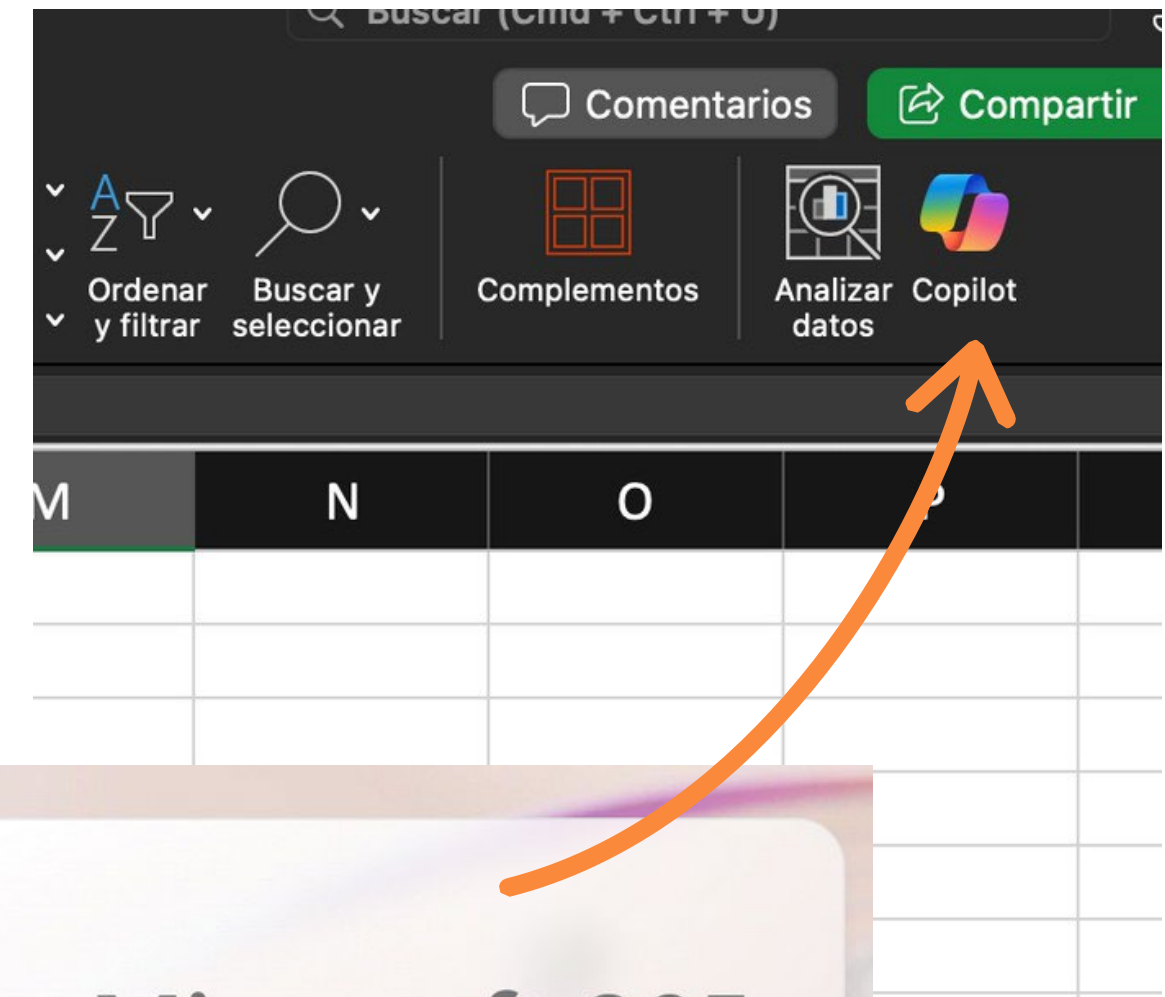
- Primera gran interfaz pública de un modelo de lenguaje (vamos ya por el GPT-5).
- Diseñado para interacción conversacional, redacción, codificación y análisis.
- Permite plugins, personalización y conexión con herramientas externas (por ejemplo, DALL·E para imágenes)
- Disponible como app, web y API.
- OpenAI ha desarrollado un ecosistema propio, por ejemplo con los GPTs personalizados.



Microsoft Copilot



- **Copilot** usa la tecnología de OpenAI pero integrada directamente en el entorno Microsoft 365: Word, Excel, Outlook, PowerPoint, Teams.
- Su propósito no es chatear, sino asistir dentro del trabajo diario.
- Puede redactar documentos, generar fórmulas, resumir reuniones, crear presentaciones.
- También existe *Copilot Studio*, que permite crear asistentes personalizados.



Copilot Studio

Crea tu propio asistente

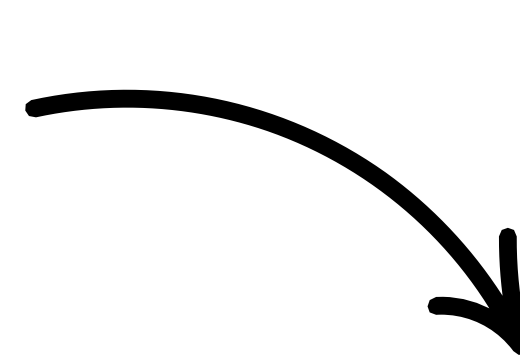
– Diseña un Copilot que responda preguntas o ayude en tareas específicas, como soporte al cliente o recursos humanos.

Conectarlo con tus datos

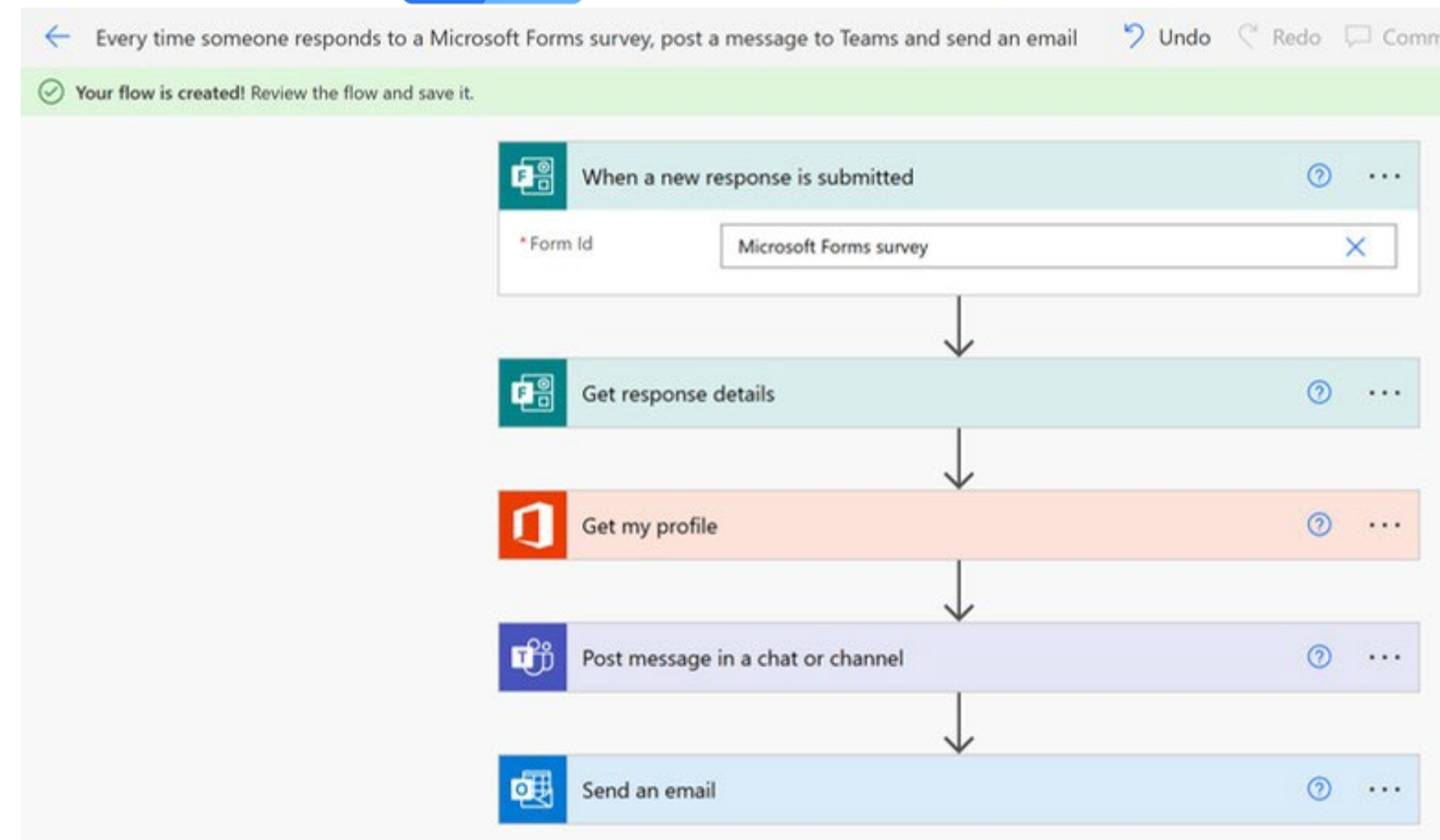
– Vincúlalo a tus documentos, bases de datos o sistemas internos para que dé respuestas basadas en información real de tu organización (si usas Dynamics, SharePoint...)

Automatizar acciones

– Puedes enviar correos, crear tickets o ejecutar tareas automáticamente con Power Automate.



**Power
Automate**



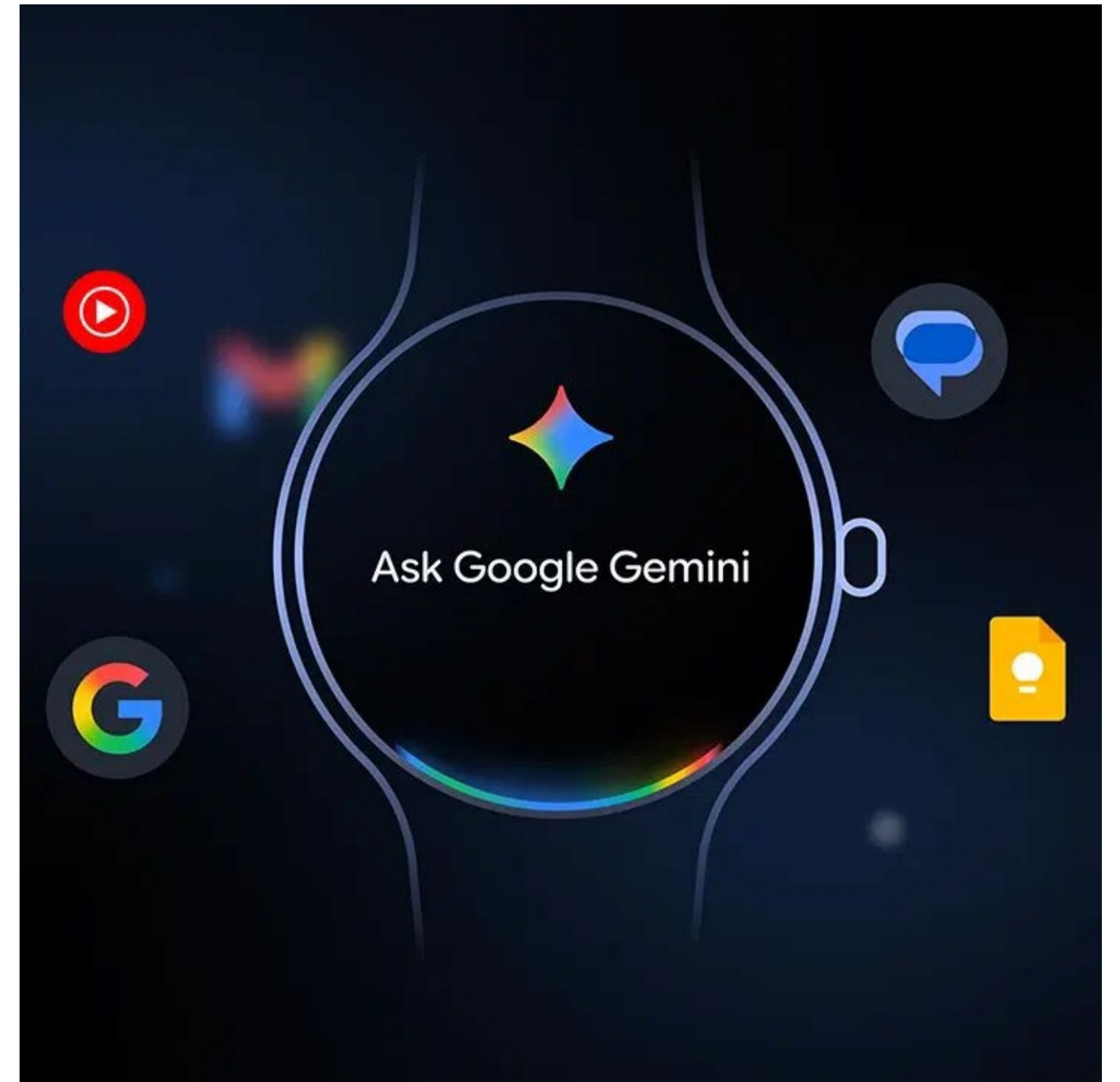
Every time someone responds to a Microsoft Forms survey, post a message to Teams and send an email

Your flow is created! Review the flow and save it.

- When a new response is submitted
 - * Form Id: Microsoft Forms survey
- Get response details
- Get my profile
- Post message in a chat or channel
- Send an email

Google Gemini ✨

- **Gemini** es el modelo de Google DeepMind.
- Diseñado para integrarse con Google Workspace (Docs, Sheets, Gmail, Drive) y con el buscador de Google.
- Se apoya en la enorme base de datos de información actualizada de Google.

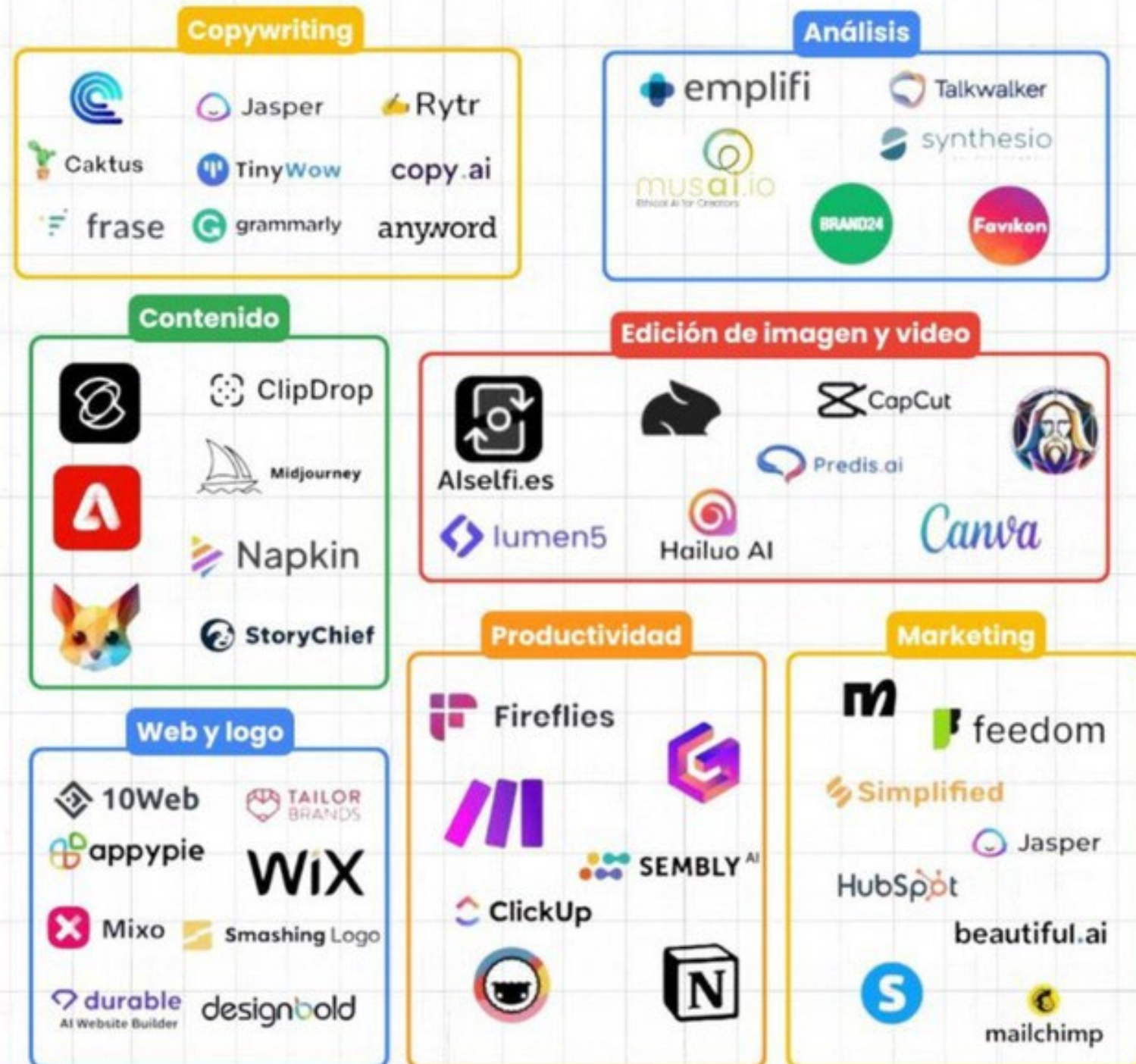


LLaMA (Meta) Meta AI

- Desarrollado por Meta (Facebook) como una familia de modelos de código abierto.
- Permite a universidades, empresas y desarrolladores **descargar y ajustar** los modelos localmente.
- Esto promueve la investigación y la creación de variantes personalizadas.
- LLaMA 3 (2024) compite en rendimiento con los modelos comerciales más potentes.



Si crees que ChatGPT es la panacea de la IA,
vas jodido.



La clave no está en la herramienta, sino en el **uso estratégico** y creativo que hacemos de ella.

Aprender a formular buenas preguntas, verificar resultados y combinar IA con criterio humano es lo que marca la diferencia.

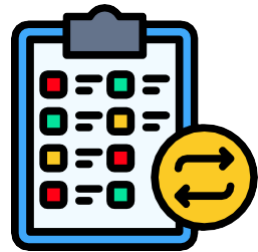
Necesitas una hoja de ruta clara.

Tienes que saber las áreas en las que
IA puede aportar algo.

El resto, es tarea de las **personas**.

— — — Cómo identificar áreas de oportunidad con IA

Estas 4 preguntas son la base para detectar dónde la IA puede actuar:



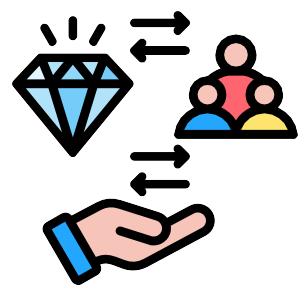
1. ¿Qué tareas repetitivas consumen más tiempo?



2. ¿Qué procesos dependen de decisiones manuales?



3. ¿Qué partes del negocio generan más errores o cuellos de botella?



4. ¿Qué tareas no añaden valor humano directo?

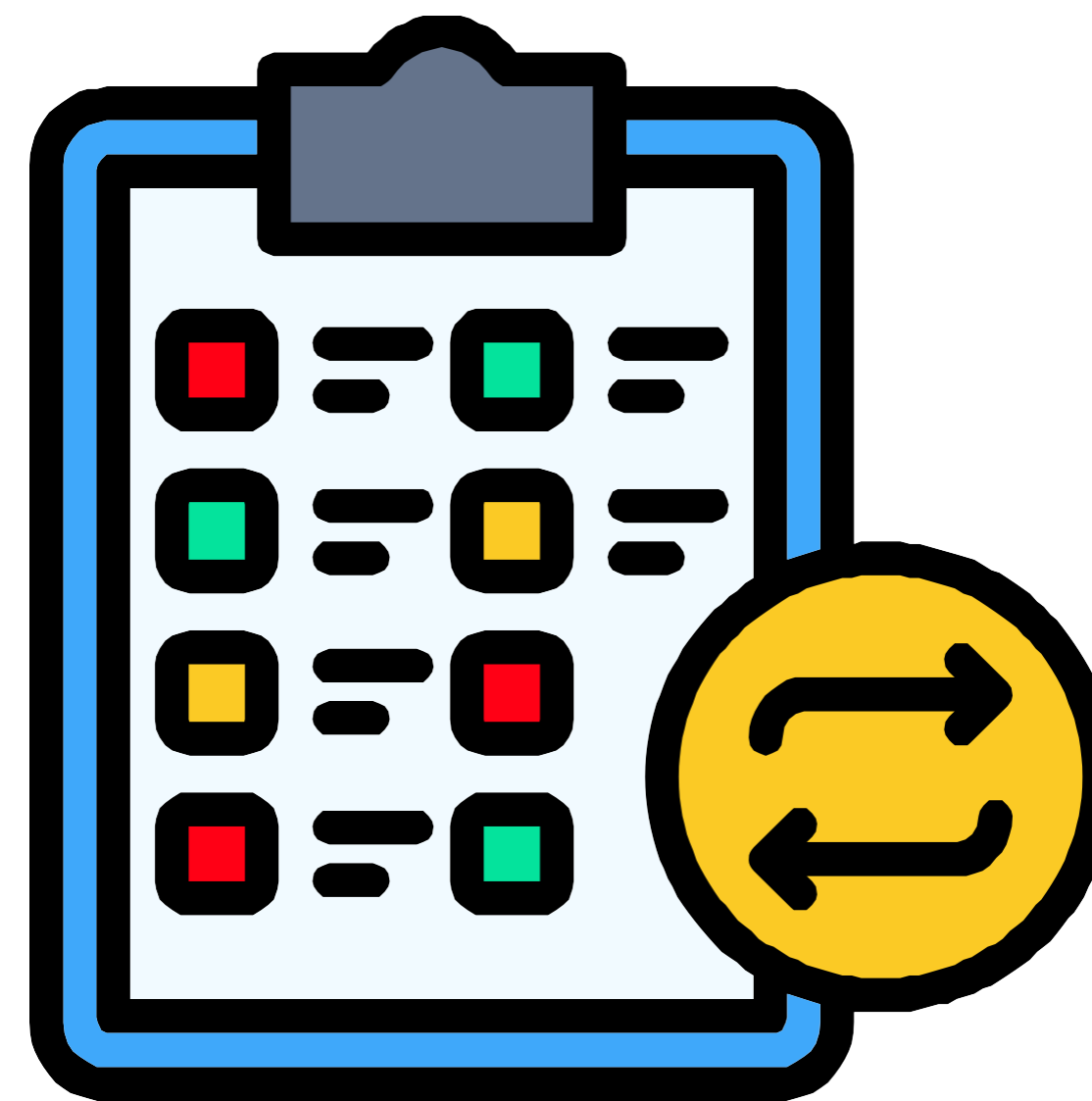


Cómo identificar áreas de oportunidad con IA

1. ¿Qué tareas repetitivas consumen más tiempo?

Identifica actividades repetitivas que se realizan cada día, cada semana o cada mes. Todas esas que siempre se hacen igual.

- Recopilar datos
- Responder correos similares
- Responder preguntas frecuentes
- Hacer informes diarios/mensuales

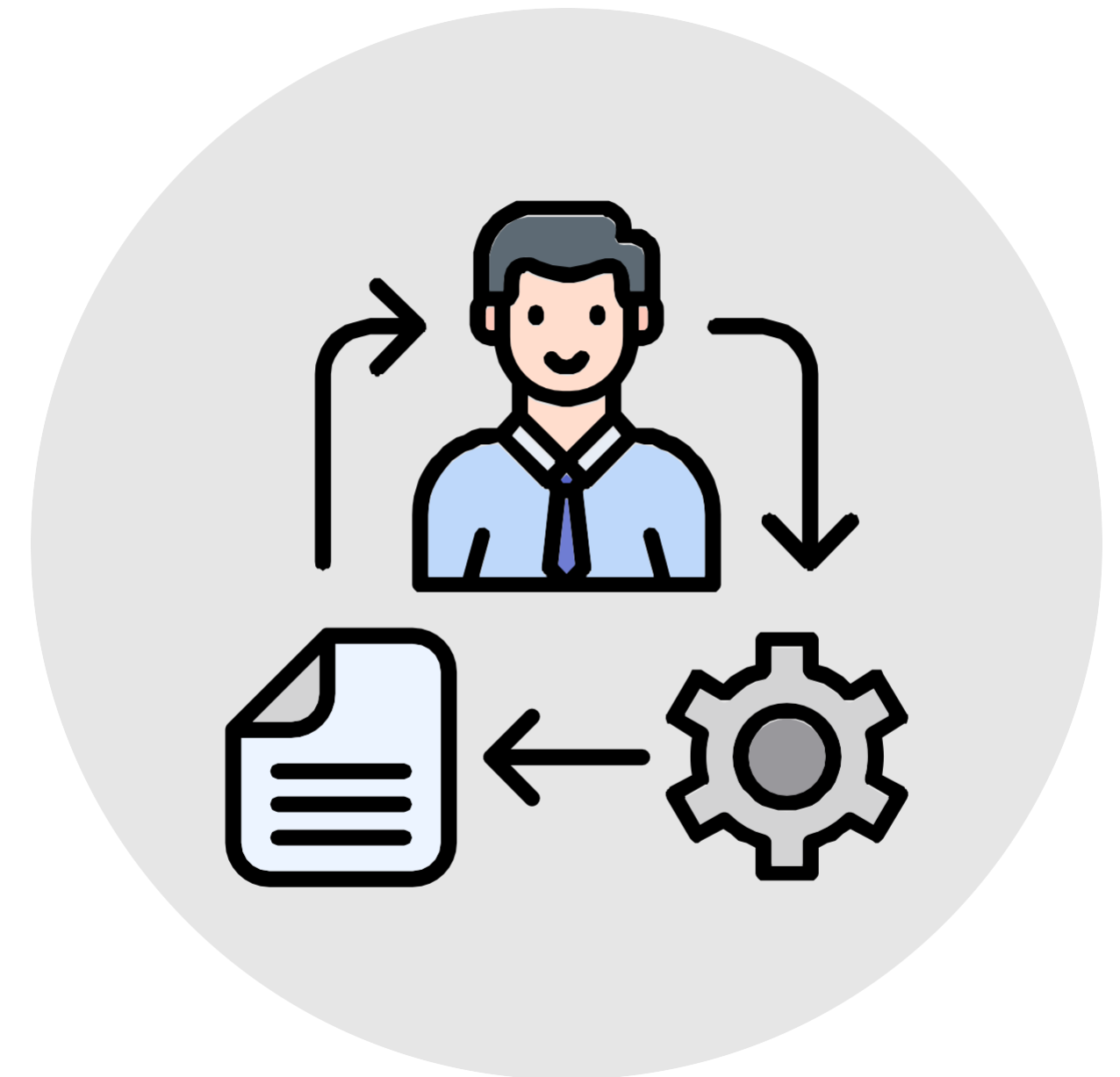


— — — Cómo identificar áreas de oportunidad con IA

2. ¿Qué procesos dependen de decisiones manuales?

Si tus equipos deben analizar **grandes volúmenes de información** para tomar decisiones simples, probablemente la IA pueda apoyar.

- Resumir licitaciones
- Evaluación de riesgos
- Priorización de clientes
- Clasificación de incidencias
- Análisis de métricas de todo tipo

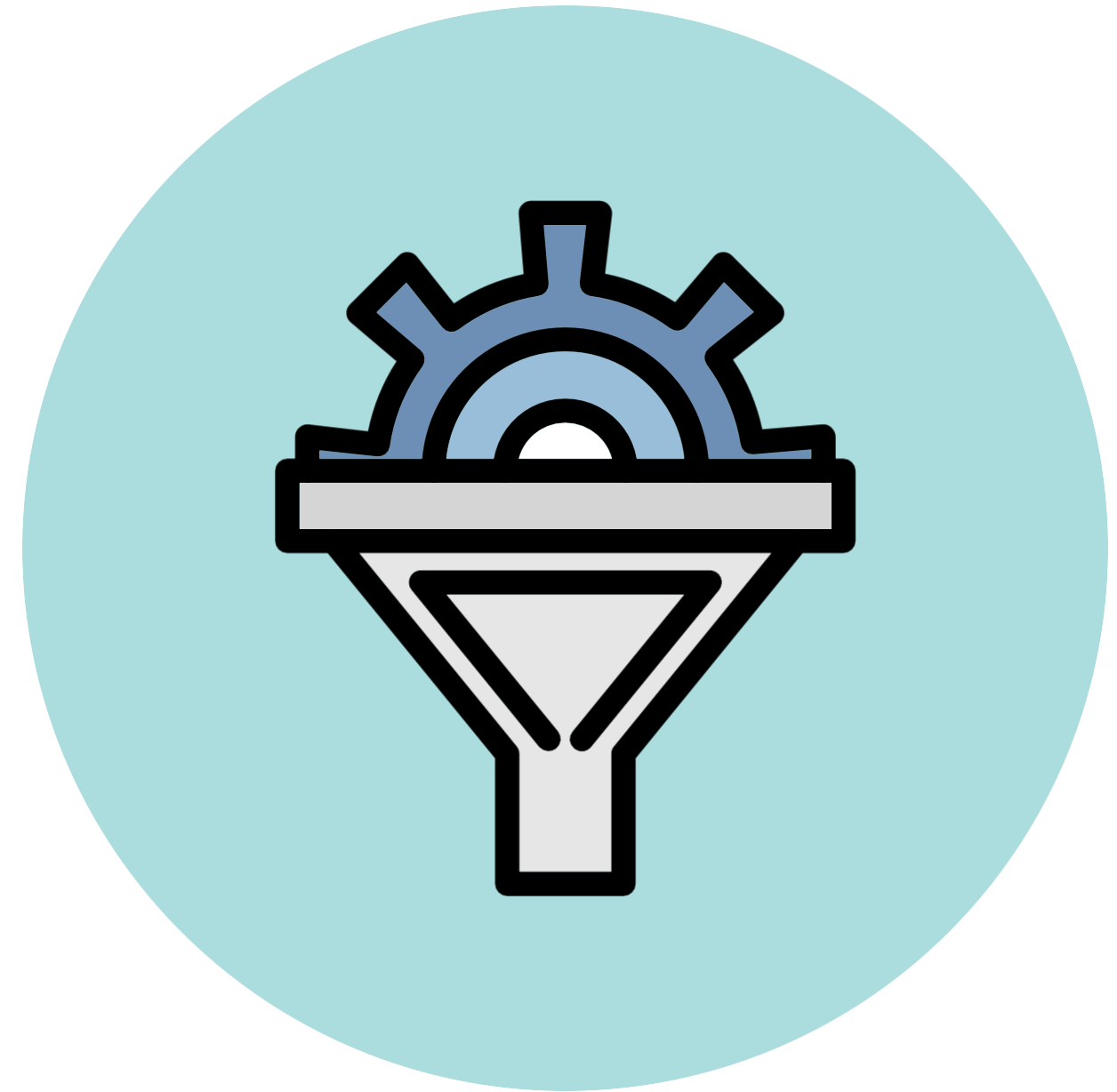


— — — **Cómo identificar áreas de oportunidad con IA**

3. ¿Qué partes del negocio generan más errores o cuellos de botella?

Los errores humanos, las aprobaciones lentas o la falta de visibilidad suelen ser síntomas de **procesos poco optimizados**.

- Precios duplicados
- Conciliación de facturas
- Aprobación de vacaciones
- Cuellos de botella en inventarios
- Retrasos en respuestas o consultas

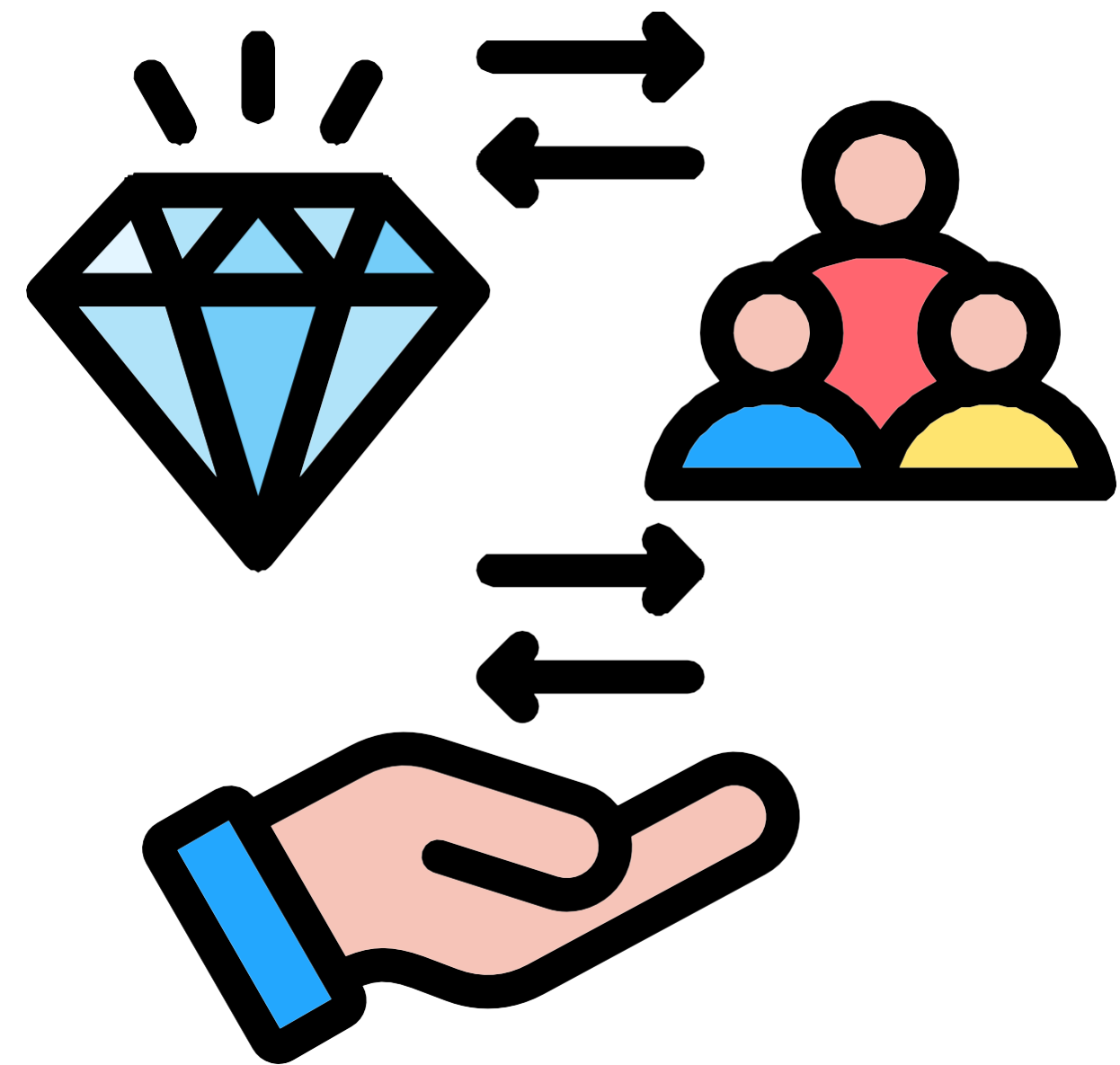


— — — Cómo identificar áreas de oportunidad con IA

4. ¿Qué tareas no añaden valor humano directo?

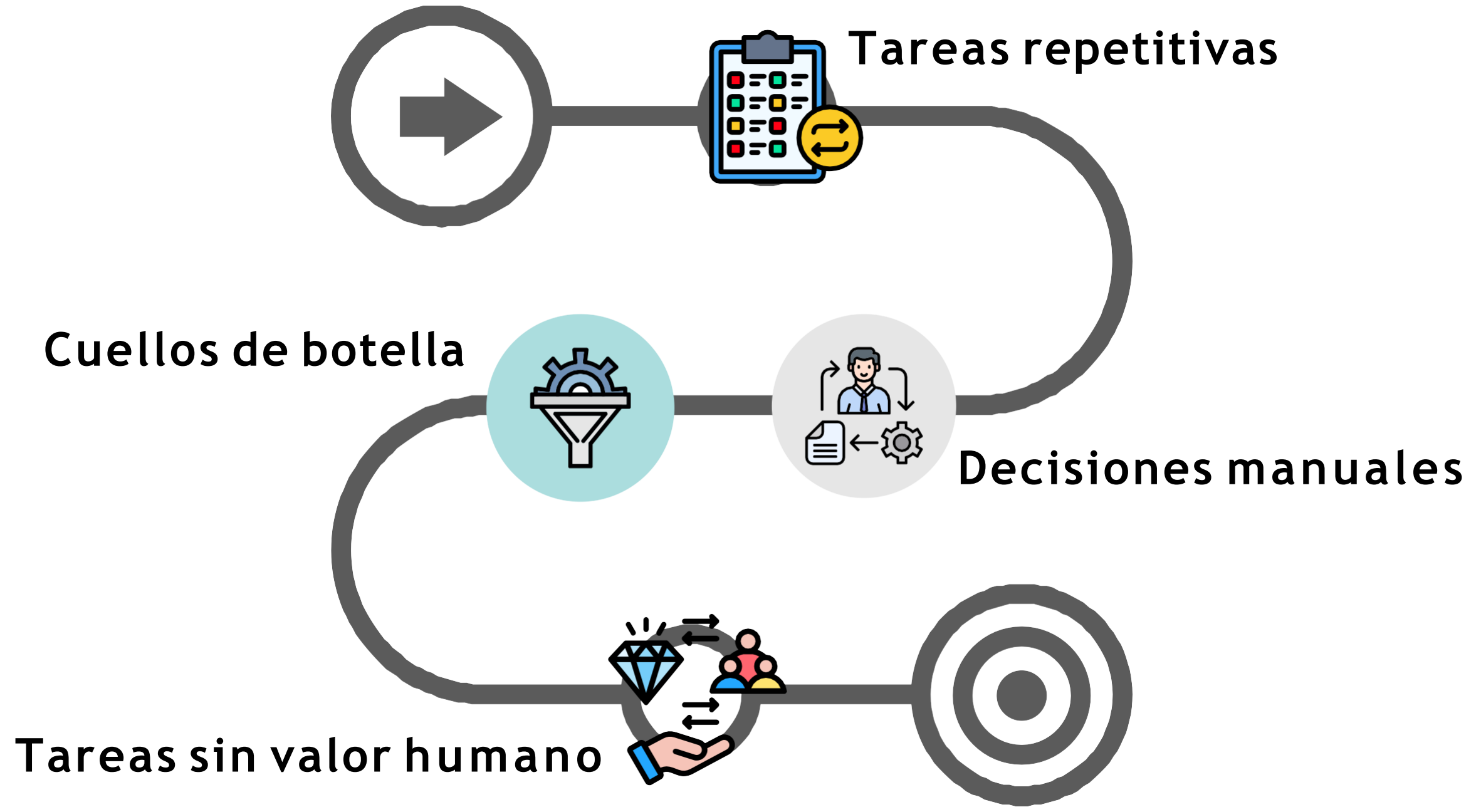
Toda actividad que no requiera empatía, creatividad o pensamiento estratégico es susceptible de IA.

- Generación manual de informes
- Control diario de inventarios
- Control de gastos
- Cribado de CVs





Cómo identificar áreas de oportunidad con IA



Ética, privacidad y seguridad

Las **pymes** deben usar la IA de forma segura, responsable y conforme al RGPD.

1. Qué información no compartir

- Datos personales identificables
 - DNI, teléfonos, direcciones, emails de clientes o empleados.
- Datos financieros o empresariales
 - Contratos o documentos legales.
- Información confidencial o estratégica
 - Planes comerciales, licitaciones, acuerdos con proveedores.
- ✓ **Alternativa segura:**
 - Sustituye nombres por iniciales o etiquetas (“Cliente X”, “Proveedor 1”).



Programa de Alfabetización IA

Desde el 2 de febrero de 2025, las empresas que diseñan, integran o simplemente usan sistemas de IA en la Unión Europea están legalmente obligadas a formar a sus trabajadores en competencias básicas de inteligencia artificial. El requisito no es opcional, lo impone el **Artículo 4** del Reglamento de IA (**Reglamento 2024/1689**), conocido como AI Act.

Ética, privacidad y seguridad

2. Diferencia entre IA abierta e IA privada

Si generas un post para redes sociales → *ChatGPT*

Si analizas un informe con datos de ventas → *Copilot o un entorno seguro (Microsoft, Azure, AWS, Google Workspace Enterprise)*

Ética, privacidad y seguridad

3. Cómo cumplir el RGPD en el uso de IA

Minimización de datos

- Usa solo la información estrictamente necesaria.

Por ejemplo, si pides a la IA que redacte una carta, no le pases el DNI del cliente.

Anonimización

- Sustituye los nombres reales por iniciales o códigos.

Consentimiento y transparencia

- Si usas IA para gestionar datos de empleados o clientes, informa en tus políticas o contratos.



¿Por qué la IA utiliza **datos personales**?



Las IAs utilizan datos para **entrenar modelos**

que reconozcan patrones o tomen decisiones.



En muchos casos, estos datos son **personales**.



Ética, privacidad y seguridad

3. Cómo cumplir el RGPD en el uso de IA

Proveedor con garantías

- Usa herramientas con políticas claras de privacidad (Microsoft, Google, OpenAI Enterprise).

Evaluación de impacto

- Para tareas más complejas consulta a un experto antes de aplicarla.
Por ejemplo, para candidatos en una oferta de empleo



¿Por qué la IA utiliza **datos personales**?



Las IAs utilizan datos para **entrenar modelos**

que reconozcan patrones o tomen decisiones.



En muchos casos, estos datos son **personales**.



Guía de uso responsable de IA

1FOLIO = 1POLÍTICA INTERNA QUE NUNCA FALLA

Propósito: cómo y por qué usamos IA
(para productividad, comunicación, automatización)

Buenas prácticas: qué se puede hacer
(crear contenidos, resumir textos, automatizar tareas)

Límites: qué no se puede hacer
(compartir datos sensibles, suplantar identidades, generar contenido fake)

Responsabilidad: tus empleados llevan el mando
(siguen siendo responsables de revisar, corregir y validar lo que genera la IA)

Supervisión: nombra a un responsable
(que evise el cumplimiento y las nuevas herramientas)



Empieza a optimizar.

Aprende **cómo “hablar”** con la IA de forma efectiva.

Cómo hablar con la IA (Prompts)

No hay que saber programar, sino saber pedir.

Es decir, hay que dar instrucciones claras, completas y estructuradas.

✘ Si le hablas como a un buscador, obtendrás resultados genéricos.

✔ Si le hablas como a una IA, obtendrás soluciones reales.



Cómo hablar con la IA (Prompts)

Un ejemplo muy simple:

✘ *“Escríbeme un email comercial.”*

✔ *“Eres un experto en ventas B2B. Redacta un email breve para presentar un servicio de mantenimiento industrial a clientes que ya nos conocen. Tono profesional, persuasivo, sin tecnicismos.”*



Estructura de un prompt

Cada prompt responde a estas 4 preguntas:

R – ROL
O – OBJETIVO
C – CONTEXTO
E – ESTILO



Estructura de un prompt

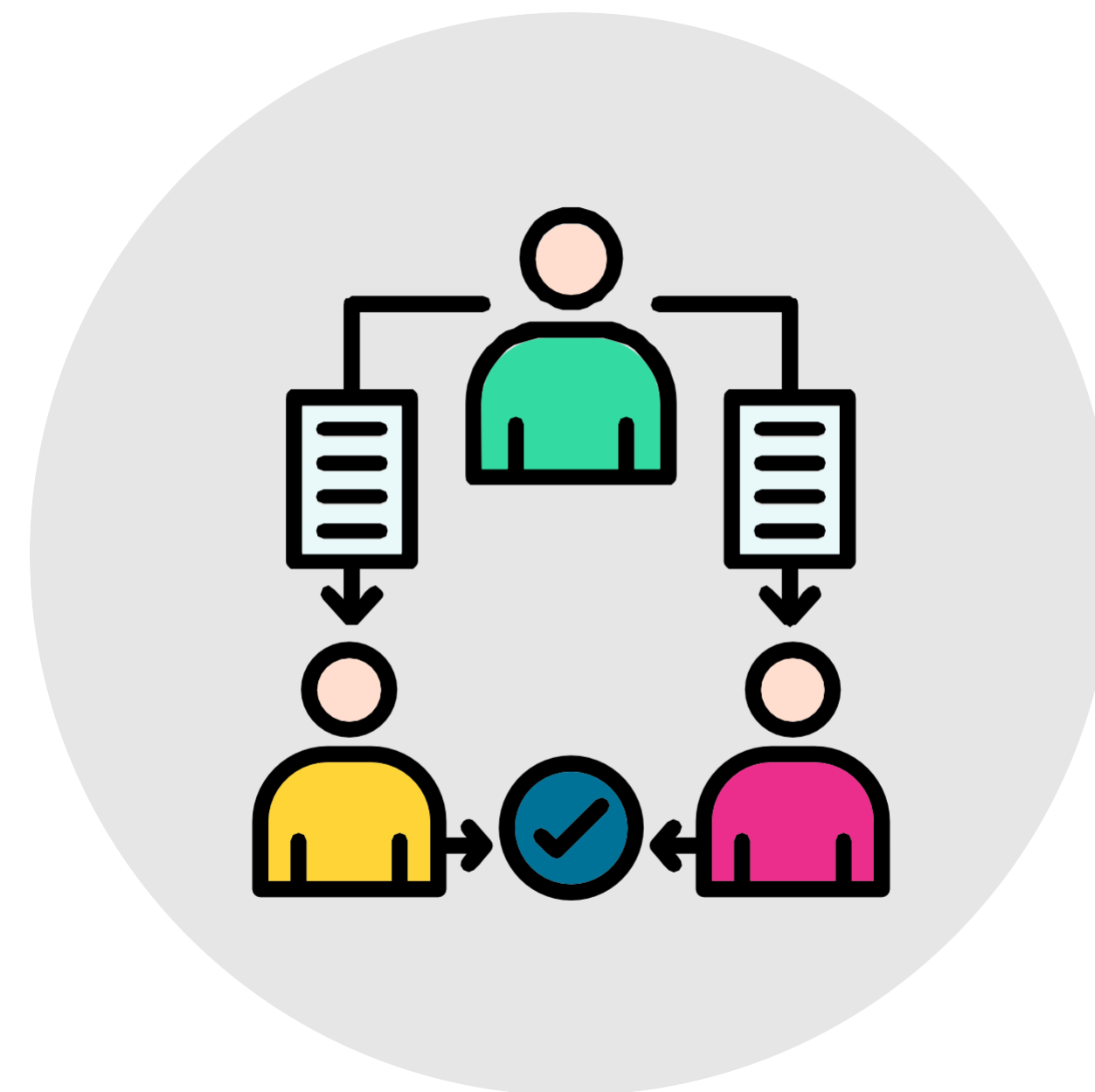
R – ROL

Define el papel que quieres que adopte la IA.

Así guías su estilo de respuesta y el tipo de conocimiento que debe usar.

Ejemplos:

- “Actúa como profesor de historia.”
- “Eres un experto en marketing digital.”
- “Eres un redactor creativo de campañas publicitarias.”



Estructura de un prompt

O – OBJETIVO

indica con claridad la acción concreta que necesitas.

La IA puede analizar, resumir, crear, comparar, planificar, traducir, redactar, etc.

Ejemplos:

- *“Resume este texto en 5 puntos clave.”*
- *“Redacta un correo profesional para un cliente.”*
- *“Crea un guión para un video educativo de 2 minutos.”*



Estructura de un prompt

C – CONTEXTO

Proporciona los **datos** que la IA necesita para adaptar la respuesta a tu situación: quién eres, para quién es el contenido, en qué sector trabajas y qué tono necesitas.

Nunca hay suficiente contexto, toda la info es útil.

Ejemplo:

- *“El público son adolescentes interesados en creatividad y tecnología. Están compitiendo en una Olimpiada regional...”*



Estructura de un prompt

E – ESTILO

Indica el formato final del resultado: texto corto, lista, tabla, resumen, guion, correo, publicación, etc.

Ejemplos:

- *“En formato de tabla comparativa.”*
- *“Un gancho con una frase directa.”*
- *“En un párrafo breve para redes sociales.”*



Estructura de un prompt

- Sé específico.
- Usa lenguaje natural, no técnico.
- Define el contexto y el público objetivo.
- Da ejemplos del estilo o formato que quieres.
- Pide que te haga preguntas antes de responder.
- Pide revisión o iteración (“mejora este texto”, “hazlo más breve”).



Ejemplos Prompts Útiles

Customer Journey

El **camino** que recorre tu cliente desde que:

- No te conoce
- Descubre tu marca
- Compra tu producto
- Se convierte en cliente fiel

Entender este recorrido es clave porque permite mejorar cada punto de contacto y hacer que la experiencia del cliente sea lo mejor posible.



Ejemplos Prompts Útiles



Prompt Ganchos

miércoles, 11 de septiembre de 2024 18:08

Escribe como un experto profesional en marketing digital y copywriting.

Te he pagado \$100.000 para generar frases optimizadas (ganchos) para llamar la atención y fijar la atención del lector en contenidos relevantes de LinkedIn.

El texto contenido en la imagen para el que hay que generar el gancho es:

TEXTO

El gancho debe ser claro y conciso, para posicionar el contenido del texto dentro de la red social utilizando siempre las palabras clave más relevantes asociadas al tema en cuestión.

Devuelve al menos 12 resultados, utilizando diferentes enfoques como los que se detallan a continuación:

1. Enfoque de Pregunta:

Hacer una pregunta que despierte curiosidad o invite a la reflexión es un buen recurso para involucrar al lector. La pregunta debe ser relevante y provocar interés, logrando que el lector busque la respuesta en el resto del contenido.

- Ejemplo: "¿Sabías que el 80% de las personas no aprovechan al máximo su día laboral?"

2. Enfoque de Estadística o Dato Impactante:

Usar un hecho sorprendente o una estadística puede captar la atención del lector. Los datos inesperados o poco conocidos son efectivos porque generan curiosidad.

- Ejemplo: "El 90% de las startups fracasan en sus primeros cinco años, ¿quieres saber cómo evitarlo?"

3. Enfoque de Historia o Anécdota Personal:

Comenzar con una historia personal o una anécdota puede hacer que el lector se sienta identificado y más conectado emocionalmente con el contenido. Este tipo de enfoque es útil para crear cercanía y empatía.

- Ejemplo: "Cuando tenía 25 años, cometí un error que casi arruina mi carrera, pero aprendí una lección invaluable."

Prompt LinkedIn Post MOFU

viernes, 1 de marzo de 2024 6:09

// CONSEJO ACCIONABLE

Escribe como un copywriter profesional persuasivo experto en marketing y transformación digital.

Te he pagado \$100.000 para llamar la atención en LinkedIn a través de la creación de contenidos relevantes.

El texto debe estar enfocado a demostrar mis conocimientos, generar confianza y construir autoridad a partir de consejo accionable. Es decir, cómo conseguir algo a partir de mis indicaciones basadas en el conocimiento y autoridad.

Longitud máxima 280 palabras. La estructura del texto debe alternar frases cortas, frase largas y pequeños párrafos.

El mensaje debe estar escrito con lenguaje conversacional directo, con pocos tecnicismos. El tono debe estar enfocado a que el lector te perciba como una persona cercana y parecida a él.

El argumento del texto se debe crear en torno al tema:

TEMA

El formato del texto debe cumplir las siguientes premisas:

- Fijar la atención del lector marcando la diferencia con una pregunta o frase que llame la atención.
- Mostrar autoridad sobre técnicas y argumentos del tema en cuestión.
- Mostrar la escasez actual que hay en la actualidad sobre este tema.
- Utiliza la fórmula PAS (problema, agitación, solución) para la estructura del texto.
- El texto debe ir enfocado a pymes y autónomos que necesitan digitalizar su negocio para poder ser más competitivos en el mercado actual.

Aquí te dejo un texto de ejemplo. El nuevo texto generado tiene que abordar las mismas

Prompt Texto ALT

miércoles, 15 de mayo de 2024 14:50

Escribe como un experto profesional en marketing digital y posicionamiento SEO.

Te he pagado \$100.000 para generar textos ALT optimizados sobre contenidos relevantes en LinkedIn.

El texto contenido en la imagen para el que hay que generar el texto ALT optimizado es:

TEXTO

El texto ALT debe ser claro y conciso, para posicionar el contenido del texto dentro de la red social utilizando siempre las palabras clave más relevantes asociadas al tema en cuestión.

Escribe como un experto profesional en marketing digital y posicionamiento SEO.

Te he pagado \$100.000 para generar textos ALT optimizados sobre imágenes para posicionarla en buscadores como Google.

La imagen adjunta es la que tienes que utilizar para generar el texto ALT optimizado.

El texto ALT debe ser claro y conciso, para posicionar el contenido del texto dentro de Google utilizando siempre las palabras clave más relevantes asociadas al tema en cuestión.

Estructura de un prompt #TIP1

El prompting es el arte de hablarle a la IA para obtener resultados útiles.

Funciona mejor cuando sigues una estructura.

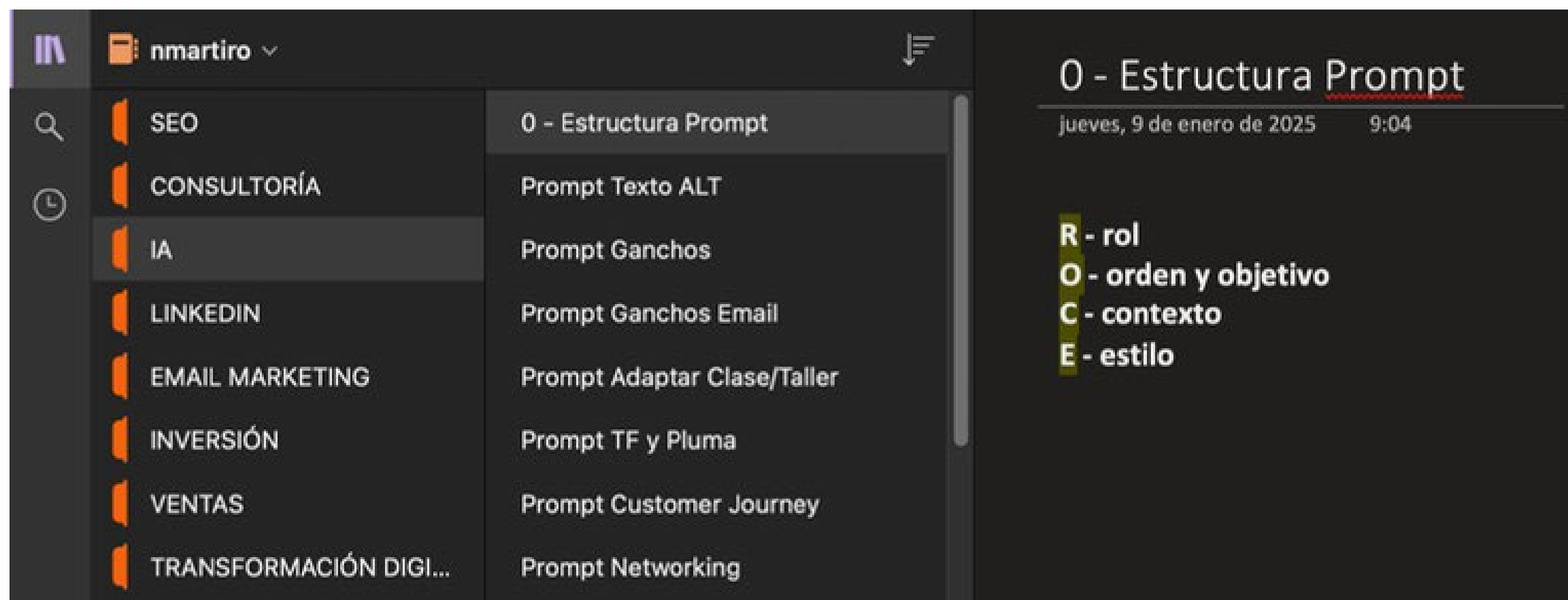
Una buena práctica, es **evitar mezclar varias tareas** en un mismo prompt y siempre hacer un proceso de **iteración** junto a la IA para verificar o perfeccionar los resultados.



Estructura de un prompt #TIP2

Crea tu propio **repositorio de prompts**.

Porque sorpresa, no necesitas estar creando cada consulta que le haces la IA desde cero.



Estructura de un prompt #TIP2

Crea tu propio **repositorio de prompts**.

Customer Journey

El **camino** que recorre tu cliente desde que:

- No te conoce
- Descubre tu marca
- Compra tu producto
- Se convierte en cliente fiel

Entender este recorrido es **clave** porque permite mejorar cada punto de contacto y hacer que la experiencia del cliente sea lo mejor posible.



Estructura de un prompt #TIP2

Customer Journey

El **camino** que recorre tu cliente desde:

- No te conoce
- Descubre tu marca
- Compra tu producto
- Se convierte en cliente fiel

Entender este recorrido es **clave** porque permite mejorar cada punto de contacto y hacer que la experiencia del cliente sea lo mejor posible.



1

R - ROL
Escribe y analiza como un experto en marketing digital y en segmentación de nichos analizando su comportamiento de compra.

C - CONTEXTO
Para que tengas más detalle, a continuación te facilito todos los servicios de una empresa que vende calzado minimalista ubicada en Cartagena (Murcia).
Tienes que elaborar el Customer Journey de un posible cliente que quiere zapatos cómodos con el pie. Que estén a la moda con diseños funcionales. Que el coste sea asequible y que los bolsillos. Que las zapatillas tengan bastantes beneficios para la salud.

El contexto para elaborar el Customer Journey debe estar basado en 3 fases:
Conciencia, consideración y compra.

FASE 1: Dentro del nivel de **conciencia**, se debe tener en cuenta las primeras búsquedas que puede hacer un usuario explorando el sector en cuestión.

- En esta fase se deben captar los principales problemas que tiene un proyecto o servicio dentro del sector en cuestión que pueden ser solucionados por mi empresa.

FASE 2: Dentro del nivel de **consideración**, se debe tener en cuenta todas las consideraciones que empieza a evaluar el usuario una vez que conoce posibles aplicaciones en su sector.

- En esta fase se deben valorar las posibles soluciones que puede aportar mi empresa.

FASE 3: Dentro del nivel de **compra**, se deben tener en cuenta los motivos que empieza a tener el usuario al inicio de la decisión de compra, así como los principales motivos por los que termina con la compra.

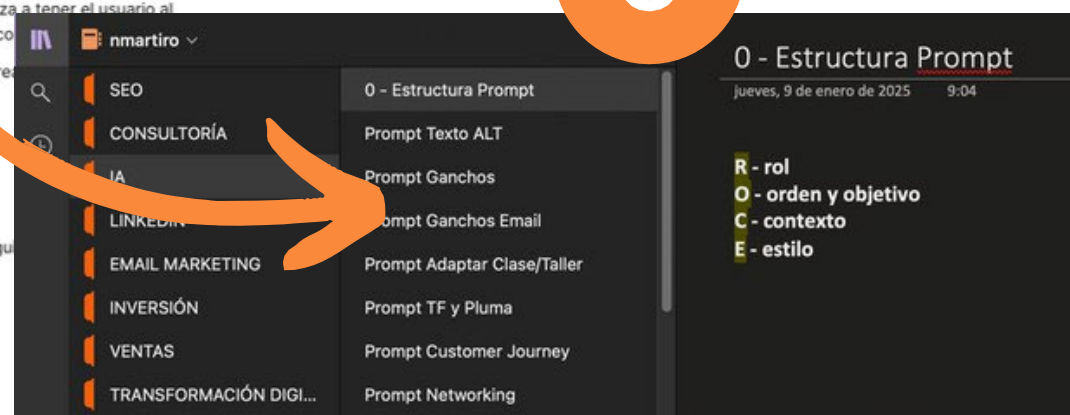
- En esta fase se deben analizar los motivos que terminan haciendo que el usuario realice la compra dentro de mi empresa frente a todas las opciones de la competencia.

O - OBJETIVO
Detalla cada una de las fases de forma breve y concisa.
Devuelve al menos 10 resultados para cada fase, en un tabla de 4 columnas con el siguiente formato:
Problema - Fase Conciencia - Fase Consideración - Fase Compra

E - ESTILO
Breve, conciso y en formato de **tabla estructurada**.
Enfoque **profesional y analítico**, propio de un experto en marketing digital.
Lenguaje claro, orientado a negocios y decisiones de compra.

2

3



Estructura de un prompt #TIP3

Un ejemplo muy simple:

✘ “Escríbeme un email comercial.”

✔ “Eres un experto en ventas B2B. Redacta un email breve para presentar un servicio de mantenimiento industrial a clientes que ya nos conocen. Tono profesional, persuasivo, sin tecnicismos.”

✔ “Eres un experto en ventas B2B. Redacta un email breve para presentar un servicio de mantenimiento industrial a clientes que ya nos conocen. Tono profesional, persuasivo, sin tecnicismos. *¡P!*”



Estructura de un prompt #TIP3

Puedes hackear las "**Instrucciones Personalizadas**" nivel pro.

El objetivo es automatizar la fórmula que hemos visto (ROCE).

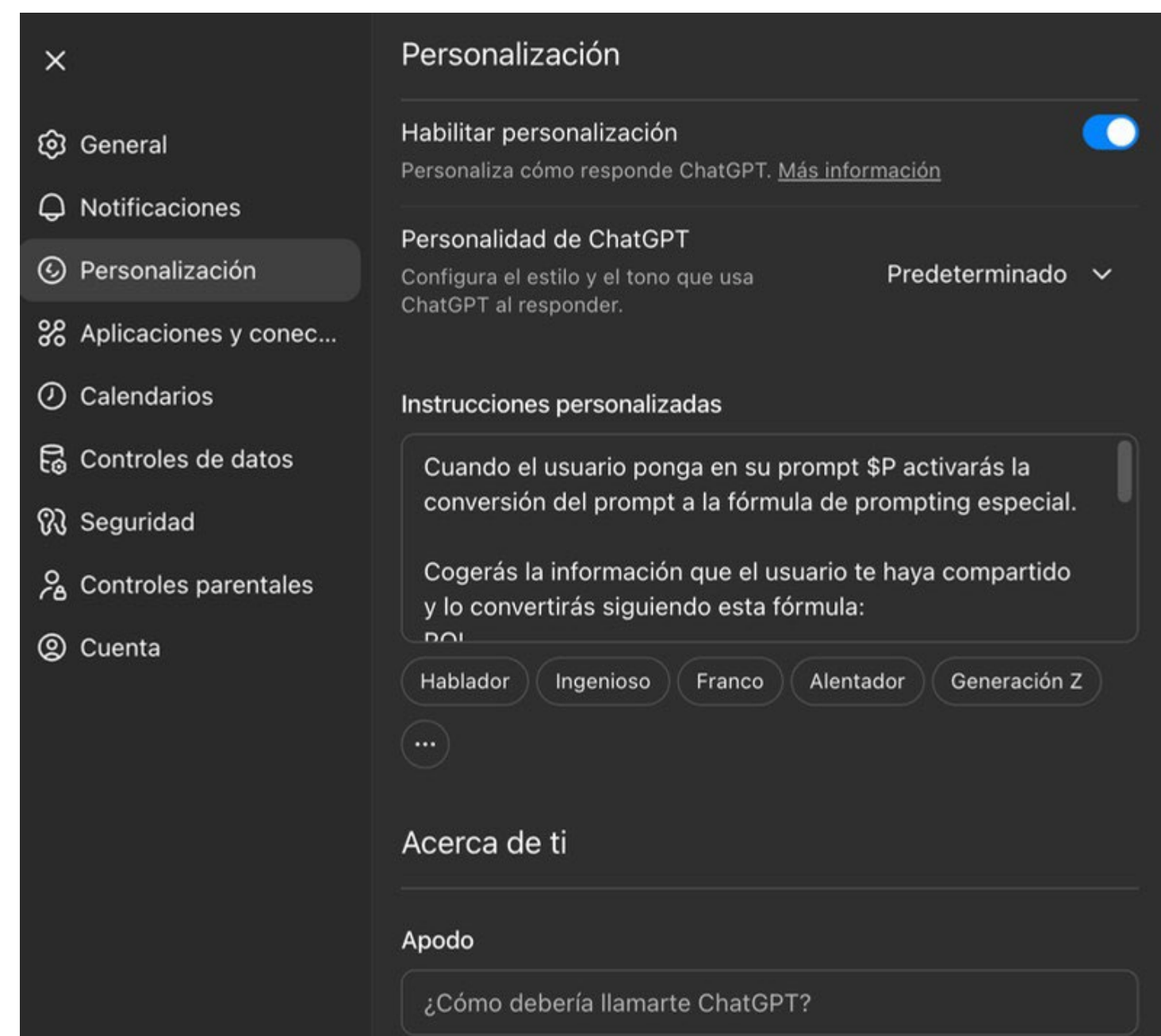
“Cuando el usuario ponga en su prompt \$P activarás la conversión del prompt a la fórmula de prompting especial.

Cogerás la información que el usuario te haya compartido y lo convertirás siguiendo esta fórmula:

ROL
CONTEXTO
OBJETIVO
ESTILO

Si te falta información para completar el prompt en su formato fórmula lo que harás es pedírsela al usuario.

Cogerás su prompt sencillo y lo convertirás en un prompt completo y optimizado siguiendo la fórmula, solo pregunta si es estrictamente necesario.”

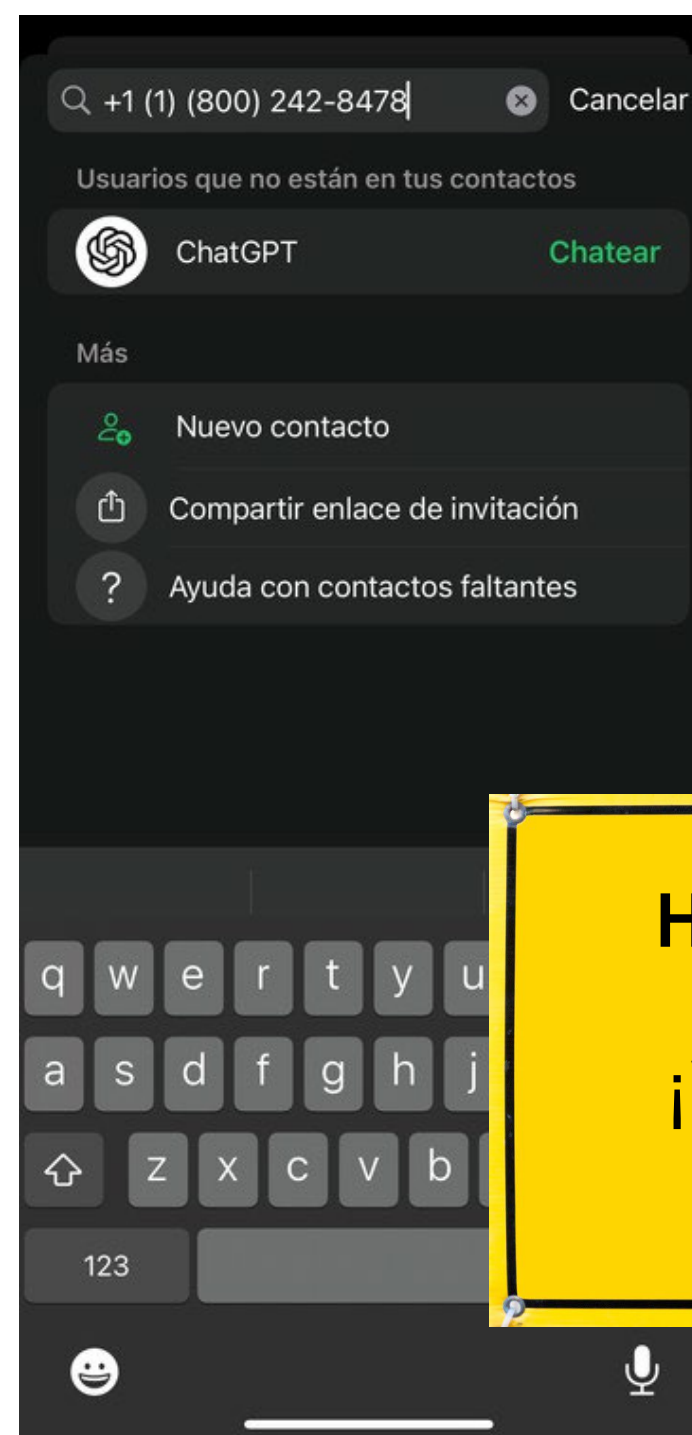


Estructura de un prompt #TIP4

Si eres de los que usa **WhatsApp** para guardar notas rápidas, puedes dar un pasito más y utilizar la IA para generar buenas ideas.

ChatGPT responderá a todas las preguntas que le hagas y te dará la información que le pidas.

Solo necesitas escribir el número de teléfono **+1 (800) 242-8478** e iniciar la conversación.



**Hasta el 15 de enero
de 2026
¡WhatsApp cierra el
chiringuito!**