P1

Contexto de marca

«Plantilla 1 · siete bloques»

Masterclass · Sesión 01 · martes 27 de octubre de 2026 · Refactika

Se monta una vez y se usa en cada encargo. Sale de lo que tu negocio ya tiene escrito. Si un dato no está en el bloque 4, no se dice. Esta guía explica cada bloque y trae los prompts para rellenarlo con una IA; la plantilla en blanco está en el archivo de texto que la acompaña.

PLANTILLA 1 · CONTEXTO DE MARCA

Cómo se usa

Siete bloques en un archivo de texto. Lo que lleva cada uno, de dónde sale y cómo se rellena en una tarde con los prompts del directo.

BLOQUE	QUÉ LLEVA	DE DÓNDE SALE	CÓMO SE RELLENA
1 · Quiénes somos y qué vendemos	Qué vendes, precio, dónde, horario, cómo se pide. Lo que te diferencia y se puede comprobar. Lo que no haces.	Web, hoja de servicios	A mano, media hora
2 · A quién hablamos	Tres a cinco segmentos con sus palabras y su reseña o pregunta. Cómo hablan ellos. Quejas que se repiten.	Reseñas, encuestas, preguntas	Prompt P02 + corrección a mano
3 · Cómo hablamos	Rasgos de tono con frase literal. Fórmulas propias. Prohibidas con su porqué.	Tres piezas aprobadas y sus cambios	Prompt P03 + dos prohibidas a mano
4 · Datos verificados	Lo único que se puede afirmar, con fuente y fecha. Lo que no tenemos y no se dice.	Web, precios, norma	Prompt P04 + la línea final a mano
5 · Canales y formatos	Por canal: longitud, estructura, un cierre, lo que no lleva.	Lo que ya publicas	A mano
6 · Ejemplos	Tres buenas y tres malas, con el porqué en una frase.	Lo aprobado y sus borradores	A mano: pega las piezas
7 · Qué no hacemos nunca	Frases concretas buscables en un texto: legal, competencia, promesas, miedo y prisa, datos personales.	Quien aprueba	A mano, con quien firma

Antes de empezar

- Reúne las fuentes en archivos de texto: `web.md`, `piezas_aprobadas.md`, `servicios_y_precios.md`, `resenas.csv` (R01, R02…), `preguntas.md` (P1, P2…).
- **Quita nombres y datos de contacto** de reseñas y conversaciones antes de pegarlos en ninguna IA.
- Guarda la plantilla en blanco como `contexto_de_marca.md`. Un proyecto en ChatGPT, Claude o Copilot con los seis archivos y las instrucciones de la página siguiente.
- Un bloque propuesto en el chat no es un bloque hecho: solo cuenta cuando está pegado en el archivo y el archivo está subido.

> **Si no está en el bloque 4, no se dice.**

PARA RELLENAR LOS BLOQUES Y PARA REDACTAR DESPUÉS

Las instrucciones del proyecto

Para construir el contexto (el proyecto que viste en directo como «Bramar · en directo»):

Instrucciones del proyecto · construir el contexto

```
Este proyecto sirve para construir paso a paso el contexto de marca de [TU MARCA] y
redactar piezas de marketing a partir de él. Escribe en español de España.

ARCHIVO DE TRABAJO
contexto_de_marca.md contiene siete bloques. Los marcados [VACÍO] se completarán
durante el trabajo. No los rellenes por iniciativa propia.
Los otros archivos son fuentes: web.md, piezas_aprobadas.md, servicios_y_precios.md,
resenas.csv y preguntas.md.
Si no puedes leer un archivo necesario, indícalo. No respondas como si lo hubieras
consultado.

CUANDO TE PIDA CONSTRUIR UN BLOQUE
Lee el contexto actual y las fuentes que indique el encargo. Devuelve únicamente el
bloque solicitado, con su título y listo para copiar al archivo.
Distingue los datos expresos de las interpretaciones. No conviertas una reseña, una
opinión o una deducción en una promesa comercial.
Para el bloque 4, identifica la fuente de cada afirmación. No inventes precios,
descuentos, características, resultados, disponibilidad ni afirmaciones legales. Si
las fuentes se contradicen, señala la discrepancia y pide aclaración.
Proponer un bloque en el chat no significa que el archivo esté actualizado. Solo
considera incorporados los cambios cuando aparezcan en la versión del archivo que te
proporcione.

CUANDO TE PIDA REDACTAR UNA PIEZA
Lee completo contexto_de_marca.md y aplica los bloques disponibles: identidad y oferta
del bloque 1; público y objeciones del bloque 2; voz y vocabulario del bloque 3;
afirmaciones permitidas del bloque 4; formato, longitud y llamadas a la acción del
bloque 5; ejemplos del bloque 6; límites del bloque 7.
No rellenes los bloques vacíos con suposiciones. Si falta un dato imprescindible, haz
una pregunta concreta. Si no impide redactar, entrega un borrador y señala brevemente
la limitación fuera de la pieza.
Si el encargo contradice el contexto, pide aclaración antes de aplicar el cambio.

ANTES DE ENTREGAR
Revisa datos, tono, longitud, formato y llamada a la acción. Corrige los
incumplimientos.
Entrega solo el bloque o las piezas solicitadas, sin introducciones ni explicaciones
innecesarias. Las piezas son borradores para revisión humana: no publiques ni envíes
nada.
```

Cuando el contexto esté hecho, para redactar piezas en el día a día bastan estas, con solo `contexto_de_marca.md` dentro:

Instrucciones del proyecto · redactar piezas

```
Eres quien redacta las piezas de marketing de [TU MARCA].

Antes de escribir nada, lee entero contexto_de_marca.md. Es el contexto de marca de
[TU MARCA] en siete bloques y manda sobre cualquier otra cosa:
- Escribe con el tono, las palabras y las prohibiciones del bloque 3.
- Afirma solo lo que está en el bloque 4. Si un encargo necesita un dato que no está,
no lo pongas y márcalo así: [FALTA: qué dato].
- Respeta las longitudes, la estructura y los cierres del bloque 5 para cada canal.
- Imita los ejemplos buenos del bloque 6 y evita lo que tienen los malos.
- No hagas nada de lo que prohíbe el bloque 7.

Entrega las piezas listas para publicar, una detrás de otra, con un título corto por
pieza y sin explicaciones antes ni después.
```

TAL CUAL SE USARON EN EL DIRECTO, CON TU MARCA

Los prompts

P02 · bloque 2 · A quién hablamos Chat nuevo en el proyecto

```
Vamos a rellenar el bloque 2 · A quién hablamos de contexto_de_marca.md.

Lee enteros resenas.csv y preguntas.md. No imagines al cliente: quiero lo que los
clientes ya han dicho.

Dame:
1. Entre tres y cinco segmentos. Para cada uno: quién es, qué le duele y qué
objeciones pone, con sus palabras entre comillas y el identificador de la reseña
(R01…) o de la pregunta (P1…) de la que sale.
2. Cómo hablan ellos: las palabras y expresiones que usan, tal cual las dicen.
3. Las quejas que se repiten.

Devuelve solo el bloque, con su título y listo para pegar en la plantilla. Máximo 350
palabras.
```

Está terminado cuando…

- Cada segmento lleva su R.. o P..
- Objeciones con las palabras del cliente, entre comillas.
- Corrección a mano: fuera lo que no tenga respaldo; una paráfrasis cambiada por la frase literal.

P03 · bloque 3 · Cómo hablamos Mismo chat

```
Ahora el bloque 3 · Cómo hablamos.

Lee entero piezas_aprobadas.md: las tres piezas, los cambios que se pidieron antes de
aprobarlas y las notas de quien las aprobó.

Dame:
1. El tono, en rasgos. Nada de adjetivos sueltos: cada rasgo con una frase literal de
las piezas que lo demuestre.
2. Las palabras y fórmulas propias de la marca.
3. Una lista de palabras y expresiones prohibidas, deducida de lo que se quitó antes
de aprobar, cada una con su porqué y con lo que decimos en su lugar.

Devuelve solo el bloque, con su título y listo para pegar en la plantilla. Máximo 300
palabras.
```

Está terminado cuando…

- Cada rasgo con una frase literal; sin adjetivos sueltos.
- Prohibidas con su porqué y lo que decimos en su lugar.
- Corrección a mano: dos prohibidas que la IA no puede saber.

P04 · bloque 4 · Datos verificados Mismo chat

```
Ahora el bloque 4 · Datos verificados: lo que podemos afirmar en cualquier pieza.
Sácalo de web.md y de servicios_y_precios.md.

Organízalo así:
1. Una frase de posicionamiento, de una línea, con lo que nos hace distintos, lista
para la portada de la web y para los anuncios.
2. La campaña en marcha: fechas, precio, qué incluye, duración, dónde y cómo se pide.
3. Los datos del negocio que más vamos a usar.
4. Normativa que afecte al producto, con su fuente y su fecha.
5. Prueba social y reputación, para usar en anuncios.

Cada dato con la fuente de la que sale. Devuelve solo el bloque, con su título y listo
para pegar en la plantilla. Máximo 400 palabras.
```

Está terminado cuando…

- Cada dato con su fuente.
- Ningún superlativo, ranking, nota media ni comparación que no esté en una fuente.
- La norma, con fuente oficial y fecha, o fuera.
- A mano, la última línea:

La última línea del bloque 4 (adáptala a lo que no tengáis) En el editor

```
No tenemos puntuación media, ranking, premios, porcentaje de ahorro ni comparación con
otras tiendas: no se dice.
```

P05 · comprobación, tras guardar y subir el archivo Chat nuevo

```
Lee entero contexto_de_marca.md y dime, en una línea por bloque, qué hay en cada uno
de los siete. Si alguno sigue vacío, dímelo.
```

PARA RELLENAR A MANO

Bloque 1 · Quiénes somos y qué vendemos

Marca

Versión y fecha

Quién lo aprueba

Quién lo mantiene

Qué vendemos, a qué precio, dónde y en qué horario

Cómo se compra o se pide cita

Lo que nos diferencia y se puede comprobar en una fuente (no vale «trato cercano», «profesionales» ni «calidad»)

Lo que no hacemos, dicho igual de claro

SALE DE LAS RESEÑAS Y DE LAS PREGUNTAS, NO DE LA IMAGINACIÓN

Bloque 2 · A quién hablamos

SEGMENTO	QUIÉN ES	QUÉ LE DUELE	OBJECIONES, CON SUS PALABRAS	DE DÓNDE SALE

Cómo hablan ellos (sus palabras, no las nuestras)

Quejas que se repiten (se conocen; no se niegan ni se promete lo contrario)

DE LAS PIEZAS APROBADAS, NO DE LOS ADJETIVOS

Bloque 3 · Cómo hablamos

RASGO DE TONO	FRASE LITERAL DE UNA PIEZA APROBADA QUE LO DEMUESTRA

Palabras y fórmulas propias

NO DECIMOS	POR QUÉ	DECIMOS

LO ÚNICO QUE SE PUEDE AFIRMAR. CADA DATO CON SU FUENTE Y SU FECHA

Bloque 4 · Datos verificados

DATO QUE SE PUEDE DECIR	FUENTE	FECHA

Lo que no tenemos y, por tanto, no se dice (puntuación media, ranking, premios, porcentaje de ahorro, comparación con otros…)

CANALES, EJEMPLOS Y LO QUE NO HACEMOS NUNCA

Bloques 5, 6 y 7

5 · Canales y formatos

CANAL	LONGITUD	ESTRUCTURA	CIERRE (UNA SOLA LLAMADA A LA ACCIÓN)	LO QUE NO LLEVA

6 · Ejemplos

	PIEZA (O ENLACE)	POR QUÉ ES BUENA O MALA, EN UNA FRASE
Buena 1		
Buena 2		
Buena 3		
Mala 1		
Mala 2		
Mala 3		

7 · Qué no hacemos nunca (frases concretas, no principios)

Legal y normativa

Competencia (ni comparaciones ni superlativos)

Promesas que nos comprometen

Miedo y prisa

Datos personales

Para guardarlo Para guardarlo: en ChatGPT, un proyecto con este archivo y unas instrucciones que digan «antes de escribir nada, lee entero el contexto; afirma solo lo del bloque 4; si falta un dato, márcalo como [FALTA: qué dato]». En Claude o Copilot, lo mismo. Cada encargo de tu marca empieza ahí.

EL PROGRAMA DE REFACTIKA

Apúntate al programa de IA aplicada a Marketing de Refactika

Cuatro o cinco meses, online, con sesiones en vivo y diez retos corregidos por un mentor con nombre. Empieza donde acaba esta masterclass.

refactika.com/l/cursos/ia-marketing