

50 PROMPTS DE IA **POR ÁREA**

Instrucciones listas para copiar en ChatGPT, Claude, Gemini o Copilot. Diez por área, pensadas para gerentes y equipos de empresas en Colombia y Latinoamérica.

01 VENTAS	02 MARKETING	03 FINANZAS
04 RECURSOS HUMANOS	05 ATENCIÓN AL CLIENTE	50 PROMPTS

CÓMO USARLOS

1. Copia el prompt que se parezca a tu tarea.
2. Cambia lo que está entre **[corchetes]** por tu información: entre más contexto, mejor.
3. No pegues datos personales ni confidenciales en herramientas que tu empresa no haya aprobado.
4. Revisa el resultado: cifras, nombres y tono antes de enviarlo.

Versión web con botón de copiar: cristianparada.com/plantillas/prompts-ia-por-area

VENTAS

Para preparar reuniones, escribir propuestas y mover oportunidades que se quedaron quietas.

1 PREPARAR UNA REUNIÓN CON UN PROSPECTO

Voy a reunirme con [cargo] de [tipo de empresa y sector] en [ciudad]. Vendemos [producto o servicio] y nuestro cliente ideal es [descripción]. Prepárame: 1) cinco preguntas para entender su situación actual, 2) tres problemas que probablemente tenga y cómo los resolvemos, 3) dos objeciones probables con una respuesta corta para cada una. Usa un tono consultivo, no de vendedor insistente.

2 PROPUESTA COMERCIAL A PARTIR DE NOTAS

Con estas notas de la reunión, escribe una propuesta comercial de máximo una página para [nombre genérico del cliente]. Estructura: situación actual, lo que proponemos, resultados esperados, inversión y siguientes pasos. Usa frases cortas y no inventes cifras que no estén en las notas; si falta un dato, márcalo como [POR CONFIRMAR]. Notas: [pega tus notas sin datos personales].

3 SEGUIMIENTO A UNA COTIZACIÓN SIN RESPUESTA

Enví una cotización de [producto o servicio] hace [número] días y el cliente no ha respondido. Escribe tres versiones de un mensaje de seguimiento para WhatsApp (máximo 60 palabras cada uno): una que aporte un dato útil, una que haga una pregunta abierta y una que proponga una fecha concreta para hablar. Nada de presión ni frases como "solo quería saber".

4 RESPONDER UNA OBJECIÓN DE PRECIO

Un cliente dice: "[objeción textual, por ejemplo: está muy caro comparado con otra opción]". Vendemos [producto] a [precio aproximado] y nuestro diferencial es [diferencial]. Dame cuatro formas de responder: una que reencadre el valor, una con un ejemplo de retorno, una que ofrezca una alternativa más pequeña y una que haga una pregunta para entender mejor. Explica en una línea cuándo usar cada una.

5 GUION DE LLAMADA EN FRÍO

Escribe un guion de llamada de 90 segundos para contactar a [cargo] en empresas de [sector] de [país]. Objetivo: conseguir una reunión de 20 minutos, no vender en la llamada. Incluye apertura, motivo de la llamada en una frase, una pregunta de diagnóstico, cómo manejar "envíame información" y el cierre con dos opciones de horario.

6 ANALIZAR POR QUÉ SE PERDIERON NEGOCIOS

Te comparto una lista de negocios perdidos en los últimos [periodo] con el motivo que registró el vendedor (sin nombres de clientes): [pega la lista]. Agrupa los motivos en categorías, dime cuáles se repiten más, qué patrones ves por tipo de cliente o etapa, y propón tres acciones concretas para el próximo trimestre.

7 CORREO DE PROSPECCIÓN PERSONALIZADO

Escribe un correo de prospección de máximo 120 palabras para [cargo] de una empresa de [sector] que acaba de [hecho público reciente: abrir sede, lanzar producto, contratar]. Conecta ese hecho con un problema que resolvemos con [producto]. Asunto de máximo 6 palabras, sin mayúsculas sostenidas ni signos de exclamación. Termina con una pregunta fácil de responder.

8 PLAN DE CUENTA PARA UN CLIENTE CLAVE

Actúa como gerente comercial. Para un cliente de [sector] que hoy nos compra [productos] por cerca de [monto anual], arma un plan de cuenta: oportunidades de venta cruzada, riesgos de perderlo, personas a las que deberíamos conocer por cargo, y un plan de contactos para los próximos 90 días en una tabla con fecha, acción y responsable.

9 RESUMEN DE PIPELINE PARA GERENCIA

Con estos datos del embudo de ventas [pega la tabla: etapa, número de oportunidades, valor, días promedio en la etapa], escribe un resumen ejecutivo de cinco viñetas para el comité de gerencia: cómo vamos frente a la meta de [meta], dónde se están quedando las oportunidades y qué decisión se necesita. No inventes datos que no estén en la tabla.

10 PRACTICAR UNA NEGOCIACIÓN

Quiero practicar una negociación. Tú eres [cargo] de una empresa de [sector] que quiere comprar [producto] pero tiene presupuesto limitado y presión de su jefe. Yo soy el vendedor. Responde solo como el comprador, con objeciones realistas, una a la vez. Cuando escriba "fin", dame retroalimentación sobre lo que hice bien y lo que debo mejorar.

ÁREA 02 · 10 PROMPTS

MARKETING

Para planear contenido, escribir mejor y entender qué dice el mercado sin perder la voz de la marca.

11 CALENDARIO DE CONTENIDO MENSUAL

Somos [tipo de empresa] y le vendemos a [cliente ideal] en [país]. Crea un calendario de contenido para [mes] con 12 publicaciones para [redes]. Para cada una: fecha, formato (carrusel, video corto, publicación), tema, gancho de la primera línea y llamada a la acción. Mezcla contenido educativo, de prueba social y de venta en proporción 60/20/20.

12 DEFINIR EL CLIENTE IDEAL

Con esta información de nuestros mejores clientes [pega descripción agregada: sector, tamaño, cargo de quien compra, por qué nos eligieron], describe dos perfiles de cliente ideal. Para cada uno: qué le quita el sueño, qué busca en internet, qué objeciones tiene, dónde se informa y qué mensaje lo haría detenerse a leer.

13 REESCRIBIR CON LA VOZ DE LA MARCA

Nuestra marca habla así: [3 adjetivos, por ejemplo: cercana, directa, sin tecnicismos]. Palabras que usamos: [lista]. Palabras que evitamos: [lista]. Reescribe el siguiente texto con esa voz, sin cambiar los datos ni las promesas: [pega el texto]. Después explica en tres viñetas qué cambiaste y por qué.

14 IDEAS PARA UN ARTÍCULO DE BLOG

Dame 10 ideas de artículos de blog para [tipo de empresa] que respondan preguntas reales que hace [cliente ideal] antes de comprar [producto]. Para cada idea: título en forma de pregunta, la intención de búsqueda (informativa, comparativa o de compra) y tres subtemas que debería cubrir.

15 VARIACIONES DE ANUNCIO PARA PROBAR

Escribe 5 variaciones de un anuncio para [Meta o Google] que promociona [oferta] para [público]. Cada variación debe usar un ángulo distinto: ahorro de tiempo, ahorro de dinero, miedo a quedarse atrás, prueba social y curiosidad. Respetar los límites de caracteres de [plataforma] y no hagas promesas que no podamos cumplir.

16 ANALIZAR COMENTARIOS Y RESEÑAS

Aquí hay [número] comentarios y reseñas de clientes, sin nombres: [pega el texto]. Clasifícalos en temas, dime qué valoran más, de qué se quejan más y qué frases textuales podríamos usar (con permiso) en nuestra comunicación. Termina con tres ideas de mejora para el producto o el servicio.

17 GUION DE VIDEO CORTO

Escribe el guion de un video vertical de 45 segundos para explicar [tema o beneficio] a [público]. Estructura: gancho de 3 segundos, problema, solución, prueba o ejemplo y llamada a la acción. Incluye qué se ve en pantalla en cada parte y el texto en pantalla. Lenguaje hablado, como si lo dijera una persona, no un locutor.

18 SECUENCIA DE CORREOS DE BIENVENIDA

Diseña una secuencia de 4 correos para personas que acaban de [comprar, registrarse o descargar algo]. Para cada correo: día de envío, asunto, objetivo y el texto completo de máximo 150 palabras. El primero agradece y entrega valor; el último invita a [acción comercial] sin sonar desesperado.

19 COMPARAR CON LA COMPETENCIA SIN COPIAR

Estos son los mensajes principales que usan tres competidores en su sitio web, resumidos con mis palabras: [resumen]. Nuestro diferencial real es [diferencial]. Dime en qué se parecen todos, qué espacio no está ocupando nadie y propón tres mensajes originales para posicionarnos ahí. No reutilices sus frases.

20 INFORME MENSUAL DE RESULTADOS

Con estos datos de marketing del mes [pega tabla: canal, inversión, alcance, clics, leads, ventas], escribe un informe de una página para gerencia: qué funcionó, qué no, costo por lead y por venta de cada canal, y tres recomendaciones para el próximo mes con el impacto esperado. Señala si algún dato parece incompleto.

FINANZAS

Para leer números con más rapidez, explicar resultados y preparar decisiones. Usa datos agregados o anonimizados.

21 EXPLICAR EL ESTADO DE RESULTADOS

Actúa como director financiero. Te paso el estado de resultados de los dos últimos trimestres en cifras agregadas: [pega la tabla]. Explica en lenguaje sencillo para un gerente que no es financiero: qué cambió, por qué pudo pasar, qué indicador preocupa y qué preguntas debería hacerle al equipo contable.

22 PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

Con estos datos [ventas mensuales promedio, días promedio de cartera, días de pago a proveedores, gastos fijos mensuales, saldo actual en bancos], arma una proyección de flujo de caja a 13 semanas en una tabla. Señala las semanas en que el saldo podría quedar por debajo de [monto mínimo] y propone tres acciones para evitarlo.

23 ANÁLISIS DE VARIACIONES CONTRA PRESUPUESTO

Esta es la comparación entre presupuesto y real del mes [pega la tabla por rubro]. Identifica las cinco variaciones más grandes en pesos y en porcentaje, clasifícalas en temporales o estructurales según la información que te doy, y redacta una nota corta para cada responsable de área pidiendo la explicación.

24 ESCENARIOS DE PRECIO

Vendemos [producto] a [precio] con un costo variable de [costo] por unidad y gastos fijos de [monto] al mes. Vendemos cerca de [unidades] al mes. Calcula el punto de equilibrio y muéstrame en una tabla qué pasa con la utilidad si subimos el precio 5 % y 10 % y perdemos 0 %, 5 % y 10 % de las unidades. Muestra las fórmulas que usaste.

25 POLÍTICA DE CARTERA

Somos una empresa de [sector] que vende a crédito a [tipo de clientes] con plazo de [días]. Redacta una política de cartera de una página: requisitos para dar crédito, cupos, recordatorios antes y después del vencimiento, cuándo suspender despachos y cuándo pasar a cobro jurídico. Lenguaje claro para el equipo comercial.

26 MENSAJES DE COBRO ESCALONADOS

Escribe cuatro mensajes de cobro para clientes empresariales: recordatorio amable 3 días antes del vencimiento, aviso el día del vencimiento, seguimiento a los 15 días y aviso firme a los 45 días. Que sean respetuosos, con la información de pago en [corchetes] y sin amenazas. Formato para correo y una versión corta para WhatsApp.

27 REVISAR UNA FÓRMULA DE EXCEL

Esta fórmula de Excel debería [lo que debe calcular], pero da [error o resultado raro]: [pega la fórmula]. Las columnas contienen: [describe las columnas]. Explica qué hace la fórmula paso a paso, por qué falla y dame la versión corregida. Si hay una forma más simple de lograrlo, muéstramela también.

28 INDICADORES PARA EL TABLERO DE GERENCIA

Somos una empresa de [sector] con [número] empleados. Propón los 8 indicadores financieros más útiles para un tablero mensual de gerencia. Para cada uno: fórmula, de dónde sale el dato, qué valor sería una alerta para una empresa como la nuestra y quién debería responder por él.

29 COMPARAR COTIZACIONES DE PROVEEDORES

Tengo tres cotizaciones para [bien o servicio]: [resume precio, plazo de pago, tiempo de entrega, garantía y condiciones de cada una]. Arma una tabla comparativa, calcula el costo total considerando el plazo de pago, señala riesgos en las condiciones y recomienda una opción explicando el porqué en cinco líneas.

30 PREPARAR LA REUNIÓN CON EL BANCO

Voy a pedir un crédito de [monto] para [destino] a [plazo]. Nuestros números agregados son: [ventas anuales, utilidad, endeudamiento actual]. Dime qué preguntas probablemente me hará el banco, qué documentos debo llevar, qué indicadores mirarán y cómo presentar el uso del crédito en tres frases convincentes.

ÁREA 04 · 10 PROMPTS

RECURSOS HUMANOS

Para atraer, acompañar y desarrollar personas. Nunca ingreses hojas de vida ni datos de salud de colaboradores en herramientas no aprobadas.

31 DESCRIPCIÓN DE CARGO

Escribe la descripción del cargo de [nombre del cargo] para una empresa de [sector] de [número] empleados en [ciudad]. Incluye propósito del cargo, 6 responsabilidades principales, resultados esperados a 6 meses, requisitos indispensables, deseables y lo que ofrecemos. Lenguaje incluyente y sin requisitos que discriminen por edad, género o estado civil.

32 PREGUNTAS DE ENTREVISTA POR COMPETENCIAS

Para el cargo de [cargo], las competencias clave son [lista de 4 competencias]. Dame dos preguntas de entrevista por competencia basadas en situaciones reales (método STAR), qué debería contener una buena respuesta y qué sería una señal de alerta. Agrega una rúbrica de 1 a 4 para calificar.

33 PLAN DE INDUCCIÓN DE 30 DÍAS

Diseña un plan de inducción de 30 días para una persona que entra como [cargo] en el área de [área]. Organízalo por semanas: a quién debe conocer, qué debe aprender, qué tareas pequeñas puede asumir y cómo sabremos que la inducción funcionó. Formato de tabla, listo para compartir con el jefe directo.

34 RETROALIMENTACIÓN DIFÍCIL

Necesito dar retroalimentación a un colaborador sobre [situación descrita de forma general, sin nombres]. Ayúdame a preparar la conversación: cómo abrirla, cómo describir el hecho sin juzgar a la persona, qué preguntas hacer para escuchar su versión y cómo cerrar con acuerdos concretos. Dame también frases que debo evitar.

35 ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

Crea una encuesta corta de clima laboral (máximo 15 preguntas) para una empresa de [número] personas. Cubre liderazgo, comunicación, carga de trabajo, reconocimiento y desarrollo. Usa escala de 1 a 5 y dos preguntas abiertas. Agrega un texto de introducción que explique que es anónima y para qué se usarán los resultados.

36 ANALIZAR RESULTADOS DE CLIMA

Estos son los resultados agregados de la encuesta de clima por pregunta y por área, sin datos individuales: [pega la tabla y los comentarios anonimizados]. Resume las fortalezas, los tres focos de atención, los temas que se repiten en los comentarios y propone un plan de acción de 90 días con responsables por cargo.

37 COMUNICADO INTERNO

Redacta un comunicado interno para anunciar [cambio: nueva política, nuevo horario, reestructuración, beneficio]. Público: todos los colaboradores. Explica qué cambia, desde cuándo, por qué, a quién afecta y a quién preguntar. Tono humano y claro, máximo 250 palabras. Dame también una versión de 3 líneas para el grupo de WhatsApp.

38 PLAN DE DESARROLLO INDIVIDUAL

Un colaborador del cargo [cargo] quiere crecer hacia [cargo objetivo] en los próximos 12 meses. Sus fortalezas son [lista] y sus brechas son [lista]. Arma un plan de desarrollo con objetivos trimestrales, actividades de aprendizaje en el trabajo (70 %), aprendizaje con otros (20 %) y formación (10 %), y cómo medir el avance.

39 POLÍTICA INTERNA EN LENGUAJE SENCILLO

Convierte esta política interna en una guía de preguntas y respuestas que cualquier colaborador entienda en 3 minutos: [pega la política]. Máximo 10 preguntas. No cambies el sentido ni agregues reglas que no estén en el texto original; si algo es ambiguo, márcalo para que lo revise recursos humanos.

40 PLAN DE CAPACITACIÓN EN IA PARA EL EQUIPO

Somos una empresa de [sector] con áreas de [lista de áreas]. Diseña un plan de capacitación en IA de 8 semanas para personas sin conocimientos técnicos: un tema por semana, ejercicio práctico con una tarea real de su área, reglas de seguridad de datos y cómo medir si la capacitación sirvió.

ÁREA 05 · 10 PROMPTS

ATENCIÓN AL CLIENTE

Para responder mejor y más rápido, sin perder el tono humano. Revisa siempre la respuesta antes de enviarla.

41 RESPONDER UN RECLAMO

Un cliente escribió este reclamo (sin datos personales): [pega el mensaje]. Nuestra política para este caso es [política]. Redacta una respuesta empática que reconozca el problema sin culpar a nadie, explique qué vamos a hacer, en qué plazo y qué necesitamos del cliente. Máximo 120 palabras. Dame una versión para correo y otra para WhatsApp.

42 PREGUNTAS FRECUENTES A PARTIR DE CONVERSACIONES

Aquí hay un conjunto de preguntas reales que nos hacen los clientes, sin nombres ni datos personales: [pega las preguntas]. Agrúpalas, elimina las repetidas y redacta una sección de preguntas frecuentes con las 12 más importantes. Respuestas de máximo 3 líneas, basadas solo en esta información: [pega datos del negocio].

43 RESPUESTAS RÁPIDAS PARA WHATSAPP

Somos [tipo de negocio]. Crea 10 respuestas rápidas para WhatsApp Business para las situaciones más comunes: saludo fuera de horario, precios, tiempos de entrega, medios de pago, estado de un pedido, cambios y devoluciones, garantía, ubicación, agradecimiento y despedida. Tono cercano, con los datos variables entre [corchetes].

44 CALMAR A UN CLIENTE MOLESTO

Un cliente está muy molesto porque [situación]. Ya respondió de mala manera dos veces. Dame una respuesta que baje la tensión, valide su molestia sin dar la razón en lo que no corresponde, y proponga dos alternativas concretas de solución. Evita frases de plantilla como "lamentamos los inconvenientes".

45 CLASIFICAR MENSAJES ENTRANTES

Clasifica cada uno de estos mensajes de clientes (anonimizados) en: consulta de venta, soporte técnico, reclamo, facturación u otro. Asigna prioridad alta, media o baja según urgencia e impacto y sugiere qué área debería responder. Entrega el resultado en una tabla. Mensajes: [pega los mensajes].

46 GUION PARA SOPORTE TELEFÓNICO

Escribe un guion de atención telefónica para [tipo de problema frecuente]. Incluye saludo, preguntas para diagnosticar en orden, soluciones según cada respuesta (en forma de árbol simple), cuándo escalar a un supervisor y cómo cerrar confirmando que el cliente quedó satisfecho.

47 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CORTA

Crea una encuesta de satisfacción de máximo 4 preguntas para enviar por WhatsApp después de [compra o atención]. Incluye una pregunta de recomendación de 0 a 10, una sobre el motivo de la calificación y una abierta de mejora. Escribe también el mensaje de invitación y el de agradecimiento.

48 ANALIZAR QUEJAS DEL MES

Este es el registro de quejas del mes con categoría, canal, tiempo de respuesta y estado (sin datos personales): [pega la tabla]. Dime cuáles son las tres causas principales, cuál es el tiempo promedio de respuesta por canal, qué quejas se repiten y qué cambio en el proceso evitaría la mayor cantidad de quejas.

49 BASE DE CONOCIMIENTO PARA EL EQUIPO

Convierte este manual de producto en artículos de ayuda cortos para el equipo de servicio: [pega el texto]. Cada artículo con título en forma de pregunta, respuesta en pasos numerados, errores comunes y cuándo escalar. No agregues información que no esté en el manual; si falta algo, indícalo.

50 RECUPERAR UN CLIENTE QUE SE FUE

Un cliente que nos compraba [producto] cada [frecuencia] dejó de hacerlo hace [tiempo]. No sabemos el motivo. Escribe un mensaje para reconectar que pregunte con genuino interés qué pasó, ofrezca algo útil y no suene a venta. Dame también tres preguntas para la llamada si responde.

SIGUIENTE PASO

¿LO LLEVAMOS A TU EQUIPO?

Si quieres que tu empresa pase de los prompts sueltos a procesos con IA que ahorren tiempo de verdad, escíbeme por WhatsApp.

ESCRIBIR POR WHATSAPP →

Más plantillas gratis en cristianparada.com/plantillas · Glosario de IA en cristianparada.com/glosario-ia