44

STUDIO 44 — MANUAL PARA LLEVAR

TU NEGOCIO EN LA RED + IA

Marca, prompts y contenido: una guía práctica para emprendedores y pequeños negocios.

MARCA · PROMPTS · CONTENIDO · FINANZAS

Daniela · Joaquín · Franco

LA IDEA DE TODO ESTO

LA IA NO CONSTRUYE TU IDENTIDAD. LA MULTIPLICA.

Tu negocio ya tiene una identidad. La inteligencia artificial puede ayudarte a comunicarla más rápido, pero no puede decidir por vos qué te hace diferente. Este manual junta lo que vimos en la charla para que lo tengas a mano: primero quién sos como marca, después cómo explicárselo a la IA y, por último, cómo usarla para resolver cosas de todos los días.

01 **MARCA PERSONAL Y DIGITAL** p. 03

02 **LA ESTRUCTURA DEL PROMPT** p. 09

03 **CONTENIDO CON IA** p. 14

04 **HERRAMIENTAS Y EL CAMBIO REAL** p. 18

05 **LAS TRES LÍNEAS ROJAS** p. 20

06 **TU FICHA PARA COMPLETAR** p. 21

07 **KIT EXTRA: PROMPTS Y HERRAMIENTAS** p. 22

01

SECCIÓN 01 · COMUNICACIÓN + ESTRATEGIA

MARCA PERSONAL Y DIGITAL

Antes de pedirle nada a una IA, hay que saber qué queremos que diga. Cómo hacer que tu marca se entienda, se recuerde y se elija.

¿QUÉ ESTÁS VENDIENDO REALMENTE?

Nadie compra solamente un producto. Compra lo que siente al usarlo, lo que le resuelve y, sobre todo, la tranquilidad de que no se está equivocando. Un jabón es un jabón hasta que alguien confía en quien lo hace.

PRODUCTO → EXPERIENCIA → VALOR → **CONFIANZA**

ANTES DE COMUNICAR

DEFINÍ TU MARCA.

Tres preguntas. Si las podés responder en una línea cada una, ya tenés la base de todo lo que vas a publicar (y de todo lo que le vas a pedir a la IA).

01

Quién soy

Tu identidad: personalidad, valores, tono y lo que querés representar.

02

Para quién

Tu público: las personas concretas a las que les hablás.

03

Por qué yo

Tu diferencial: lo que hace que te elijan a vos.

QUIÉN SOY + PARA QUIÉN + POR QUÉ YO = TU MARCA

01 · ¿QUIÉN SOY?

TU IDENTIDAD

No es solo ~~logo · colores · tipografía~~.
También es:

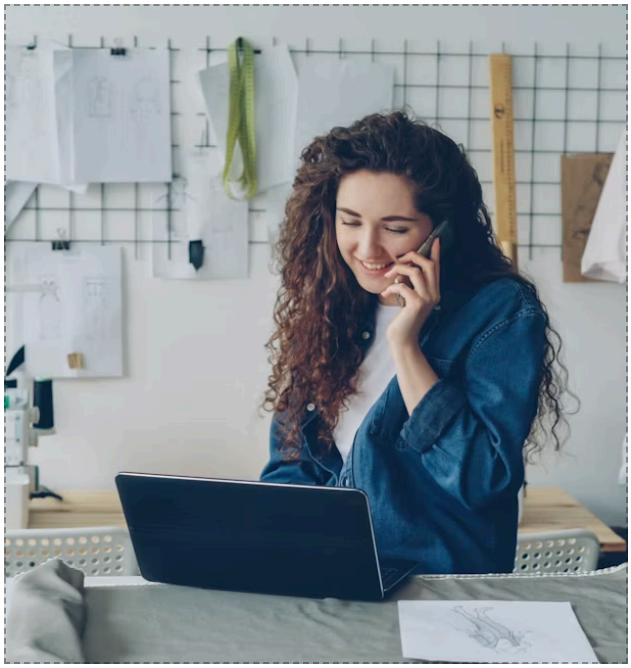
Personalidad

Valores

Tono

Forma de relacionarme

Aquello que quiero representar



02 · ¿PARA QUIÉN SOY?

TU PÚBLICO

✕ **"PARA TODOS"**

✓ **"PARA ESTAS PERSONAS"**

Cuanto más concreto, mejor: edad, dónde vive, qué le preocupa, qué busca cuando te encuentra.

03 · ¿POR QUÉ YO?

TU DIFERENCIAL

No necesariamente es hacer algo que nadie más hace. Muchas veces es **EL CÓMO** lo hacés, cómo lo resolvés o cómo hacés sentir a la persona.

Pista: preguntale a tres clientes por qué te eligen. La respuesta que se repite es tu diferencial.

¿Y SI LA MARCA SOS VOS?

En muchos emprendimientos la persona y la marca se mezclan. No todo lo que sos tiene que formar parte de tu marca, pero lo que forma parte de tu marca tiene que ser coherente con quién sos.

MOSTRARTE ≠ EXPONERTE

PERSONAL

La persona es protagonista.

Te eligen por quién sos, tu experiencia y tu manera de hacer.

COMERCIAL

La identidad trasciende a las personas.

La marca sigue funcionando aunque cambie quien atiende.

AMBAS NECESITAN

IDENTIDAD | **DIFERENCIAL** | **CONFIANZA** | **CONSISTENCIA**

TU HISTORIA TAMBIÉN COMUNICA.

Cómo empezaste, qué aprendiste, cómo trabajás. Contarlo no es "hablar de vos": es darle a la gente razones para confiar.

EXPERIENCIA → CONOCIMIENTO → PERSONALIDAD → CONFIANZA

TU MARCA NO ES TU INSTAGRAM.

Las redes son solo una de las formas en las que tu marca se expresa. También lo es cómo respondés un WhatsApp, cómo entregás un pedido, tu ficha de Google o el cartel de tu local. Todo tiene que sonar a la misma persona.

ANTES DE PUBLICAR, PREGUNTATE

01 **¿PARA QUIÉN?**

02 **¿QUÉ QUIERO DECIRLE?**

03 **¿POR QUÉ LE IMPORTA?**

04 **¿QUÉ QUIERO QUE HAGA?**



NO PUBLIQUES SOLO LO QUE VENDÉS.

ATRAER

Contenido que llama la atención: un dato, un problema común, algo que sorprende.

CONECTAR

Contenido que muestra quién sos: tu proceso, tu equipo, tu historia.

CONVERTIR

Contenido que explica y ofrece: precio, cómo comprar, a dónde escribir.

5 TIPS PARA TU RED

01 **Que se entienda**

Si alguien entra a tu perfil por primera vez, ¿en tres segundos sabe qué hacés?

02 **Que se note que sos vos**

Escribí como hablás con tus clientes. Si no lo dirías en persona, no lo publiques.

03 **Mostrá el proceso**

No solo el resultado. El "cómo se hace" genera confianza y es contenido que nadie más puede copiar.

04 **Hablá del problema**

Antes del producto. La gente busca soluciones, no catálogos.

05 **Pedí una acción**

¿Qué querés que haga? Escribir, reservar, guardar, compartir. Eso es un **CTA** (llamado a la acción).

REVISÁ TU PERFIL HOY

- ☐ La bio dice qué hacés y para quién
- ☐ Hay un link o WhatsApp para comprar
- ☐ Horarios y ubicación actualizados en Google
- ☐ La foto de perfil se ve bien en chiquito
- ☐ Los destacados responden las dudas típicas
- ☐ Las últimas 9 publicaciones se sienten de la misma marca

02

SECCIÓN 02 · HABLARLE A LA IA

LA ESTRUCTURA DEL PROMPT

Para que te ayude bien, primero tiene que conocerte. Un prompt es simplemente el mensaje que le escribís a la IA.

¿POR QUÉ ME SUENA A PUBLICIDAD?

Si le pedís algo genérico, te devuelve algo genérico. No es que la IA funcione mal: hizo su trabajo correctamente con la poca información que le diste.

LO QUE PEDIMOS

"Escribime un posteo para que mi café venda mucho más."

LO QUE NOS DEVOLVIÓ

"¡Empezá tu día con energía! Vení a disfrutar el mejor café de la ciudad en un ambiente único. ¡Te esperamos! #café #coffeelover"

¿CUÁNTOS NEGOCIOS PODRÍAN PUBLICAR EXACTAMENTE ESTO? ¿10? ¿100? ¿1.000?

IMAGINÁ QUE MAÑANA CONTRATÁS A ALGUIEN.

Entra una persona nueva y le decís: "Bueno, vendé". ¿Qué hace?

¿Qué vendemos?	No sabe.
¿A quién?	No sabe.
¿Cómo hablamos?	Tampoco.
¿Qué cosas jamás decimos?	Ni idea.

Y después nos enojamos porque atiende mal. Con la IA hacemos exactamente lo mismo: le decimos tres palabras y esperamos que conozca nuestro negocio como nosotros.

LOS SEIS INGREDIENTES DE UN BUEN PEDIDO

No hay nada técnico acá. Es exactamente lo que le explicarías a una persona que empieza a trabajar con vos.

01	**QUIÉN SOS** `tu negocio`	Qué hacés, dónde, desde cuándo. "Tengo un emprendimiento de cosmética natural en Mendoza."
02	**QUÉ ROL LE DAS** `rol`	A quién querés que "se parezca". "Sos experto en marketing para marcas artesanales."
03	**QUÉ VENDÉS** `contexto`	Productos, precios, qué los hace especiales, cómo se compra.
04	**QUÉ QUERÉS HACER** `tarea`	El objetivo concreto. "Quiero vender más y llegar a mejores clientes."
05	**CÓMO LO QUERÉS** `formato y para quién`	Qué te tiene que entregar y para qué público. "Dame 5 ideas de posteos para Instagram."
06	**CÓMO NO LO QUERÉS** `restricciones`	Lo que no va. "Nada de frases largas, sin emojis, sin prometer resultados."

+ LA LÍNEA QUE CAMBIA TODO

"Si algo no te lo dije, preguntámelo antes de inventarlo."

Evita que la IA complete los datos que faltan con cosas que suenan bien pero no son ciertas.

MISMO PEDIDO. DISTINTA INFORMACIÓN.

Negocio de ejemplo: **Raíz**, cosmética natural artesanal. Esta es la ficha que armamos en vivo:

---

01 · QUIÉN SOS

Tengo un emprendimiento de cosmética natural artesanal.

02 · ROL

Sos experto en marketing y ventas de jabones y cosmética natural artesanal.

03 · QUÉ VENDÉS

Jabones artesanales y productos para la piel, todo hecho a mano.

04 · QUÉ QUERÉS HACER

Más volumen de venta y mejores clientes, preferentemente mujeres (o saber si ese es realmente mi público).

05 · CÓMO LO QUERÉS

Dame 5 ideas para publicaciones en Instagram.

06 · CÓMO NO LO QUERÉS

Ni frases muy largas ni muy cortas, con buen gancho comercial.

SIN CONTEXTO

"Descubrí el poder de lo natural. Nuestros productos cuidan tu piel como se merece. ¡Consultanos!"

Correcto, pero podría ser cualquier marca.

CON LA FICHA DE RAÍZ

"Tu piel no necesita 20 ingredientes que no podés pronunciar. Nuestro jabón de avena tiene 5, y los elegimos uno por uno. Hecho a mano, en tandas chicas. ¿Querés saber cuál va con tu piel? Escribinos."

LA IA NO SE VOLVIÓ MÁS INTELIGENTE. NOSOTROS FUIMOS MÁS CLAROS.

02 · PARA COPIAR Y COMPLETAR

EL PROMPT MAESTRO

Reemplazá lo que está entre corchetes. Guardalo en tus notas: lo vas a reutilizar para casi todo cambiando solo la tarea.

```
Sos [rol: experto en marketing para …].
Tengo [quién soy: tipo de negocio, ciudad, desde cuándo].
Vendo [qué vendo: productos, precios, qué los hace distintos].
Mis clientes son [para quién: edad, qué buscan, qué les preocupa].
Hablo de forma [tono: cercano, técnico, divertido…].
Necesito que [tarea: qué querés lograr].
Entregámelo como [formato: 5 ideas, 1 posteo, una tabla…].
No quiero [restricciones: palabras, largo, promesas].
Si algo no te lo dije, preguntámelo antes de inventarlo.
```

LA PRIMERA RESPUESTA ES UN BORRADOR

01 **Corregila como a una persona.** "Más corto." "Menos vendedor." "Eso no lo diría nunca."

02 **Pedí variantes.** "Dame 3 versiones distintas" y elegí la que más suena a vos.

03 **Mostrale ejemplos.** Pegá un posteo tuyo que funcionó: "Escribí con este estilo".

04 **No empieces de cero.** Guardá tu ficha en las instrucciones o en un proyecto de la herramienta para no repetirla cada vez.

03

SECCIÓN 03 · TRES PROBLEMAS REALES

CONTENIDO CON IA

No sé qué publicar. Mi negocio se ve peor de lo que es. No sé cuánto estoy ganando. Tres problemas, tres pedidos.

03.1 · CONTENIDO

NO SÉ QUÉ PUBLICAR.

Son las once de la noche y te acordás de que hoy querías publicar algo. La IA no te va a dar la idea perfecta, pero te saca de la pantalla en blanco: pasás a tener opciones sobre las cuales decidir.

PROMPT · DESPUÉS DE PEGAR TU FICHA

```
Con la información de mi negocio que te pasé, dame:

— 5 ideas de publicaciones para esta semana (una para atraer, dos para conectar y dos para vender),

— 3 títulos posibles para la que más te guste,

— y 1 posteo completo listo para publicar, con un llamado a la acción al final.

Usá mi tono. No inventes promociones ni precios.
```

PEDILE EL FORMATO QUE NECESITÁS

Carrusel
"Armame un carrusel de 6 placas: texto de cada una y qué imagen va."

Reel
"Guion de 30 segundos: qué se ve y qué se dice en cada toma."

Historias
"3 historias con una encuesta para conocer a mis clientes."

WhatsApp
"Respuesta amable para quien pregunta precio y no vuelve a escribir."

UNA SEMANA TIPO

LUNES	MIÉRCOLES	VIERNES
ATRAER	**CONECTAR**	**CONVERTIR**
Un tip o un dato útil	Detrás de escena	Producto + cómo comprar

TU PRODUCTO ES BUENO. LA FOTO NO LO CUENTA.

ANTES · CELULAR



DESPUÉS · MISMO JABÓN, TRES ESCENAS CON IA







LA FOTO BASE IMPORTA

Luz natural, cerca de una ventana.

Fondo limpio: una mesa, una tela lisa.

Limpiá la lente del celular.

Sacá varias desde distintos ángulos.

HERRAMIENTAS

Pomelli analiza tu web o tus fotos y extrae el "ADN visual" de tu marca: colores, estilo, tipografías. Con eso genera imágenes y piezas coherentes.

Las herramientas de **fotoshoot** con IA toman la foto de celular y la llevan a una escena de estudio.

PROMPT · CON LA FOTO ADJUNTA

```
Mejorá esta foto de mi [producto] para Instagram. Estilo [natural / minimalista / cálido], fondo [madera clara, lino], luz suave de mañana. Mantené exactamente la forma, los colores y la etiqueta del producto. No agregues elementos que no existen.
```

OJO Mejorá la foto, no el producto. Si el cliente recibe algo distinto a lo que vio, perdiste su confianza.

NO SÉ CUÁNTO ESTOY GANANDO.

La IA puede armarte una planilla interactiva para entender tus números. Vos ponés las cifras; ella hace las cuentas.

PROMPT · PLANILLA DE FLUJO DE CAJA

```
Sos analista financiero de PyMEs. Quiero entender si mi negocio gana plata.

Mi negocio: [qué vendo y dónde].

Lo que vendo por mes:
- [producto]: precio $[X], me cuesta producirlo $[Y], vendo [Z] por mes.

Lo que pago todos los meses, venda o no venda:
- [alquiler]: $[X]
- [sueldos]: $[X]

Necesito retirar $[X] por mes para vivir.

Armame una planilla interactiva donde pueda cambiar estos números y ver cuánto me
deja cada venta, cuánto tengo que vender para no perder plata, cuánto para además
cobrar mi sueldo, y cuánto me queda este mes.

REGLA CRÍTICA: no inventes cifras. Si te falta un dato, dejá el campo vacío,
marcalo como FALTA DATO y no muestres el resultado hasta que yo lo complete.
Preferí una planilla incompleta antes que una completa con números que no le di.
```

Margen por venta
Precio menos lo que te cuesta hacerlo.

Costos fijos
Lo que pagás aunque no vendas nada.

Punto de equilibrio
Cuánto vender para no perder plata.

Lo que te queda
Lo que sobra después de pagar todo y pagarte a vos.

NO. NO NECESITÁS 40 HERRAMIENTAS.

Todos los días sale una nueva. No hace falta probarlas todas: con estas cubrís casi todo lo que necesita un negocio chico.

ChatGPT / Gemini	Ideas, textos, análisis y organización del día a día.
Claude	Campañas, marketing, textos largos, planillas interactivas.
Claude Design	Iteración visual y diseños editables: flyers, presentaciones, piezas.
Pomelli	ADN de marca, imágenes y ejemplos creativos a partir de tu web o tus fotos.
Google Flow	Contenido audiovisual: videos cortos a partir de texto o imágenes.

EL FILTRO

¿ME RESUELVE ALGO QUE HAGO TODAS LAS SEMANAS?

Si sí, probalo. Si no, seguí con tu vida.

ANTES: HACÍAS UNA.
AHORA: PODÉS PROBAR DIEZ.

Mismo pedido, "Will Smith comiendo fideos", con pocos años de diferencia. Lo revolucionario no es la herramienta: es que probar diez versiones ya no cuesta nada.



2023 · LOS PRIMEROS VIDEOS CON IA



HOY · MISMO PEDIDO

LO DIFÍCIL ES TENER
ALGO PROPIO QUE DECIR.

La herramienta es igual para todos. Lo que vos le contás es lo que le da el toque único. Un caso real de uno de nuestros clientes:



01 · FOTO REAL DEL PRODUCTO



02 · MODELO CON IA



03 · VIDEO CON IA

PRODUCTO REAL + CONTEXTO CLARO = UNA PIEZA QUE SOLO PODÍA SER DE ESA MARCA.

LAS TRES LÍNEAS ROJAS

1 DATOS DE CLIENTES

Jamás subas información con DNI, teléfonos, direcciones o tarjetas. Si necesitás analizar una lista, borrá antes los datos personales.

2 NO LE CREAS TODO

La IA puede "alucinar": inventar algo con total seguridad. Verificá a mano precios, impuestos, trámites y cualquier dato que vayas a publicar.

3 NO COPIES EL PROMPT DE MODA

Si todos copian lo mismo de TikTok, todos suenan igual. Tu ficha es tu ventaja.

ANTES DE PUBLICAR ALGO HECHO CON IA

- ☐ ¿Suena a mí?
- ☐ ¿El producto se ve como es?
- ☐ ¿Los datos son reales?
- ☐ ¿Queda claro qué tiene que hacer quien lo lee?

LA FICHA DE TU NEGOCIO

Completala una vez con calma. Después la pegás al principio de cualquier conversación con la IA.

01 · QUIÉN SOS / QUÉ HACÉS

02 · QUÉ ROL LE DOY A LA IA

03 · QUÉ VENDO (Y QUÉ LO HACE DISTINTO)

04 · PARA QUIÉN (MI CLIENTE IDEAL)

05 · CÓMO HABLO (MI TONO)

06 · QUÉ QUIERO LOGRAR

07 · LO QUE NUNCA DIRÍA MI MARCA

07

SECCIÓN 07 · KIT EXTRA

PROMPTS PARA COPIAR Y USAR

Fotos de producto, textos del día a día, números y las herramientas para publicar. Pegá primero tu prompt maestro y después cualquiera de estos.

07.1 · FOTOS DE PRODUCTO

TRES ESCENAS PARA TU PRODUCTO

Adjuntá una foto real de tu producto (aunque sea de celular) y pegá el pedido. Están pensados para un jabón: cambiá ingredientes y ambiente por los tuyos.



01 · BODEGÓN DE INGREDIENTES · TRANSPARENCIA · 4:5

Usá el producto de la imagen de referencia exactamente como está: misma forma, color, textura, etiqueta y proporciones. No lo rediseñes ni cambies el packaging. Ubicalo sobre una mesa de madera clara, vista cenital (90°). Alrededor, dispersos con naturalidad, los ingredientes crudos: avena, flores secas de lavanda, ramitas de romero, un chorrito de aceite en un cuenco de cerámica cruda, sal marina gruesa. Luz natural lateral de ventana, suave, sombras largas y reales. Paleta cálida y terrosa: beige, madera, verde apagado. Estilo fotografía de producto artesanal, realista, nada de render 3D ni brillos artificiales. Dejá el tercio superior con espacio vacío para texto. Formato 4:5.

Evitar: mármol, dorados, fondos negros, estética de lujo, iluminación de estudio dura, texto o logos generados.



02 · ESCENA HUMANA · USO REAL · 4:5

Usá el producto de la imagen de referencia exactamente como está: misma forma, color, textura y etiqueta. No lo modifiques. Mostralo sostenido por las manos de una mujer de unos 35-40 años, manos reales con piel natural, sin manicura perfecta ni joyas llamativas. Encuadre cerrado en las manos y el producto, el rostro fuera de cuadro o desenfocado. Fondo: baño hogareño sencillo, azulejo claro, una toalla de algodón crudo, luz de mañana entrando por la ventana. Profundidad de campo suave, sensación de momento cotidiano y calmo. Fotografía documental, cálida, sin retoque plástico. Formato vertical 4:5, espacio libre a la derecha para texto.

Evitar: piel retocada o irreal, estética de spa de hotel, modelos tipo stock sonriendo a cámara, fondos blancos infinitos, texto generado.



03 · ÁNGULO REGALO · FERIAS Y FECHAS · 1:1 Y 9:16

Usá el producto de la imagen de referencia exactamente como está, sin alterar forma, color ni etiqueta. Presentalo como un pequeño regalo: envuelto a medias en papel kraft con hilo de algodón, junto a una etiqueta de cartón en blanco (sin texto). Apoyado sobre un mantel de lino arrugado color crudo, con una taza de té a un costado desenfocada y una rama de eucalipto. Luz natural difusa de tarde, sombras suaves. Ángulo de 45°, composición asimétrica. Estética artesanal honesta, hecho a mano, cercana. Formato cuadrado 1:1 y también vertical 9:16 para historias.

Evitar: moños de raso, brillos, confeti, estética navideña comercial, dorados, texto o tipografías generadas.

LA FÓRMULA DETRÁS DE LOS TRES

Producto intacto + escena + luz + estilo + formato + **qué evitar**. La línea de "Evitar" es la que más cambia el resultado.

07.2 · TU FICHA, SIN ESFUERZO

¿NO SABÉS CÓMO COMPLETARLA? QUE TE ENTREVISTE.

Quiero armar la ficha de mi negocio para usarla con IA. Haceme una entrevista: preguntame de a una cosa por vez sobre quién soy, qué vendo, quiénes son mis clientes, cómo hablo, qué me diferencia y qué cosas nunca diría mi marca. Cuando termines, armame un resumen de máximo 10 líneas que pueda copiar y guardar.

07.3 · NÚMEROS

¿A CUÁNTO LO VENDO?

Ayudame a calcular el precio de [producto]. Materiales por unidad: [lista con costos]. Tardo [X] horas en hacerlo y quiero cobrar mi hora $[X]. Otros gastos del mes: $[X] y hago [X] unidades por mes. Mostrame el costo real por unidad y tres precios posibles con el margen de cada uno, explicado simple. **No inventes ningún costo.**

PEDIDOS PARA EL DÍA A DÍA

SEMANA DE POSTEOS

Con la información de mi negocio, dame 5 ideas de publicaciones para esta semana: una para atraer, dos para conectar y dos para vender. Para la que más te guste, dame 3 títulos posibles y 1 posteo completo listo para publicar, con un llamado a la acción al final. Usá mi tono. No inventes promociones ni precios.

BIO DE INSTAGRAM

Escribime 5 opciones de bio para mi Instagram, de máximo 150 caracteres. Cada una tiene que decir qué hago, para quién y cómo comprar o contactarme. Una más seria, una más cercana, una con humor, y dos que mezclen. Sin emojis de más.

GUION DE REEL (30 SEG)

Armame el guion de un reel de 30 segundos mostrando cómo hago [producto]. Dividilo en tomas de 3 a 5 segundos: qué se ve, qué texto aparece en pantalla y qué digo (si hablo). Los primeros 2 segundos tienen que enganchar. Todo tiene que poder grabarse con un celular, en mi [taller / cocina / local].

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

Escribime la descripción de [producto] para [Mercado Libre / mi tienda online / catálogo de WhatsApp]. Datos reales: [medidas, ingredientes o materiales, precio, envíos]. Empezá por el problema que resuelve, después los detalles, y cerrá con cómo comprar. Máximo 120 palabras. Usá solo los datos que te di.

RESPUESTAS DE WHATSAPP

Armame respuestas rápidas para WhatsApp Business, cortas y con mi tono, para estas situaciones: 1) me preguntan el precio, 2) preguntan si hago envíos, 3) preguntaron y no volvieron a escribir, 4) quieren un descuento, 5) mensaje fuera de horario. Dejá entre corchetes los datos que tengo que completar yo.

RESPONDER UNA MALA RESEÑA

Un cliente dejó esta reseña: "[pegá la reseña]". Lo que pasó de verdad fue: [tu versión]. Escribime una respuesta pública, amable y corta, que reconozca lo que corresponde, no discuta y ofrezca una solución concreta. Nada de frases de manual de call center.

CALENDARIO DEL MES

Armame un calendario de contenido para [mes] en una tabla: fecha, formato (posteo, carrusel, reel, historia), objetivo (atraer, conectar o vender) e idea en una línea. Puedo publicar [X] veces por semana. Tené en cuenta fechas importantes de Argentina para mi rubro. No me llenes de publicaciones que no voy a poder hacer.

¿SUENA A MÍ? REVISIÓN FINAL

Revisá este texto antes de que lo publique: "[pegá el texto]". Decime qué frases suenan genéricas o a publicidad, qué datos habría que verificar y si queda claro qué tiene que hacer quien lo lee. Proponé una versión corregida sin cambiar mi forma de hablar.

TIP Todos funcionan mejor si antes pegaste tu prompt maestro (p. 13). Lo que está entre corchetes lo completás vos.

LO QUE USAMOS (Y DÓNDE ENCONTRARLO)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ChatGPT	Ideas, textos, análisis y organización.	chatgpt.com
Gemini	Integrado a tu cuenta de Google. Genera y edita imágenes.	gemini.google.com
Claude	Campañas, textos largos, planillas. Claude Design para piezas visuales.	claude.ai
Pomelli	ADN de marca desde tu web y piezas coherentes.	labs.google/pomelli
Google Flow	Videos cortos a partir de texto o imágenes.	labs.google/flow

PARA TERMINAR Y PUBLICAR

Canva	Plantillas para posteos, historias y flyers.	canva.com
CapCut	Editar reels desde el celular, con subtítulos automáticos.	capcut.com
Meta Business Suite	Programar en Instagram y Facebook y ver qué funcionó.	business.facebook.com
WhatsApp Business	Catálogo, respuestas rápidas y mensaje de ausencia.	business.whatsapp.com
Perfil de Empresa en Google	Aparecer en Google Maps con horarios, fotos y reseñas.	business.google.com

TU NEGOCIO YA TIENE UNA HISTORIA. HAGAMOS QUE SE NOTE.

La tecnología cambia todos los días, pero tu historia es tuya. La IA no puede inventarla. Puede ayudarte a contarla.