

# BIBLIOTECA DE PROMPTS

30 prompts listos para crear contenido de redes sociales con IA

*Cambia lo que va entre [corchetes] por tus datos. La IA propone, tú decides.*

## Antes de empezar: las 4 reglas de un buen prompt

- 1. Contexto siempre.** La IA no conoce tu negocio: empieza cada conversación pegando tu «prompt maestro de marca» (Ficha 7 del workbook, prompt nº 5 de esta biblioteca).
- 2. Pide varias opciones.** «Escríbeme 5 versiones» siempre da mejor resultado que pedir una: eliges, mezclas y afinas.
- 3. Itera, no aceptes.** El primer resultado es un borrador. Responde: «la 2, pero más corta y sin emojis» o «hazla más directa».
- 4. Tu voz manda.** Antes de publicar, reescribe al menos una frase con tus palabras. Si suena a robot, tu audiencia lo nota.

**CONSEJO** · Estos prompts funcionan en cualquier IA de texto (Claude, ChatGPT, Gemini...). Guárdalos donde los tengas a un clic: notas del móvil o un documento fijado.

## 1. Estrategia y marca

### 1. Propuesta de valor

*Cuándo usarlo: Cuando no sabes explicar qué te hace diferente.*

Soy [profesión/negocio] en [ciudad]. Mis clientes son [describe]. Lo que más valoran de mí es [describe].  
Escríbeme 5 versiones de mi propuesta de valor en una frase, en tono cercano y sin jerga de marketing.

### 2. Retrato del cliente ideal

*Cuándo usarlo: Al montar tu estrategia o cuando el contenido no conecta.*

Actúa como investigador de audiencias. Mi negocio es [describe] y mi cliente típico es [describe brevemente].  
Hazme 10 preguntas, de una en una, para construir el retrato de mi cliente ideal. Al final, resúmelo en una ficha con: quién es, qué le duele, qué desea, dónde pasa tiempo online y qué palabras usa.

### 3. Pilares de contenido

*Cuándo usarlo: Para definir los 3-5 temas de tu marca.*

Mi negocio: [describe]. Mi cliente ideal: [resumen]. Mi objetivo en redes: [visibilidad/captación/venta]. Propón 5 pilares de contenido con 5 ideas de publicaciones para cada uno. Mezcla contenido educativo, de confianza y de venta en proporción 60/30/10.

### 4. Análisis de competencia

*Cuándo usarlo: Para diferenciarte de cuentas parecidas a la tuya.*

Estas son 3 cuentas de mi sector que lo hacen bien: [nombres y qué publican]. Mi negocio es [describe].  
Dime: 1) qué patrones se repiten en las tres, 2) qué hueco están dejando libre, 3) tres ángulos de contenido que yo podría ocupar y ellas no.

## 5. Prompt maestro de marca

*Cuándo usarlo: Pégalo al inicio de CADA conversación con la IA.*

A partir de ahora eres mi asistente de contenidos. Mi marca:

- Quién soy y qué vendo: [texto]
- A quién ayudo: [texto]
- Propuesta de valor: [texto]
- Pilares: [lista]
- Tono: [3 adjetivos] — nunca decir: [palabras prohibidas]
- CTA habitual: [texto]

Confirma que lo has entendido resumiéndolo en 3 líneas y espera mis instrucciones.

## 2. Generación de ideas

### 6. Lluvia de ideas mensual

*Cuándo usarlo: El día que planificas el mes.*

Genera 20 ideas de publicaciones para [mes], repartidas entre mis pilares. Para cada idea: título del post, formato sugerido (post/carrusel/reel/historia) y a qué pilar pertenece. Ten en cuenta estas fechas señaladas de mi sector: [fiestas locales, temporada, lanzamientos].

### 7. Preguntas de clientes

*Cuándo usarlo: Cuando no sabes de qué hablar: responde lo que ya te preguntan.*

Estas son preguntas que mis clientes me hacen a menudo: [lista 5-10]. Convierte cada una en una idea de publicación con un título atractivo. Señala cuáles funcionarían mejor como vídeo corto.

### 8. Reciclar contenido

*Cuándo usarlo: Para estirar lo que ya funcionó.*

Este post funcionó muy bien: [pega el texto]. Dame 6 formas de reaprovecharlo: como carrusel, como reel, como historia con encuesta, como newsletter, como respuesta a una objeción y como caso práctico.

### 9. Series de contenido

*Cuándo usarlo: Para crear costumbre en tu audiencia (y facilitarte la vida).*

Propón 5 series semanales para mi marca (ej.: «el consejo del lunes»). Para cada una: nombre de la serie, día sugerido, formato, y 4 primeros episodios. Deben poder mantenerse durante 3 meses sin agotarse.

### 10. Contenido de temporada

*Cuándo usarlo: Antes de campañas o épocas fuertes de tu negocio.*

Se acerca [temporada/campaña: verano, vuelta al cole, Navidad...]. Mi negocio es [describe]. Dame 10 ideas de contenido que conecten esa época con mis servicios sin sonar forzado, ordenadas de más a menos venta directa.

## 3. Copywriting

### 11. Post completo

*Cuándo usarlo: El prompt de diario para redactar una publicación.*

Escribe 3 versiones de un post para [canal] sobre [tema], dirigido a [cliente ideal]. Estructura: gancho potente en la primera línea, 3-4 líneas de valor, CTA de [guardar/comentar/DM]. Tono [cercano/profesional/directo]. Frases cortas. Sin jerga ni emojis excesivos.

### 12. 10 ganchos

*Cuándo usarlo: Cuando el post está bien pero nadie se para a leerlo.*

Escribe 10 primeras líneas (ganchos) para un post sobre [tema]. Mezcla: 2 preguntas, 2 datos sorprendentes, 2 errores comunes, 2 mini-historias y 2 afirmaciones polémicas suaves. Máximo 12 palabras cada una.

### 13. Guion de carrusel

*Cuándo usarlo: Para carruseles de Instagram o LinkedIn.*

Crea un carrusel de 7 diapositivas sobre [tema]. Portada: título gancho de máximo 8 palabras. Diapositivas 2-6: una idea por diapositiva, máximo 25 palabras cada una. Diapositiva 7: resumen + CTA. Añade una sugerencia visual para cada diapositiva.

### 14. Guion de reel

*Cuándo usarlo: Para vídeo corto (Reels/TikTok) sin quedarte en blanco.*

Guion para un reel de 30 segundos sobre [tema]. Formato: gancho hablado en los 2 primeros segundos, desarrollo en 3 bloques breves, cierre con CTA. Incluye: texto en pantalla para cada bloque y sugerencia de plano (hablar a cámara, manos, b-roll...).

### 15. Adaptar entre redes

*Cuándo usarlo: Escribe una vez, publica en tres sitios.*

Adapta este contenido: [pega el texto]. Versión 1: Instagram (cercano, con espacios y 5 hashtags). Versión 2: LinkedIn (profesional, primera línea potente, sin hashtags o máximo 3). Versión 3: historia de Instagram (2 pantallas, con pregunta o encuesta). Mantén el mensaje, cambia el registro.

### 16. Storytelling

*Cuándo usarlo: Para posts de marca personal que conectan.*

Ayúdame a contar esta historia real: [describe qué pasó]. Estructura: situación → problema → giro → aprendizaje → cómo lo aplico hoy con mis clientes. Tono honesto, sin dramatizar. Máximo 150 palabras. Termina con una pregunta a la audiencia.

## 17. Responder objeciones

*Cuándo usarlo: Contenido que vende sin vender.*

Mis clientes dudan antes de comprar por estas razones: [lista: precio, desconfianza, «ya lo intenté»...]. Escribe un post para cada objeción que la desmonte con empatía: reconoce la duda, aporta un dato o ejemplo, y cierra con CTA suave.

## 4. Calendario y planificación

## 18. Mes completo en tabla

*Cuándo usarlo: Para rellenar tu calendario Excel en una sentada.*

Crea mi calendario de contenidos de [mes] en una tabla con columnas: fecha, canal, pilar, formato, título del post y CTA. Publico [X] veces por semana los [días] en [canales]. Reparte mis pilares de forma equilibrada y deja los [viernes] para contenido más ligero.

## 19. Sesión de batch

*Cuándo usarlo: Para producir todo el contenido del mes en una mañana.*

Voy a dedicar [3 horas] a crear todo el contenido del mes. Organízame la sesión: qué preparar antes, en qué orden crear las [N] piezas (agrupa por formato, no por fecha), cuánto tiempo por bloque y qué dejar listo para programar.

## 20. Plan de emergencia

*Cuándo usarlo: Para semanas sin tiempo ni ideas.*

Dame 5 formatos de publicación que pueda crear en menos de 10 minutos con el móvil (sin diseño), para semanas en las que no llego. Para cada uno: ejemplo concreto aplicado a mi negocio [describe] y qué pilar cubre.

## 21. Fechas clave del sector

*Cuándo usarlo: Al planificar el trimestre.*

Mi negocio es [describe] en [ciudad/región]. Lista las fechas relevantes de los próximos 3 meses para mi sector: días mundiales, festividades locales, temporadas de compra. Indica cuáles merecen contenido propio y cuáles basta con una historia.

## 5. Visual y vídeo

## 22. Brief para diseño

*Cuándo usarlo: Antes de abrir Canva o Express: piensa, luego diseña.*

Para este post: [pega el copy]. Crea el brief visual: concepto de imagen, texto que debe aparecer (máximo 8 palabras), estilo (colores de mi marca: [colores]), y 3 alternativas de composición. Formato [feed cuadrado/vertical/carrusel].

## 23. Ideas de b-roll

*Cuándo usarlo: Para grabar vídeo aunque no te guste salir a cámara.*

Soy [profesión] y no quiero hablar a cámara. Dame 10 ideas de planos b-roll que pueda grabar en mi día a día (manos trabajando, espacio, proceso, detalles) y qué texto en pantalla pondría sobre cada uno para convertirlo en un reel con mensaje.

## 24. Portadas que se clican

*Cuándo usarlo: Títulos para carruseles y miniaturas.*

Dame 10 títulos de portada para un carrusel sobre [tema]. Máximo 8 palabras, que generen curiosidad o prometan un beneficio concreto. Evita mayúsculas gritonas y clickbait vacío.

## 25. Texto alternativo y accesibilidad

*Cuándo usarlo: Para que tu contenido lo entienda todo el mundo.*

Escribe el texto alternativo (alt text) de esta imagen para redes: [describe la imagen]. Máximo 100 caracteres, describiendo lo esencial sin empezar por «imagen de».

# 6. Métricas y mejora continua

## 26. Análisis mensual

*Cuándo usarlo: El día fijo del mes que revisas resultados.*

Estas son mis métricas del último mes: [pega: alcance, interacciones, seguidores, clics, mejores posts]. Mi objetivo es [objetivo]. Analiza: 1) qué funcionó y por qué, 2) qué contenido debería repetir o convertir en serie, 3) qué dejar de hacer, 4) un cambio concreto para el mes próximo.

## 27. Autopsia de un post

*Cuándo usarlo: Cuando algo funciona muy bien (o muy mal) y no sabes por qué.*

Este post tuvo [muy buen/mal] resultado: [pega el post y sus métricas frente a tu media]. Dame 3 hipótesis de por qué, y cómo comprobar cada una con el contenido de las próximas 2 semanas.

## 28. Informe sencillo

*Cuándo usarlo: Para presentar resultados a tu jefe o cliente (o a ti).*

Convierte estas métricas en un informe de una página en lenguaje claro: [pega datos]. Estructura: resumen en 3 frases, lo que funcionó, lo que no, y 3 acciones para el mes que viene. Sin tecnicismos: que lo entienda alguien que no usa redes.

## 29. Revisión trimestral de estrategia

*Cuándo usarlo: Cada 3 meses: ajustar el rumbo, no solo los posts.*

Llevo 3 meses con esta estrategia: pilares [lista], frecuencia [X/semana], canales [lista]. Resultados: [resumen]. Mi objetivo era [objetivo]. Evalúa si la estrategia sigue teniendo sentido y propón como máximo 2 cambios estructurales, con su porqué.

**CONSEJO** · ¿Nº 30? Es el que escribes tú: cuando un prompt tuyo funcione, guárdalo aquí. La mejor biblioteca es la que crece con tu experiencia.