Insustitu IA ble

15 prompts para crear contenido con IA

De la idea a la publicación. Listos para copiar, pegar y rellenar.

01 **Rol y contexto** · un experto concreto, con tu situación

02 **Objetivo** · el resultado exacto

03 **Datos de entrada** · lo que pegas tú

04 **Proceso** · los pasos antes de responder

05 **Restricciones** · tono, límites, qué no inventar

06 **Formato** · cómo te entrega el resultado

07 **Control de calidad** · lo que revisa antes de entregar

DAVID RUIZ LASTRA · INSUSTITUIABLE.COM

FUNCIONA EN CHATGPT · CLAUDE · GEMINI

Insustitu IA ble

El recorrido, en orden

01	Cargador de contexto	Da a la IA el punto de partida
02	Identificador de dolores	Qué le preocupa de verdad a tu cliente
03	Generador de ideas	30 ideas sin relleno
04	Filtro viral	Puntúa y descarta lo olvidable
05	Clasificador VNC	Viral, notable o comercial
06	Ángulo ganador	El enfoque más fuerte para una idea
07	Objetivo y CTA	Qué tiene que pasar al leerlo
08	Gancho inicial	Las dos primeras líneas
09	Arquitecto de estructura	Inicio, desarrollo y cierre
10	Escritor del cuerpo	Redacta con tu voz
11	Editor de ritmo y voz	Que suene a ti, no a máquina
12	Constructor de CTA	Cierres que mueven algo
13	Ensamblador final	Versión lista para publicar
14	Auditor prepublicación	Revisión antes de salir
15	Generador de variantes	Una idea, varias piezas

Cómo usarlos. Abre una conversación nueva y empieza por el 01: todo lo demás se apoya en él. Sigue el orden; cada prompt usa la respuesta del anterior. Rellena los **[corchetes]** con tu caso. Si la IA inventa un dato, un nombre o una cifra, pídele la fuente o quítalo. La IA propone; **tú revisas y decides**.

Insustitu IA ble

01 Cargador de contexto

Úsalo una vez al empezar. Es la ficha que la IA consultará en los 14 prompts siguientes.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Actúa como estratega de contenido con 10 años de experiencia ayudando a
profesionales y pequeños negocios a posicionarse en [LinkedIn / Instagram].

Vamos a crear mi ficha de contexto. Antes de proponer nada, necesitas conocerme.

Te adjunto: [mi perfil o bio en texto] y [3 publicaciones mías que funcionaron].
Si no adjunto nada, entrevístame: hazme las preguntas de una en una.

Hazme estas preguntas y espera mis respuestas:
1. A qué me dedico y qué vendo exactamente.
2. Quién es mi cliente ideal (cargo, sector, tamaño, situación).
3. Qué resultado concreto consigo para él.
4. Qué me diferencia de otros que hacen lo mismo.
5. Qué objetivo tiene mi contenido: alcance, confianza o conversación.
6. Tres temas de los que puedo hablar con autoridad.
7. Tres temas de los que no quiero hablar.
8. Cómo hablo: tres palabras que me describen y tres que nunca usaría.

Con mis respuestas, redacta mi FICHA DE CONTEXTO en menos de 250 palabras, con estos
apartados: Quién soy · Para quién · Qué consigo · Diferencia · Objetivo · Temas ·
Voz.

No inventes datos que no te haya dado. Si falta algo importante, pregúntamelo.
Termina diciendo: «Ficha guardada. Me basaré en ella en el resto de la
conversación».
```

CONSEJO Guarda la ficha en un documento. La pegarás al inicio de cada conversación nueva y te ahorrarás repetir todo esto.

Insustitu IA ble

02 Identificador de dolores

Para saber de qué hablar: lo que le quita el sueño a tu cliente, con sus palabras.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Usa mi ficha de contexto. Actúa como investigador de clientes.

Quiero entender qué le preocupa HOY a mi cliente ideal, con sus palabras, no con las mías.

Si puedes buscar en internet, revisa dónde habla mi cliente: comentarios en [LinkedIn / foros / reseñas / grupos] de mi sector, y captura su lenguaje real. Si no puedes buscar, básate en la ficha y dímelo.

Haz una lista de 15 dolores agrupados en 4 tipos:
· Urgentes: lo que le quita tiempo, dinero o tranquilidad esta semana.
· Crónicos: lo que lleva meses sin resolver y ya asume como normal.
· Errores: lo que hace mal sin saberlo.
· Deseos: lo que le gustaría conseguir y no sabe cómo.

Para cada dolor: una frase tal y como la diría él, y en qué parte de su día aparece.

Reglas:
· Separa síntoma de causa: si el síntoma es «no tengo tiempo», dime la causa.
· Nada genérico: «quiere más clientes» no vale. «No sabe qué decir cuando le piden presupuesto por WhatsApp», sí.
· Ordena cada grupo de más a menos frecuente y justifica el primero.

Al final: los 3 dolores sobre los que yo tengo más autoridad para hablar, según mi ficha.
```

CONSEJO Marca con un ✔ los dolores que has oído de verdad a clientes y tacha los que la IA se ha inventado. Esa lista limpia vale más que cualquier generador de ideas.

Insustitu IA ble

03 Generador de ideas

Cantidad, no calidad. Aquí se abre el embudo; los dos prompts siguientes lo cierran.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Usa mi ficha y la lista de dolores que acabamos de identificar.

Genera 30 ideas de publicaciones. Ahora quiero cantidad, no calidad. No filtres
todavía.

Mezcla estas fuentes, al menos 5 ideas de cada una:
· Mis historias y aprendizajes (están en la ficha).
· Situaciones reales con clientes, sin nombres ni datos que los identifiquen.
· Errores comunes de mi cliente ideal (de la lista de dolores).
· Opiniones impopulares sobre mi sector que yo pueda defender.
· Procesos paso a paso de algo que hago bien.
· Cosas que me preguntan siempre.

Formato: una tabla con número, idea en una frase, fuente y el dolor que toca.

Reglas:
· Cada idea es concreta: «Por qué dejé de hacer presupuestos cerrados» sí; «Consejos
de ventas» no.
· No repitas enfoque: si dos ideas se parecen, sustituye una.
· No inventes historias mías. Si usas una, tiene que estar en la ficha o
preguntármela.
```

CONSEJO Si las 30 te suenan a lo que ya has leído mil veces, el problema está en el 01 o el 02: vuelve atrás y añade detalle, no pidas «más originales».

Insustitu IA ble

04 Filtro viral

De 30 a 10. Puntúa con criterio y descarta lo que nadie va a parar a leer.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Ahora filtra las 30 ideas. Quiero publicaciones que lleguen lejos y atraigan a mi cliente ideal, no «me gusta» vacíos de colegas.

Puntúa cada idea del 1 al 5 en estos criterios:
· Relevancia: ¿le importa a mi cliente ideal o solo a gente de mi sector?
· Tensión: ¿tiene conflicto, sorpresa, giro o algo en juego?
· Alcance: ¿la entiende alguien de fuera de mi sector sin explicación previa?
· Autoridad: ¿puedo hablar de esto con ejemplos propios?
· Acción: ¿el lector puede hacer algo distinto después de leerla?

Devuélveme la tabla con las puntuaciones y la suma, ordenada de mayor a menor.

Después:
· Las 10 finalistas, con una línea explicando por qué pasan el corte.
· Las 5 que descartas con más pena y qué les falta para pasar.
· Si alguna idea puntúa alto en tensión pero bajo en autoridad, avísame: ese es el tipo de post que se vuelve en contra.

No cambies el texto de las ideas. Solo puntúa y ordena.
```

CONSEJO La columna que más ignora la gente es «Autoridad». Un post viral sobre algo que no dominas te trae público equivocado y preguntas que no sabes responder.

Insustitu IA ble

05 Clasificador VNC

Cada post tiene un trabajo: traer gente nueva, demostrar criterio o vender. No los tres a la vez.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Clasifica las 10 ideas finalistas según el tipo de publicación que mejor les sirve:

· V · Viralidad: llega a gente que no me conoce. Historias, opiniones, noticias del sector, creencias que se rompen. Objetivo: alcance.
· N · Nutrición: demuestra mi criterio y genera confianza. Enseña, explica, cuenta casos. Objetivo: que me vean como referente.
· C · Conversión: invita a dar un paso conmigo. Problema concreto, solución concreta, llamada clara. Objetivo: mensajes, consultas, ventas.

Para cada idea: letra, por qué, y qué pasaría si la forzara a otro tipo.

Después:
· Dime la proporción resultante. Si no se acerca a 4 V · 4 N · 2 C, propón qué idea cambiar o cuál sustituir por una del descarte del prompt anterior.
· Organiza las 10 en un calendario de [2 / 3] publicaciones por semana, alternando tipos. Nunca dos C seguidas.

Formato: tabla con fecha orientativa, idea, tipo y objetivo medible (alcance, guardados, comentarios o mensajes).
```

CONSEJO Si todo te sale «C», estás vendiendo en cada post y la gente deja de leerte. Si todo es «V», tienes público pero no clientes.

Insustitu IA ble

06 Ángulo ganador

A partir de aquí trabajamos una idea cada vez. La misma idea tiene cinco formas de contarse.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Vamos con esta idea del calendario: [pega la idea y su tipo: V, N o C].

Propón 5 ángulos distintos para contarla:
· Historia: un personaje (yo, un cliente anónimo), un momento de tensión y un desenlace.
· Contrario: lo que todo el mundo cree y por qué no es así.
· Error: lo que hace mal mi cliente ideal y lo que le cuesta.
· Antes y después: cómo cambia una situación con otro enfoque.
· Proceso: los pasos exactos para resolverlo, sin teoría.

Para cada ángulo:
· La primera frase tal como iría en el post.
· Qué sentiría el lector al leerla (curiosidad, reconocimiento, alivio, incomodidad).
· Un riesgo: por qué podría no funcionar con mi público.

Al final, recomienda uno y explica en dos líneas por qué encaja con el tipo (V, N o C) de esta publicación y con mi voz.

No escribas el post todavía. Solo los ángulos.
```

CONSEJO No elijas siempre «Historia». Es el que más gusta y el que más se desgasta. Alterna.

Insustitu IA ble

07 Objetivo y CTA

El brief de una página. Antes de escribir, decide qué tiene que pasar cuando alguien lo lea.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Con el ángulo elegido ([pega el ángulo]), define el objetivo de esta publicación antes de escribirla.

Dame un brief con:

1. Objetivo principal (solo uno): alcance, confianza, conversación o contacto.
2. Lector concreto: no «mi cliente ideal», sino la persona que está leyendo esto un martes a las 8 de la mañana en el móvil. Qué le pasa hoy.
3. Qué tiene que pensar al terminar, en una frase.
4. Qué tiene que sentir: una palabra.
5. Qué tiene que hacer: la acción exacta (comentar, guardar, enviárselo a alguien, escribirme, pinchar).
6. La señal de que ha funcionado: qué miraré a las 48 horas (comentarios de clientes, visitas al perfil, mensajes, guardados).
7. Qué NO debe pasar: por ejemplo, que solo comenten colegas del sector.

Reglas:
· Si el objetivo es «contacto», la acción tiene que ser una sola y fácil.
· Si el objetivo es «alcance», no pongas enlaces: matan la distribución.
· Si el brief y el tipo (V, N, C) no cuadran, dímelo antes de seguir.

Formato: lista numerada, máximo 150 palabras.
```

CONSEJO Un post sin brief acaba intentando hacer de todo y no hace nada. Esto son dos minutos y te ahorra reescribir tres veces.

Insustitu IA ble

08 Gancho inicial

Las dos primeras líneas deciden si alguien pulsa «ver más». Todo lo demás depende de esto.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Con la idea, el ángulo y el brief, escribe 10 ganchos para esta publicación.

El gancho es lo que se ve antes de «ver más»: unos 140 caracteres en el móvil, una o dos frases.

Reglas:
· Nunca empieces con una pregunta genérica («¿Te ha pasado que…?»).
· Primero la situación concreta del lector o un hecho; después el giro o la consecuencia.
· Sin adjetivos de relleno (increíble, brutal, clave). Sin emojis en el gancho.
· Sin «Hoy os quiero hablar de…» ni «En este post…».
· Cada gancho con una mecánica distinta: contraste, número concreto, confesión, frase a medias, dato inesperado, orden directa, diálogo, consecuencia, error, antes/después.

Formato: tabla con número, gancho, mecánica y a qué tipo de lector llama la atención.

Después:
· Marca los 3 mejores y explica en una línea por qué.
· Avisa si alguno promete algo que el cuerpo del post no va a cumplir.
```

CONSEJO Lee los ganchos en voz alta. Si no dirías esa frase a un cliente en la cafetería, no la pongas.

Insustitu IA ble

09 Arquitecto de estructura

El esqueleto antes de la redacción. Así el post no se desinfla a mitad.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Con el gancho que elegí ([pega el gancho]), diseña la estructura del post. No lo escribas todavía.

Elige la estructura según el tipo:
· V (historia u opinión): gancho → contexto en dos líneas → tensión → giro → enseñanza → conexión con la vida del lector.
· N (enseñanza): gancho → el problema → por qué falla lo habitual → la idea clave → cómo aplicarla en 3 pasos → cierre.
· C (conversión): gancho → situación concreta del lector → lo que le cuesta → qué hago yo distinto → prueba (caso, dato) → una sola llamada a la acción.

Devuélveme:
· Un esquema por bloques: nombre del bloque, qué dice (una línea) y cuántas líneas ocupará.
· Dónde va el momento de máxima tensión o el dato más fuerte: nunca al final, nunca en el primer tercio.
· Dónde irá el salto de línea que invita a seguir leyendo.
· Longitud total objetivo: entre [800 y 1.300] caracteres.

Reglas:
· Un solo mensaje por post. Si el esquema tiene dos ideas, elimina una y dime cuál.
· Nada de «en conclusión» ni resúmenes finales.
```

CONSEJO Si el esquema necesita más de 1.500 caracteres, no es un post: es un carrusel o dos posts. El prompt 15 te lo convierte.

Insustitu IA ble

10 Escritor del cuerpo

Ahora sí: el texto. Con tu voz y con la estructura, sin gancho ni cierre.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Escribe el cuerpo del post siguiendo la estructura, sin el gancho y sin el cierre (van aparte).

Usa la voz de mi ficha: [pega el apartado «Voz» de la ficha].

Reglas de redacción:
· Prosa que fluye. Agrupa en el mismo párrafo las frases de la misma idea, en bloques de 2 o 3 frases. Cambia de párrafo cuando cambia la idea o hay un golpe de énfasis. Nunca una frase por línea.
· Frases cortas y concretas. Si una frase necesita una coma y un «que», pártela.
· Un ejemplo real por cada afirmación. Sin ejemplo, la afirmación sobra.
· Verbos de acción, presente, segunda persona cuando hables al lector.
· Prohibido: «en el mundo actual», «sin duda», «es fundamental», «clave», «potenciar», «no es solo X, es Y», listas con emojis, hashtags en el cuerpo.
· Nada de datos o cifras que no te haya dado yo. Si necesitas uno, pon [DATO] y lo busco.

Longitud: la del esquema.

Antes de entregar, revisa: ¿cada párrafo hace avanzar el post o se podría quitar sin que se note? Quita lo que sobre.
```

CONSEJO El primer borrador siempre sale más largo de lo que hace falta. Pide «recórtalo un 25 % sin perder ningún ejemplo» y mejora casi siempre.

Insustitu IA ble

11 Editor de ritmo y voz

Un buen editor no reescribe: afina. Aquí se quita lo que suena a máquina.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Ahora edita el cuerpo como lo haría un buen editor. No lo reescribas desde cero: mejora lo que hay.

Revisa en este orden:

1. Ritmo: alterna frases largas y cortas. Ningún párrafo de más de 3 frases. Una o dos frases de impacto en todo el post, no más.
2. Voz: compáralo con mi ficha y con mis publicaciones de ejemplo. Cambia las palabras que yo no usaría. Si una frase la podría firmar cualquiera, personalízala con un detalle mío.
3. Señales de inteligencia artificial: elimina tríos de adjetivos, paralelismos forzados («no es X, es Y»), frases que empiezan igual, cierres grandilocuentes, y cualquier «sin embargo», «además» o «en definitiva» que no haga falta.
4. Claridad: cada frase con un solo sujeto y una sola idea. Si hay jerga de mi sector, decide si el lector la entiende; si no, cámbiala o explícala en tres palabras.
5. Verdad: marca entre corchetes cualquier afirmación que yo deba comprobar antes de publicar.

Devuélveme:
· El texto editado.
· Debajo, una lista de los 5 cambios más importantes y por qué.

No añadas contenido nuevo. Solo mejora el que hay.
```

CONSEJO Después de este paso, léelo tú en voz alta una vez. Donde te trabes, hay algo que cortar.

Insustitu IA ble

12 Constructor de CTA

El cierre es la única parte del post que pide algo. Que pida una sola cosa.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Escribe el cierre del post según el brief del prompt 07. Dame 3 versiones:

· Pregunta: invita a responder con su experiencia, no con un «sí» o un «no». Nada de preguntas genéricas («¿Y tú qué opinas?»).
· Reflexión: una última frase que conecte la enseñanza con la vida del lector y se quede en la cabeza. Sin moraleja.
· Siguiente paso: una invitación clara a [lo que ofrezco: recurso gratuito, llamada, mensaje privado, enlace en comentarios]. Una sola acción, dicha con naturalidad, sin presión.

Reglas:
· Máximo 2 líneas cada cierre.
· Si el objetivo del brief es alcance, descarta la versión «Siguiente paso» y dime por qué.
· Si el objetivo es contacto, la versión «Siguiente paso» tiene que decir exactamente qué hacer y qué recibirá a cambio.
· Nada de «¡Comparte si te ha gustado!» ni «Sígueme para más».

Para cada versión: qué tipo de respuesta provocará y de quién (clientes potenciales o colegas del sector).

Recomienda una y justifícalo con el brief.
```

CONSEJO La mecánica «comenta X y te lo envío» funciona, pero solo si de verdad lo envías a todos en menos de 24 horas. Si no puedes, pon el enlace y ya.

Insustitu IA ble

13 Ensamblador final

Gancho + cuerpo editado + cierre. Una sola pieza, con el formato exacto de la red.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Une todo en la versión final:
· Gancho elegido: [pégalo si lo cambiaste].
· Cuerpo editado (el del prompt 11).
· Cierre elegido.

Revisa las costuras:
· Que el paso del gancho al cuerpo sea natural: la primera frase del cuerpo responde a lo que el gancho promete.
· Que el paso del cuerpo al cierre no sea brusco. Ajusta solo las frases de unión, nada más.
· Que el post cumpla lo que el gancho promete. Si no, cambia el gancho, no el cuerpo.

Formato listo para [LinkedIn / Instagram]:
· Texto plano, sin asteriscos, sin negritas, sin markdown.
· Una línea en blanco entre párrafos.
· Sin emojis, salvo que mi ficha diga lo contrario.
· Hashtags: ninguno en LinkedIn; en Instagram, 3 al final.

Comprueba la longitud: entre [800 y 1.300] caracteres. Dime la cifra exacta.

Entrega el post final y, aparte, una lista de 3 cosas que debo comprobar yo antes de publicar (datos, nombres, promesas).
```

CONSEJO Copia el texto a las notas del móvil y míralo ahí. Es como lo verá el 80 % de tu público.

Insustitu IA ble

14 Auditor prepublicación

Un segundo par de ojos exigente. Antes de publicar, no después.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Antes de publicar, audita el post final como un editor exigente que no lo escribió.
Olvida que lo hemos trabajado juntos.

Puntúa del 1 al 10 y justifica en una línea:
· Gancho: ¿da ganas de pulsar «ver más»? ¿Deja una curiosidad abierta?
· Claridad: ¿se entiende a la primera, sin conocer mi sector?
· Una sola idea: ¿el post va a un solo sitio?
· Valor: ¿el lector se lleva algo útil aunque nunca me contrate?
· Voz: ¿suena a mí o a una máquina? Cita la frase que más suena a máquina.
· Verdad: ¿hay alguna afirmación, cifra o promesa que no pueda sostener?
· Cierre: ¿pide una sola cosa y es fácil de hacer?
· Riesgo: ¿algo que pueda ofender, malinterpretarse o volverse en mi contra?

Después:
· Nota global y veredicto: PUBLICAR / RETOCAR / REHACER.
· Si es RETOCAR: los 3 cambios concretos, con el texto propuesto.
· Si es REHACER: a qué prompt del proceso hay que volver y por qué.

No seas amable. Sé útil.
```

CONSEJO Si te da 9 en todo, desconfía: pídele que lo lea como tu cliente más escéptico y repita la auditoría.

Insustitu IA ble

15 Generador de variantes

Un post que funciona es materia prima. Sácale cuatro piezas más sin repetirte.

PROMPT · COPIAR Y PEGAR

```
Este post [funcionó bien / quiero aprovecharlo más]: [pega el post].
Sácale más partido sin repetirlo. Dame:

1. Tres ganchos alternativos para volver a publicarlo dentro de 6 a 8 semanas, con un ángulo distinto cada uno (de los 5 del prompt 06).
2. El mismo mensaje desde otro ángulo, como post completo: si el original era historia, ahora proceso; si era proceso, ahora error.
3. Una versión corta de menos de 500 caracteres: solo la idea y una frase de cierre.
4. Un guion de carrusel de 6 a 8 diapositivas: título y texto de cada una (máximo 20 palabras por diapositiva), con la portada como gancho y la última como cierre.
5. Un guion de vídeo de 30 a 45 segundos: gancho hablado en los 2 primeros segundos, desarrollo y cierre, con el texto en pantalla de cada bloque.

Reglas:
· Mantén mi voz y la idea central. Cambia la forma, no el fondo.
· Nada de datos nuevos que no estén en el original.
· Cada pieza tiene que funcionar sola, sin haber leído el post.

Formato: cada pieza bajo su título, en texto plano, lista para copiar.
```

CONSEJO Repite esto con tus 3 mejores posts de los últimos 6 meses y tienes el contenido de un mes sin una sola idea nueva.

Insustitu IA ble

¿Quieres los otros 81?

Estos 15 son la categoría de creadores. En la biblioteca hay 96 prompts gratis en 32 categorías: correo, ventas, Excel, reuniones, clientes, finanzas, legal y más.

insustituiable.com/prompts

Y si quieres aprender el proceso completo, de la idea a la publicación, con vídeo y ejercicios, el curso **Creador IA** está en la web. Puedes probar dos lecciones gratis sin registrarte.

La IA no te va a sustituir. Alguien que sepa usarla, sí.

© 2026 INSUSTITUIABLE · APRENDE. APLICA. REVISA.