

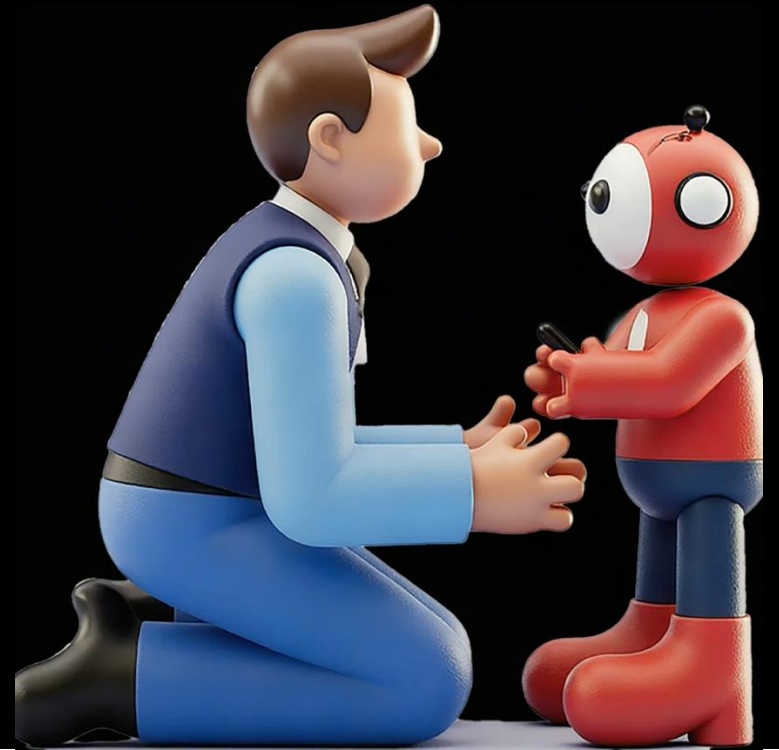
Boletín del trabajador: Curso de prompting

- La IA es parte clave de nuestro flujo.
- Un buen prompt mejora calidad y ahorra tiempo.
- Objetivo del curso: aprender a pedirle mejor a la IA.



¿Qué es un prompt?

- Es una instrucción clara para la IA.
- El resultado depende 100% de cómo lo pedimos.



Estructura de un buen prompt

1. Contexto
2. Objetivo
3. Formato
4. Reglas





Contexto útil

- Cliente, objetivo, audiencia.
- Evitar información irrelevante.

Objetivo claro

- Decir exactamente qué se necesita.
- Evitar vaguedades como 'haz algo cool'.





Formato del resultado

- Define la forma de entrega.
- Ejemplo: 3 copys, máximo 18 palabras, lista numerada.

Reglas y tono

- Especifica qué evitar (clichés, tecnicismos).
- Ajustar el tono según el cliente.
(formal, irreverente, amigable)





Iteración

- Pide mejoras puntuales.
- No empieces desde cero cada vez.

Prompt Malo (vago)

“Haz algo impactante para redes sobre nuestro servicio, termina con un CTA poderoso”

Problemas:

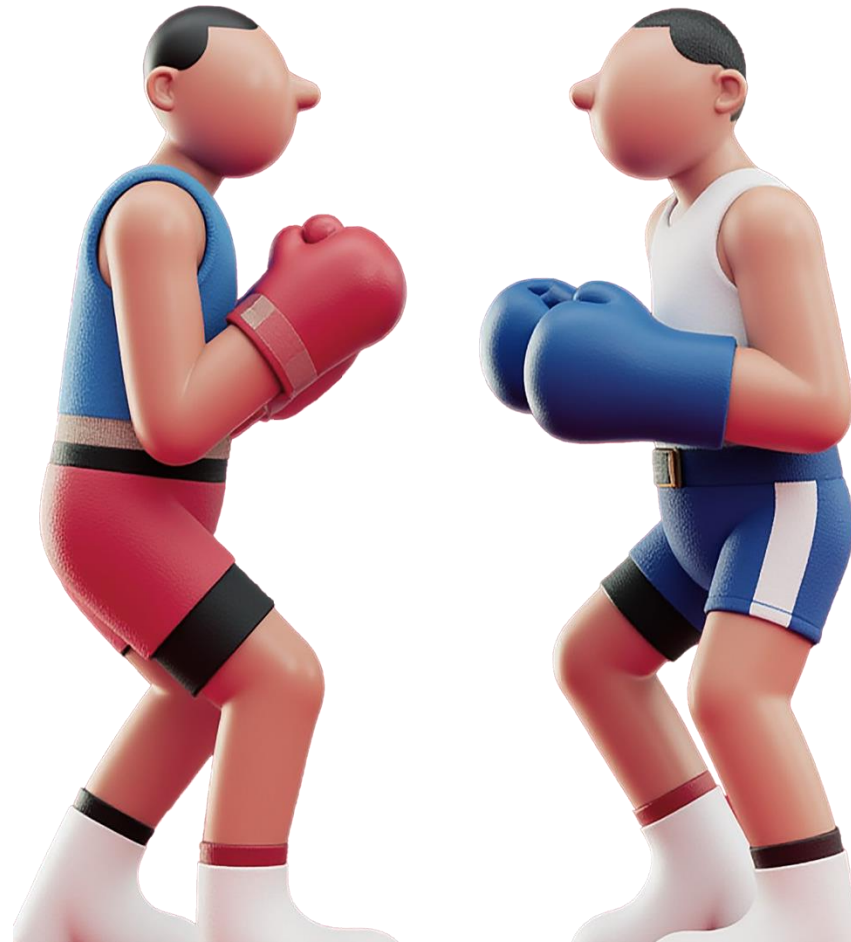
No dice qué cliente

No define objetivo

No especifica plataforma

No tiene tono, formato ni reglas

Resultado: 100% improvisado



Prompt Bueno (claro y usable)

“Actúa como redactor creativo de RC Farías. Genera 3 copys para Instagram sobre el nuevo servicio ____ de GMF, tono claro y profesional, máximo 18 palabras cada uno, en formato tarjetas de carrusel.”

Fortalezas:

Define rol (“redactor creativo”)

Menciona cliente (GMF)

Especifica objetivo (comunicar nuevo servicio)

Indica plataforma (Instagram)

Da formato (3 copys, lista numerada)

Da límite (18 palabras)

Define tono (claro y profesional)

ESTRUCTURA DE PROMPT PARA PUBLICACIONES RC

1. Formato deseado

Carrusel
Reel
Caption
Post estático



2. Tema central o insight clave

Enfoque de la publicación claro, por ejemplo:

ROI en eventos B2B

Diferencia entre agencia y consultora

Tendencia de gamificación (BTL, data, estrategia, etc.)



3. Narrativa

- Comparativa (Ej: "Agencia vs Consultora")
- Documental (caso de éxito, expansión)
- Datos + reflexión (problema solución)
- Manifiesto o postura (Reflexión que inspira)



4. Reglas: Datos o elementos que debe incluir

Frases clave o posicionamiento

ej: "hacemos marketing con razón y corazón"

Valores o metodología

ej: Performance Loop, cultura de la data, expansión regional

CTA claro (en texto y en imagen/video si aplica)

Tono profesional pero cercano



5. Hashtags orientados a alcance + posicionamiento

#RCFarías

#PerformanceLoop

#MarketingB2B

•#BrandExperience

[Otros específicos según país, cliente o tipo de contenido]



6. Restricciones o estilo de marca

Siempre hablar en **primera persona** (nunca decir "RC Farías es" sino "hacemos", "ejecutamos")

Evitar lenguaje sobrevendido o cliché

Incluir racional estratégico, no solo inspiración

Tono profesional pero cercano



Ejemplo

Necesitamos crear un reel para redes sociales sobre el evento “Oracle Data AI Forum” que ejecutamos en Costa Rica. El contenido debe mostrar este caso como un hito regional para RC Farías. Queremos resaltar que fue un evento de nivel internacional, diseñado para una audiencia de alta exigencia (presidentes y gerentes del sector financiero), y que cumplimos con las expectativas del cliente gracias al trabajo conjunto con la red Constellation. El tono debe ser estratégico, profesional y con narrativa de storytelling (mostrar cómo lo hicimos posible). En el video deben mencionarse frases clave como: “Un evento de nivel internacional”, “Gracias a la red Constellation lo hicimos posible”, y cerrar con un CTA: “Seguimos activando la región con visión estratégica”. Queremos que se note que no solo ejecutamos, sino que entendimos el contexto local, mantuvimos el estándar global y lo hicimos como equipo. Incluir en el caption un cierre tipo: “¿Tu marca necesita ejecutar en nuevos mercados? Hablemos.” Evitar hablar en tercera persona. Hablar siempre como ‘nosotros’. Los hashtags deben estar enfocados en alcance orgánico y en tendencia en la industria: #EventMarketing #BTLMarketing #MarketingB2B #BrandExperience #ExperientialMarketing #LiveMarketing #MarketingLatam #EventosCorporativos #AgenciaCreativa #EstrategiaDeMarketing #RCFarias #PerformanceLoop



Formato



Tema



Narrativa



Reglas



Restricciones



Hashtags



Recuerden amigos, hacer Prompts es como hacer Pancakes: el primero sale mal, pero los que siguen van saliendo mejor.

