



AI AGENT FOR ME

Los 50 prompts indispensables

para automatizar tu negocio con Muse — copia, pega y deja que tu agente de IA haga el trabajo

GUÍA GRATIS · [AIAGENTFORME.COM](https://aiagentforme.com)

AI Agent For Me es una guía independiente. Sin afiliación ni respaldo de Meta. Muse es un producto de Meta.



De AI Agent For Me — tu guía independiente de Muse para negocios pequeños

Antes de empezar

Qué es Muse

Muse es el agente de inteligencia artificial de Meta. No es un chatbot más para conversar: es un asistente al que le **pides tareas concretas** y él las trabaja por ti. Puede investigar en la web, redactar mensajes y correos, crear el contenido de tus redes sociales, organizar listas y agendas, resumir documentos largos, comparar precios de proveedores y ayudarte a planificar la semana.

Piénsalo así: tú eres el dueño y pones el criterio; Muse hace el trabajo pesado de escribir, buscar y ordenar. En este documento tienes las 50 instrucciones —los prompts— que más tiempo le ahorran a un negocio pequeño: barberías, food trucks, servicios de limpieza, contratistas, realtors, salones de belleza y tiendas como la tuya.

Aviso importante: AI Agent For Me es una guía independiente. Este documento no es oficial y no tiene afiliación ni respaldo de Meta. Muse es un producto de Meta.

Cómo usar estos prompts

1. **Copia** el prompt tal cual está escrito.
2. **Reemplaza** todo lo que va entre [corchetes] con los datos de tu negocio: tu ciudad, tus servicios, tus precios.
3. **Pégalo** en Muse y, si el resultado no te convence, pide el ajuste en palabras simples: «más corto», «más formal», «ahora en inglés», «con más energía».
4. **Revisa siempre** antes de enviar o publicar. Muse es rapidísimo, pero el que conoce a tus clientes, tus precios y tu palabra eres tú. Nada de lo que recibas debe salir sin tu visto bueno.

Las 10 secciones siguen el orden de un día normal en tu negocio: vender, responder, publicar, atender, cobrar y decidir.

1. Ventas y seguimiento de clientes

1. El seguimiento que no suena a acoso

Sirve para: retomar a un cliente que pidió información y dejó de responder.

Actúa como mi asistente de ventas. Un cliente me pidió información sobre [servicio o producto] hace [número] días y no volvió a responder. Escríbeme un mensaje corto y amable para WhatsApp que le recuerde su interés, le dé un dato útil sobre [beneficio principal] y termine con una pregunta fácil de contestar. Sin presión y sin sonar a venta desesperada.



Hazlo en [español/inglés].

Recibes: un mensaje listo para copiar y enviar en menos de un minuto.

2. El resumen antes de llamar a un cliente

Sirve para: llegar preparado a una llamada o reunión con un cliente potencial.

Voy a hablar con [nombre del cliente o del negocio], que podría contratarme para [servicio]. Busca en la web lo que encuentres sobre su negocio y prepárame un resumen breve: qué hace, qué señales hay de que necesita mi servicio y 3 preguntas buenas para abrir la conversación.

Recibes: una ficha corta con el contexto y las preguntas listas.

3. La respuesta a «¿cuánto cuesta?»

Sirve para: contestar la pregunta más común sin regalar tu trabajo ni espantar al cliente.

Un cliente me acaba de preguntar por WhatsApp cuánto cuesta [servicio]. Todavía no sé [dato que falta: el tamaño, la distancia, la cantidad]. Escríbeme una respuesta amable que explique de qué depende el precio, dé un rango honesto de [precio mínimo] a [precio máximo] si aplica, y pida exactamente el dato que necesito para darle el precio exacto.

Recibes: una respuesta profesional que mantiene viva la conversación.

4. Reactiva a tus clientes dormidos

Sirve para: recuperar clientes que compraron una vez y no volvieron.

Aquí tienes una lista de clientes que no me compran desde hace más de [número] meses: [pega tu lista]. Ordénalos empezando por los que más valdría la pena contactar y escríbeme un mensaje corto de reactivación para WhatsApp, con una razón real para volver: [una novedad, la temporada, un servicio nuevo]. Nada de descuentos inventados.

Recibes: la lista priorizada y el mensaje listo para enviar.

5. Tu explicación de ventas en 30 segundos

Sirve para: responder «¿y tú a qué te dedicas?» de forma que la gente entienda y recuerde.

Tengo un negocio de [tipo de negocio] en [ciudad]. Mi cliente típico es [describe a tu cliente] y lo que más valora de mí es [tu ventaja: la rapidez, el precio justo, la garantía, el trato]. Escríbeme una explicación de 30 segundos, en lenguaje sencillo, que sirva para decirla en persona y como primer mensaje en WhatsApp. Que suene a persona, no a comercial de televisión.

Recibes: tu presentación corta, lista para memorizar y reutilizar.



2. WhatsApp y mensajes a clientes

6. Respuestas rápidas para las preguntas de siempre

Sirve para: dejar de escribir lo mismo veinte veces al día.

En mi negocio de [tipo de negocio] los clientes preguntan siempre lo mismo. Prepárame respuestas rápidas, cortas y listas para pegar, para estas preguntas: los precios de [servicio principal], el horario [tu horario], la zona que cubro [tu zona], cómo se reserva y cuánto es el tiempo de espera. Tono amable y directo, en español y en inglés.

Recibes: tu banco de respuestas para guardar en WhatsApp Business.

7. El saludo 24/7

Sirve para: que ningún mensaje quede sin respuesta, aunque estés ocupado o sea de madrugada.

Escríbeme el mensaje de bienvenida de mi WhatsApp Business para [nombre del negocio]. Debe saludar con cercanía, decir que normalmente respondemos en [tiempo estimado], mencionar que ofrecemos [servicios principales] en [ciudad o zona] y hacer UNA pregunta que me ayude a atender mejor, por ejemplo: «¿Qué servicio necesitas?». Máximo 4 líneas, en español.

Recibes: el texto de tu saludo automático, listo para configurar.

8. La confirmación que deja todo claro

Sirve para: evitar confusiones de fecha, lugar y precio después de una reserva o una compra.

Un cliente acaba de reservar [servicio] para el [fecha] a las [hora], por [precio], en [lugar]. Escríbeme el mensaje de confirmación para enviarle: incluye el resumen de todo en líneas cortas, qué debe traer o preparar ([dato]) y cómo avisarme si necesita cambiar la cita. Que quede tan claro que no haya que repetirlo.

Recibes: tu plantilla de confirmación, reutilizable con cada cliente.

9. El recordatorio que sí funciona

Sirve para: que el cliente no olvide su cita y llegue a tiempo.

Escríbeme un recordatorio para enviar por WhatsApp el día antes de la cita de [servicio], el [fecha] a las [hora]. Debe ser breve, confirmarle [el lugar o punto de encuentro], decirle cuánto dura aproximadamente ([duración]) y pedirle que responda Sí para confirmar, o que me avise si necesita mover la cita.



Recibes: el recordatorio listo, con la confirmación incorporada.

10. El cierre amable después del servicio

Sirve para: terminar cada trabajo con buena impresión y la puerta abierta para la próxima vez.

Acabo de terminar [servicio] para un cliente. Escríbeme un mensaje de cierre para WhatsApp: agradece su confianza, menciona un consejo breve de cuidado o mantenimiento relacionado con [servicio], y sugiere cuándo convendría la próxima visita o revisión ([plazo]). Sin vender con presión.

Recibes: tu mensaje de cierre, listo para pegar tras cada servicio.

3. Redes sociales que se publican solas

11. Tu semana de contenido en 10 minutos

Sirve para: no quedarte nunca sin saber qué publicar.

Soy dueño de un negocio de [tipo de negocio] en [ciudad]. Créame un calendario de contenido de 7 días para Instagram y Facebook: para cada día, el tema de la publicación, el texto completo listo para publicar, una idea de foto o video que pueda hacer con mi celular y los hashtags. Mezcla un consejo útil, un antes y después, una mención suave de [servicio], un dato de la comunidad y contenido que dé confianza.

Recibes: la semana completa de publicaciones, ya redactada.

12. El texto para la foto que ya tomaste

Sirve para: publicar en el momento, sin quedarte mirando la pantalla en blanco.

Acabo de hacer este trabajo: [describe la foto, por ejemplo: «terminé la limpieza profunda de una cocina, foto del resultado»]. Escríbeme el texto para Instagram: una primera línea que llame la atención, una descripción breve con orgullo pero sin exagerar, una invitación suave a reservar en [ciudad] y 8 hashtags que usaría un negocio como el mío.

Recibes: la publicación lista; solo falta subir la foto.

13. Guión de video corto en 30 segundos

Sirve para: salir en video sin improvisar y sin pasar vergüenza.

Escríbeme el guión, palabra por palabra, de un video vertical de 30 segundos sobre [tema: un error común de los clientes, un consejo rápido, cómo trabajas]. Estructura: un gancho en los primeros 3 segundos, 3 puntos rápidos y un cierre invitando a escribirme por WhatsApp.



Frases cortas, como hablo yo, para grabar con el celular en mi negocio de [tipo de negocio].

Recibes: el guión completo, con qué decir en cada momento.

14. Respuesta tranquila a un comentario difícil

Sirve para: no entrar en peleas públicas que espantan a otros clientes.

Un cliente dejó este comentario en mi página: «[pega el comentario]». Escríbeme una respuesta pública breve, serena y profesional: reconoce su molestia sin aceptar culpas que no me tocan, ofrece resolverlo por mensaje privado y deja claro que en [nombre del negocio] tratamos bien a la gente. Nada de sarcasmo.

Recibes: la respuesta lista para publicar sin echarle leña al fuego.

15. Recicla tu mejor publicación en 3 formatos

Sirve para: sacarle más provecho a lo que ya funcionó una vez.

Esta fue mi publicación con más reacciones: «[pega el texto]». Conviértela en 3 piezas nuevas: 1) un guión de video corto, 2) una versión en forma de pregunta para generar comentarios y 3) un mensaje para enviar a mi lista de WhatsApp. Mismo tema, formatos distintos, sin repetir el texto tal cual.

Recibes: tres contenidos nuevos a partir de un solo tema probado.

4. Citas, reservas y clientes que no llegan

16. La confirmación que reduce las ausencias

Sirve para: que reservar se sienta como un compromiso, no como un «quizás voy».

En mi negocio de [tipo de negocio] muchos reservan y no llegan. Escríbeme un mensaje de confirmación de cita para el [fecha] a las [hora] que incluya: lo que la persona reservó, el valor del espacio que le estoy guardando y una frase amable pero clara de que, si no puede venir, avise antes de [número] horas para no perder su lugar. Tono cercano, cero amenazas.

Recibes: una confirmación que crea compromiso sin caer mal.

17. Reprogramar sin perder al cliente

Sirve para: cuando tú o el cliente tienen que mover una cita.

Tengo que cambiar la cita de un cliente de [servicio] del [fecha original] por [motivo breve]. Escríbeme un mensaje que se disculpe en una línea, ofrezca estas 3 opciones concretas: [opción 1], [opción 2] y [opción 3], y le pida que responda con el número de la que prefiere.



Que sienta que le estoy resolviendo, no que lo estoy dejando tirado.

Recibes: el mensaje con las opciones, listo para enviar.

18. Llena el hueco de última hora

Sirve para: no perder dinero cuando alguien cancela el mismo día.

Me acaban de cancelar una cita de [servicio] para hoy a las [hora] y tengo el espacio libre en [ciudad]. Escríbeme un mensaje corto para enviar por WhatsApp a mis clientes frecuentes: anuncia el hueco, ofrece un beneficio sencillo por tomarlo hoy ([beneficio real, por ejemplo: salir del pendiente antes del fin de semana]) y pide respuesta rápida. Máximo 3 líneas.

Recibes: el mensaje de «se liberó un espacio», listo para tu lista.

19. Tu política de cancelación, clara y sin enemigos

Sirve para: proteger tu agenda sin sonar duro.

Escríbeme la política de cancelación y de no presentación de mi negocio de [tipo de negocio], en lenguaje simple: con cuánto tiempo hay que avisar ([número] horas), qué pasa si no avisan y cómo se reprograma. Entrégamela en dos versiones: una formal, para mi página o mi local, y una corta y amable, para los mensajes de WhatsApp.

Recibes: tu política lista en versión formal y en versión mensaje.

20. Tu agenda de mañana, resumida

Sirve para: empezar el día sabiendo qué viene y qué puede fallar.

Esta es mi agenda de mañana: [pega tus citas o la lista del día]. Ordénala por hora, dime cuánto tiempo libre tengo entre una cita y otra, márcame cuáles clientes todavía no han confirmado y prepárame los 3 recordatorios que debo enviar hoy, ya redactados y listos para pegar.

Recibes: el resumen del día y los recordatorios ya escritos.

5. Landing pages y catálogos (vender sin página web)

21. Los textos completos de tu landing page

Sirve para: tener una página sencilla que vende, aunque sea la primera de tu vida.

Voy a crear una página sencilla para mi negocio de [tipo de negocio] en [ciudad]. Escríbeme todos los textos: un titular que diga el beneficio principal, un subtítulo, la descripción de mis 3 servicios principales ([servicios]), una sección de por qué elegirme, 3 testimonios de ejemplo



basados en lo que típicamente dicen mis clientes (márcalos como ejemplos, para reemplazarlos por reales) y un botón final que diga [acción, por ejemplo: «Reserva por WhatsApp»]. Lenguaje sencillo, sin exagerar.

Recibes: la página entera escrita, sección por sección.

22. Descripciones que venden el beneficio

Sirve para: que tu catálogo no sea una lista fría de precios.

Aquí tienes mi lista de productos o servicios con precios: [pega la lista]. Reescribe cada descripción en 2 líneas: qué es y qué problema resuelve o qué gana el cliente al comprarlo. Ordena la lista empezando por lo que más se vende: [tu producto o servicio estrella]. Nada de frases vacías como «la mejor calidad del mercado».

Recibes: tu catálogo reescrito y ordenado para vender.

23. Tu catálogo de WhatsApp desde tus notas

Sirve para: pasar del desorden a un catálogo presentable en una tarde.

Estas son mis notas desordenadas de lo que vendo: [pega tus notas]. Organízalas en un catálogo limpio, por categorías, con nombre claro, descripción de una línea y precio en un formato uniforme. Al final dime qué datos me faltan (fotos, precios, descripciones) para completarlo antes de subirlo al catálogo de WhatsApp Business.

Recibes: el catálogo ordenado y tu lista de lo que falta.

24. Las preguntas frecuentes de tu página

Sirve para: que tu página responda sola lo que hoy te preguntan a ti.

Para la página de mi negocio de [tipo de negocio], escríbeme una sección de preguntas frecuentes con las 8 dudas más típicas de mis clientes sobre precios, horarios, formas de pago, zona de cobertura [tu zona], garantías y cómo reservar. Respuestas de máximo 3 líneas, claras, usando mi información real: [pega tus datos].

Recibes: tu sección de preguntas frecuentes, lista para pegar.

25. Tu perfil de Google que sí aparece

Sirve para: que te encuentren cuando alguien busca tu servicio en tu ciudad.

Escríbeme la descripción de mi Perfil de Negocio de Google: soy [tipo de negocio] en [ciudad], ofrezco [servicios], atiendo a [tipo de cliente] y lo que me diferencia es [tu ventaja]. Máximo 700 caracteres, con las palabras que un cliente escribiría al buscarme. Además, dame el texto de mi primera publicación de novedades para el mismo perfil.



Recibes: la descripción optimizada y tu primera publicación.

6. Correos y documentos

26. Correo profesional desde dos líneas de notas

Sirve para: sonar formal sin pasar media hora escribiendo.

Necesito enviar un correo y esto es todo lo que tengo en mente: [tus notas rápidas]. Conviértelo en un correo completo y profesional: un asunto claro, el saludo, el mensaje bien ordenado, una petición concreta con fecha límite ([fecha]) y la despedida con mi nombre y mi negocio, [tu nombre y negocio]. Tono amable y directo.

Recibes: el correo listo para copiar, asunto incluido.

27. El correo larguísimo, en 5 líneas

Sirve para: enterarte de lo importante sin leer tres páginas.

Resume este correo en máximo 5 líneas: qué quieren de mí, si hay fechas o cantidades importantes y qué tengo que responder o decidir. Al final dime, en una línea, qué pasa si no respondo. El correo es este: «[pega el correo]».

Recibes: el resumen y, sin rodeos, la decisión que te toca.

28. Respuesta educada a un cliente molesto

Sirve para: no contestar en caliente y empeorar el problema.

Un cliente me escribió esto, molesto: «[pega el mensaje]». Redacta mi respuesta: reconoce el punto válido que tenga, explica mi posición sin excusas largas ([tu versión, en una línea]) y propón una salida concreta: [la solución que sí puedes ofrecer]. Que al leerla se le baje la molestia y a mí no me cueste dinero de más.

Recibes: la respuesta serena, lista para enviar.

29. Un acuerdo de servicio simple, como borrador

Sirve para: dejar por escrito qué incluye tu trabajo y evitar el «yo pensé que incluía...».

Redacta un borrador sencillo de acuerdo de servicio para mi negocio de [tipo de negocio]: qué incluye exactamente [servicio], el precio y la forma de pago, los tiempos, qué NO incluye y qué pasa si el cliente cambia el plan a mitad de camino. En lenguaje simple, sin palabras de abogado. Es un borrador para trabajar sobre él, no un documento final.

Recibes: tu borrador ordenado, listo para ajustar con tus datos.



30. Tu correo de presentación para clientes nuevos

Sirve para: presentarte ante negocios o clientes que todavía no te conocen.

Escribeme un correo corto de presentación para ofrecer mis servicios de [servicio] a [tipo de cliente o negocio] en [ciudad]. Debe decir qué problema les resuelvo, incluir una prueba de confianza ([años de experiencia / trabajos realizados / garantía que ofreces]) y cerrar con una propuesta fácil: una llamada de 10 minutos o una visita sin compromiso. Máximo 8 líneas.

Recibes: tu carta de presentación, lista para adaptar y enviar.

7. Dinero: cotizaciones, facturas y cobros

31. Cotización clara en dos minutos

Sirve para: dejar de perder tiempo armando presupuestos desde cero.

Prepárame una cotización formal para un cliente: el trabajo es [describe el trabajo], los materiales son [lista], la mano de obra es [cantidad o precio] y el tiempo estimado es [plazo]. Preséntala ordenada, como una tabla con subtotal y total, y agrega una línea con la vigencia de la cotización ([número] días) y qué no está incluido. Mi negocio se llama [nombre del negocio].

Recibes: la cotización lista para copiarla a tu formato de siempre.

32. Compara precios de proveedores sin abrir veinte páginas

Sirve para: comprar mejor tus materiales o insumos, sin pasar la mañana buscando.

Necesito comprar [producto o material] para mi negocio en [ciudad]. Busca en la web opciones de compra y compárame las 5 mejores en una tabla: tienda, precio, presentación o cantidad y costo de envío si aparece. Al final dime cuál conviene más y por qué, pensando en un negocio pequeño que compra [frecuencia: cada semana / cada mes].

Recibes: la comparación en una tabla y una recomendación clara.

33. El recordatorio de cobro que no rompe la relación

Sirve para: recuperar pagos atrasados sin pelear ni rogar.

Un cliente llamado [nombre] me debe [cantidad] por [servicio] desde hace [número] días. Escribeme 3 mensajes de cobro en escalada amable: el primero, un recordatorio suave; el segundo, más firme, con fecha límite; y el tercero, serio pero profesional. Para WhatsApp: cortos, sin amenazas y sin frases que arruinen la relación.

Recibes: los 3 mensajes listos, para usarlos según pasen los días.



34. Tus gastos de la semana, ordenados

Sirve para: saber en qué se fue el dinero sin llevar una contabilidad pesada.

Estas son mis notas de gastos de la semana: [pega tus notas o la lista]. Ordénalos en una tabla por categoría (materiales, gasolina, comida, herramientas, otros), suma cada categoría y el total, y dime en una línea si hay algo que se sale de lo normal para un negocio de [tipo de negocio]. Sin sermones.

Recibes: el resumen de gastos, con totales por categoría.

35. Ponle precio con margen, no a ojo

Sirve para: dejar de regalar tu trabajo por miedo a cobrar lo justo.

Ayúdame a calcular el precio de [servicio o producto]. Mis costos son: materiales, [cantidad]; mi tiempo de trabajo, [horas], que valoro en [tu tarifa por hora]; y otros gastos (gasolina, renta, herramientas) que estimo en [cantidad]. Quiero ganar un margen de [porcentaje]%. Calcúlame el precio final, explícame el desglose en palabras simples y dime qué pasaría con mi ganancia si doy un 10% de descuento.

Recibes: el precio calculado, con su desglose claro.

8. Reseñas y reputación

36. Pide la reseña en el momento correcto

Sirve para: que pedir reseñas no se sienta raro ni forzado.

Un cliente acaba de decirme que quedó contento con [servicio]. Escríbeme el mensaje para enviarle ahora mismo por WhatsApp pidiéndole una reseña en Google: agrádecele con naturalidad, dile que su opinión ayuda a que otras personas en [ciudad] encuentren un negocio local confiable y deja un espacio señalado para que yo pegue mi enlace de reseñas. Máximo 4 líneas.

Recibes: el mensaje perfecto, para el momento perfecto.

37. Respuesta a una reseña de 5 estrellas

Sirve para: que tu agradecimiento también ayude a vender.

Me dejaron esta reseña de 5 estrellas: «[pega la reseña]». Escríbeme una respuesta pública breve que agradezca mencionando un detalle concreto de la reseña, mencione mi servicio de [servicio] en [ciudad] con naturalidad y deje la puerta abierta para su próxima visita. Que suene personal, no copiada de otras respuestas.



Recibes: la respuesta lista para publicar en Google.

38. Respuesta a una reseña de 1 estrella (sin perder la cabeza)

Sirve para: que una mala reseña termine mostrando tu profesionalismo.

Me dejaron esta reseña de 1 estrella: «[pega la reseña]». Escríbeme la respuesta pública: corta, sin discutir y sin dar explicaciones largas; lamenta su experiencia e invita a la persona a escribirnos a [teléfono o correo] para resolverlo. Recuerda que esta respuesta es, sobre todo, para los futuros clientes que la van a leer, no para ganar la pelea.

Recibes: la respuesta que protege tu imagen, lista para pegar.

39. Tus reseñas convertidas en publicaciones

Sirve para: aprovechar tu buena fama sin sonar presumido.

Aquí tienes 3 reseñas reales de mis clientes: «[pega las reseñas]». Conviértelas en 3 textos para redes sociales: una cita breve de la reseña, un comentario mío de una línea agradeciendo, y una invitación suave a reservar [servicio] en [ciudad]. Deja el espacio para el nombre del cliente, en caso de que me dé su autorización.

Recibes: tres publicaciones de prueba social, listas para usar.

40. Qué dice internet de tu negocio

Sirve para: ver tu reputación igual que la ve un cliente nuevo.

Busca en la web mi negocio, [nombre del negocio], en [ciudad], y dime qué encuentra un cliente nuevo: la calificación promedio si aparece, los comentarios que más se repiten (buenos y malos), si mi horario y mi teléfono se ven consistentes, y las 2 cosas que debería mejorar primero. Sé honesto, sin endulzar nada.

Recibes: tu radiografía de reputación, con las prioridades claras.

9. Contratar y ayuda del equipo

41. El anuncio de empleo que trae gente buena

Sirve para: dejar de recibir candidatos que no encajan en el puesto.

Necesito contratar a un [puesto] para mi negocio de [tipo de negocio] en [ciudad]. Escríbeme el anuncio completo: qué hará la persona, el horario [horario], el pago [rango o forma de pago], qué experiencia pido de verdad y qué puedo enseñarle yo, y cómo debe aplicar. Lenguaje claro y atractivo para alguien responsable que busca un trabajo estable.



Recibes: el anuncio listo para publicar donde buscas candidatos.

42. Preguntas de entrevista que revelan la verdad

Sirve para: contratar por actitud y confiabilidad, no solo por el currículum.

Voy a entrevistar candidatos para [puesto] en mi negocio. Prepárame 8 preguntas de entrevista enfocadas en la responsabilidad, el trato al cliente y qué harían en situaciones reales de mi negocio, como esta: [ejemplo de una situación típica]. Para cada pregunta dime qué respuesta sería una buena señal y cuál sería una señal de alerta.

Recibes: tu guía de entrevista, con las señales para decidir.

43. Bienvenida e instrucciones para tu nuevo ayudante

Sirve para: que el primer día de trabajo no dependa de tu memoria.

Escríbeme la hoja de bienvenida para mi nuevo ayudante en un negocio de [tipo de negocio]: a qué hora debe llegar, qué debe traer, cómo saludamos a los clientes, las 5 reglas de la casa ([tus reglas]) y a quién preguntarle cuando yo no esté. Tono de equipo: claro, sin regaños por adelantado.

Recibes: la hoja de bienvenida, lista para enviar o imprimir.

44. Plan de entrenamiento de la primera semana

Sirve para: enseñar una sola vez, en orden, en vez de repetir todo cada día.

Créame un plan de entrenamiento, día por día, para la primera semana de un [puesto] en mi negocio de [tipo de negocio]: qué aprende cada día, qué practica con supervisión y cómo puedo saber, al final de la semana, si ya puede hacerlo solo. Básate en estas tareas principales: [lista de tareas].

Recibes: el plan semanal de entrenamiento, listo para seguir.

45. Tu manual de procedimientos en una sentada

Sirve para: que el negocio funcione igual aunque tú no estés.

Te voy a explicar cómo hago este proceso en mi negocio: [proceso: abrir el local, atender una cita, cerrar la caja, preparar un pedido]. Mis notas son estas: [pega tus notas]. Conviértelas en un procedimiento numerado, paso a paso, tan claro que alguien nuevo lo pueda seguir sin preguntarme. Si falta un paso importante, pregúntame antes de inventarlo.

Recibes: el procedimiento escrito, listo para tu manual.



10. Ideas, precios y decisiones

46. Ideas de promoción para un mes lento

Sirve para: llenar la agenda sin regalar tu trabajo.

Mi negocio de [tipo de negocio] en [ciudad] tiene un mes flojo: [mes o temporada]. Dame 10 ideas de promoción o de contenido para atraer clientes SIN bajar mis precios más de una vez: piensa en alianzas con negocios vecinos, servicios combinados, contenido para redes y mensajes a clientes anteriores. Para cada idea dime su costo aproximado y qué tan difícil es de hacer.

Recibes: 10 ideas ordenadas, con costo y dificultad.

47. Mira a tu competencia (con información pública)

Sirve para: saber qué ofrecen los de al lado y en qué puedes diferenciarte.

Busca en la web los negocios de [tipo de negocio] en [ciudad] que compiten conmigo. Hazme una tabla con los 5 principales: los servicios que destacan, el rango de precios si lo publican, su calificación en Google y qué hacen bien en su página o en sus redes. Al final, dame 3 formas concretas en las que mi negocio puede diferenciarse sin bajar los precios.

Recibes: la tabla de la competencia y tus 3 diferencias posibles.

48. ¿Subo mis precios? El análisis completo

Sirve para: decidir con números, no con miedo.

Estoy pensando en subir el precio de [servicio] de [precio actual] a [precio nuevo]. Mis costos subieron en [dato] y mi demanda está [situación: agenda llena / normal / floja]. Analízalo conmigo: los argumentos a favor, los riesgos reales, cómo se lo comunicaría a mis clientes actuales (redacta ese mensaje) y si conviene subirlo por etapas. Sin decirme solo lo que quiero oír.

Recibes: el análisis completo y el mensaje de anuncio, redactado.

49. Tu semana planeada en una conversación

Sirve para: dejar de apagar incendios y trabajar con orden.

Estas son todas las cosas que tengo en la cabeza para esta semana en mi negocio: [pega tu lista desordenada]. Ordénalas por impacto en dinero y por urgencia, ármame el plan de la semana con máximo 3 prioridades por día, y dime qué 2 cosas debería delegar, posponer o simplemente eliminar. Sé directo: actúa como mi asistente, no como mi porrista.

Recibes: tu plan semanal priorizado, listo para seguir.



50. La segunda opinión antes de decidir

Sirve para: pensar con calma la decisión que te quita el sueño.

Estoy decidiendo esto en mi negocio: [describe la decisión, por ejemplo: comprar un vehículo de trabajo, contratar a alguien, abrir otro local]. Mi situación es esta: [contexto breve: presupuesto, tiempo disponible, situación actual]. Dame los argumentos más fuertes a favor y en contra, los riesgos que quizás no estoy viendo, las preguntas que debería responder antes de firmar nada y, al final, qué harías tú con estos datos y por qué.

Recibes: el análisis completo para decidir con la cabeza fría.

Y ahora qué

Ya tienes las 50 instrucciones base. Úsalas así: guarda tus 10 favoritas en las notas del teléfono, adapta los [corchetes] una sola vez con los datos de tu negocio y tenlas siempre a mano. Cada prompt que uses te ahorra minutos; usados a diario, te devuelven horas cada semana.

Esto no termina aquí. Cada semana, el boletín de AI Agent For Me trae las novedades de Muse que de verdad le importan a un negocio pequeño y 3 prompts nuevos que no están en esta lista, listos para copiar y usar. Si esta guía te ahorró tiempo, el boletín te lo seguirá ahorrando semana tras semana. Suscríbete en aiagentforme.com y no te pierdas la próxima entrega.

AI Agent For Me es una guía independiente. Sin afiliación ni respaldo de Meta. Muse es un producto de Meta.