

15

PROMPTS PROFESIONALES

para convertir mapas mentales de NotebookLM en visuales útiles con Gemini

PARA QUIÉN ES ESTO

Profesionales que trabajan con información, toman decisiones, presentan ideas a otros. Si has llegado a un punto en el que NotebookLM te genera mapas pero no te sirven para presentar, este recurso es para ti.

Lo que cambia con este recurso

ANTES	DESPUÉS
<p>Mapa de NotebookLM</p> <p>Texto en cajas blancas. Sin iconos. Sin colores. Sin jerarquía visual. Estructura de organigrama lateral. Útil para entender, inservible para presentar.</p>	<p>Mapa procesado en Gemini</p> <p>Iconos descriptivos. Paleta coherente. Jerarquía clara. Aspect ratio adaptado. Listo para reunión, slide, oposición o cliente.</p>

Cómo usar este recurso

Seis pasos. Siempre los mismos. Lo único que cambia es el prompt según para qué necesitas el visual.

1. Genera el mapa mental dentro de NotebookLM. Si tu cuenta tiene la actualización de mayo 2026, personaliza con prompt en el botón Mind Map.
2. Descárgalo como imagen desde el panel Studio.
3. Abre Gemini. Sube la imagen del mapa.
4. Adjunta también las fuentes originales del notebook (PDFs, docs, todo lo que metiste).
5. Activa Crear imágenes y modo pensamiento.
6. Pega el prompt que mejor encaje. Edita las variables marcadas en **{NARANJA}** sustituyéndolas por tus datos. Las llaves desaparecen al editar.

⚠ CLAVE PARA EVITAR ALUCINACIONES Adjunta SIEMPRE el notebook completo con las fuentes originales. Sin contexto, Gemini se inventa conceptos. Con contexto, trabaja sobre tus datos reales. Es la diferencia entre un mapa bonito mentiroso y un mapa útil verdadero.

📁 SOBRE LAS IMÁGENES DE EJEMPLO Todas las imágenes que verás en cada prompt están generadas con el MISMO material de origen: El Arte de la Guerra de Sun Tzu. Lo único que cambia es el prompt. Es la prueba visual de cómo la misma información puede convertirse en quince visuales completamente distintos según para qué la necesitas.

Índice

Si no tienes claro cuál usar, busca el contexto que más se acerca al tuyo. Los prompts están ordenados de más generales a más específicos.

01	Reuniones ejecutivas	Comité, dirección, inversores
02	Formación interna corporativa	Cursos, RRHH, planes de carrera
03	Onboarding de empleados nuevos	Bienvenida, primeros días
04	Educación y docencia	Alumnos, opositores, formación reglada
05	Presentación a cliente	Comercial, propuestas, pitch
06	Análisis estratégico	DAFO, causa-efecto, decisiones
07	Línea de tiempo / cronología	Histórico, hitos, fases
08	Comparativa A vs B	Decidir entre opciones
09	Procesos y flujos de trabajo	Workflows, SOPs, automatizaciones
10	Storytelling visual	Charlas, redes, narrativa
11	Documento legal o normativo	Contratos, BOE, compliance
12	Contenido técnico o científico	Papers, manuales, medicina
13	Customer journey / UX	Experiencia cliente, fricciones
14	Dashboard de KPIs visuales	Reportes, OKRs, gestión
15	Carrusel para LinkedIn personal	Personal branding, contenido

Al final del documento: 6 prompts de iteración para cuando la primera versión no convence.

01

REUNIONES EJECUTIVAS

1/15

PARA QUÉ Comité de dirección, juntas, inversores. Cuando alguien con poco tiempo necesita entender lo esencial en treinta segundos.

MATERIAL Documentos estratégicos, informes financieros, planes de negocio, análisis de mercado.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea un mapa mental visual ejecutivo basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Audiencia: {ROL_AUDIENCIA, ej. comité de dirección de empresa mediana}.

Objetivo: que entiendan el mensaje en 30 segundos.

▶ **ESTILO**

Minimalista corporativo, tipo McKinsey, BCG o Bain.

Sobrio. Autoridad visual. Cero decoración.

▶ **PALETA**

Azules profundos: #1A4D8F y #0D2B4F.

Acento {COLOR_ACENTO, ej. dorado o turquesa} para destacar la idea central.

Fondo blanco roto.

▶ **CONTENIDO POR NODO**

Título corto en mayúsculas, máximo 4 palabras.

Si hay dato cuantificable en las fuentes, inclúyelo (cifra + unidad).

Icono profesional simple, NO emoji.

▶ **ESTRUCTURA**

Idea central grande en el medio.

Ramas principales medianas.

Sub-ramas pequeñas.

Sin sombras dramáticas, sin gradientes infantiles.

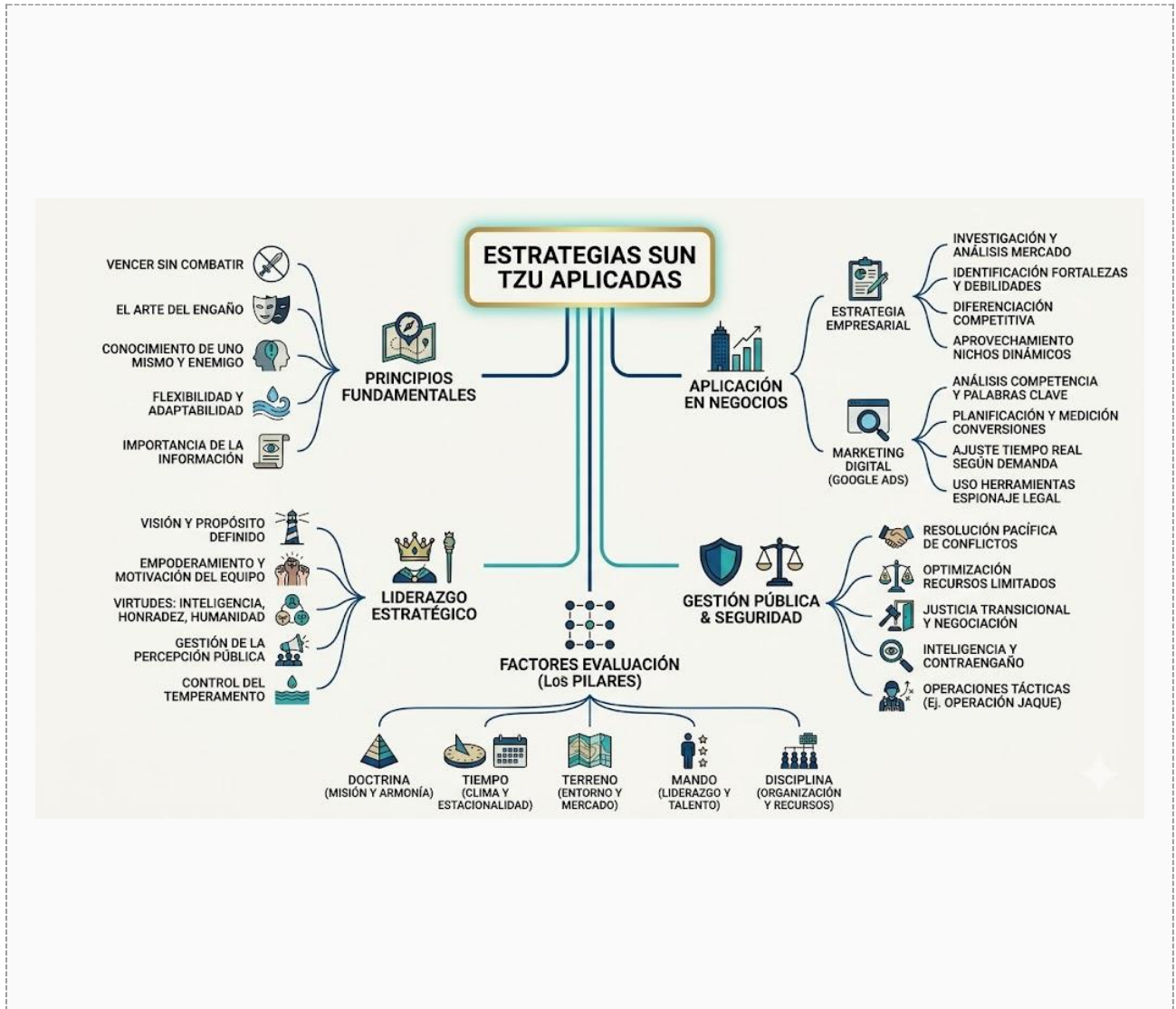
▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio 16:9 horizontal.

Tipografía sans-serif tipo Helvetica o Inter.

Calidad apta para proyección y para impresión A3.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 01



RESULTADO Mapa con autoridad visual. Slide para sala de juntas. Listo para imprimir y poner sobre la mesa.

EJEMPLO REAL Lucía, directora financiera, hospital regional
 Cargó en NotebookLM su informe trimestral de costes operativos.
 Generó el mapa, lo descargó, lo pasó por este prompt en Gemini.
 Lo presentó al consejo en 4 minutos. Decisión aprobada en la misma reunión.

💡 **TIP PACO** Si vas a proyectarlo, pide aspect ratio 16:9. Si lo vas a imprimir como handout, pide A4 vertical y tipografía grande para que sea legible al tamaño impreso.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** No lo uses si tu audiencia es creativa o joven. Sale demasiado formal y se lee como aburrido o frío.

PARA QUÉ Cursos internos, materiales de RRHH, formaciones obligatorias, planes de carrera.

MATERIAL Manuales internos, políticas de empresa, guías de procedimiento, normativas internas.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ CONTEXTO

Crea un mapa mental visual didáctico y profesional basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Audiencia: empleados de {SECTOR/ÁREA, ej. operaciones de hospital}.

Objetivo: que asimilen el contenido del curso de forma autónoma.

▶ ESTILO

Limpio, moderno, calidad alta.

Tipo material de Coursera, LinkedIn Learning o Domestika.

▶ PALETA

Azul medio + blanco + acento de verde lima para conceptos clave.

Si tu empresa tiene colores corporativos, usa estos hex: {HEX_PRIMARIO} y {HEX_SECUNDARIO}.

▶ CONTENIDO POR NODO

Título claro en una sola línea.

Una frase de explicación de máximo 12 palabras.

Icono simple y reconocible, en silueta, no fotorrealista.

▶ ESTRUCTURA

Jerarquía clara con conexiones visibles entre ramas relacionadas.


Espaciado generoso entre nodos.

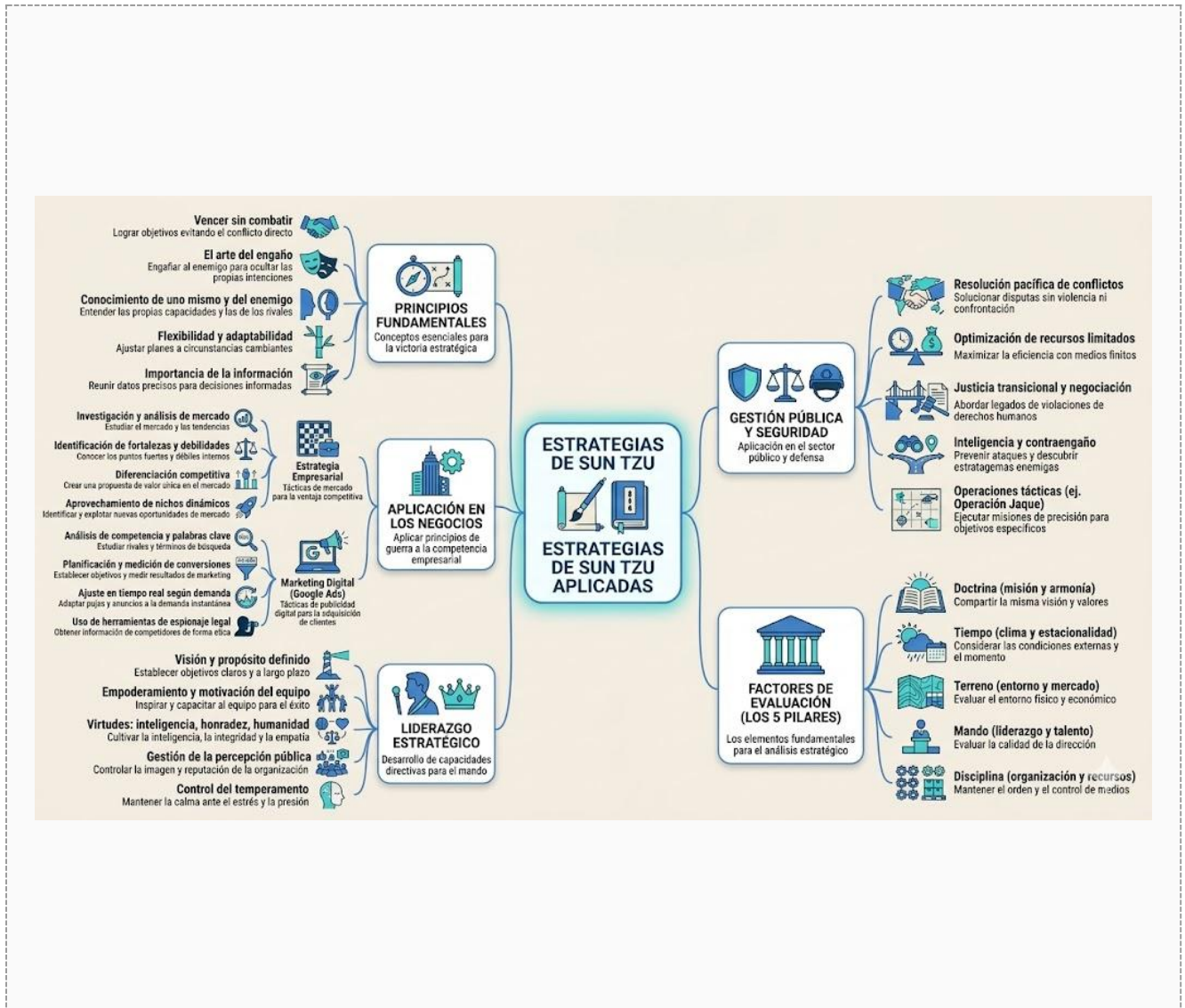
▶ FORMATO FINAL

Aspect ratio 16:9 horizontal.

Tipografía sans-serif legible.

Calidad apta para proyección y descarga PDF.

 **EJEMPLO VISUAL** Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 02



RESULTADO Material formativo profesional. Aguanta proyección en sala y se descarga como PDF para consulta posterior.

👤 **EJEMPLO REAL** Marcos, formador interno en empresa logística (180 empleados)

Pasaba ocho horas al mes diseñando slides para formaciones obligatorias.

Ahora carga el manual en NotebookLM, genera mapa por bloque, lo procesa en Gemini con este prompt.

Tres horas para todo el curso. Y los empleados lo entienden mejor.

💡 **TIP PACO** Si la formación tiene varios bloques, genera un mapa por bloque y guárdalos como [BLOQUE1] [BLOQUE2]. Para el curso completo queda mejor que un mapa gigante.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si el contenido es muy técnico (código, fórmulas, diagramas de red), un mapa mental se queda corto. Mejor un diagrama técnico específico.

03

ONBOARDING DE EMPLEADOS NUEVOS

3/15

PARA QUÉ Primeros días en la empresa, bienvenida, mapa de procesos básicos. Cuando alguien necesita orientarse rápido sin abrumarse.

MATERIAL Manual del empleado, organigrama, procesos de RRHH, listado de herramientas internas.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea un mapa mental visual de bienvenida y onboarding basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Audiencia: empleado recién incorporado a {NOMBRE_EMPRESA}.

Objetivo: orientarle sin abrumarle el primer día.

▶ **ESTILO**

Amable, claro, con toque humano. NADA corporativo frío.

Estética tipo Notion o Asana: moderna pero acogedora.

▶ **PALETA**

Cálida: azul claro + naranja suave + blanco.

Si tu empresa tiene colores corporativos, mete los hex aquí: {HEX_MARCA}.

▶ **CONTENIDO POR NODO**

Título tipo pregunta o acción ("¿Cómo pido vacaciones?", "Tu primer día").

Icono ilustrativo simple, NO emoji genérico.

Frase de orientación corta si es necesario.

▶ **ESTRUCTURA**

Idea central: nombre de la empresa o del rol del nuevo empleado.


Ramas principales: equipo, herramientas, procesos, beneficios.

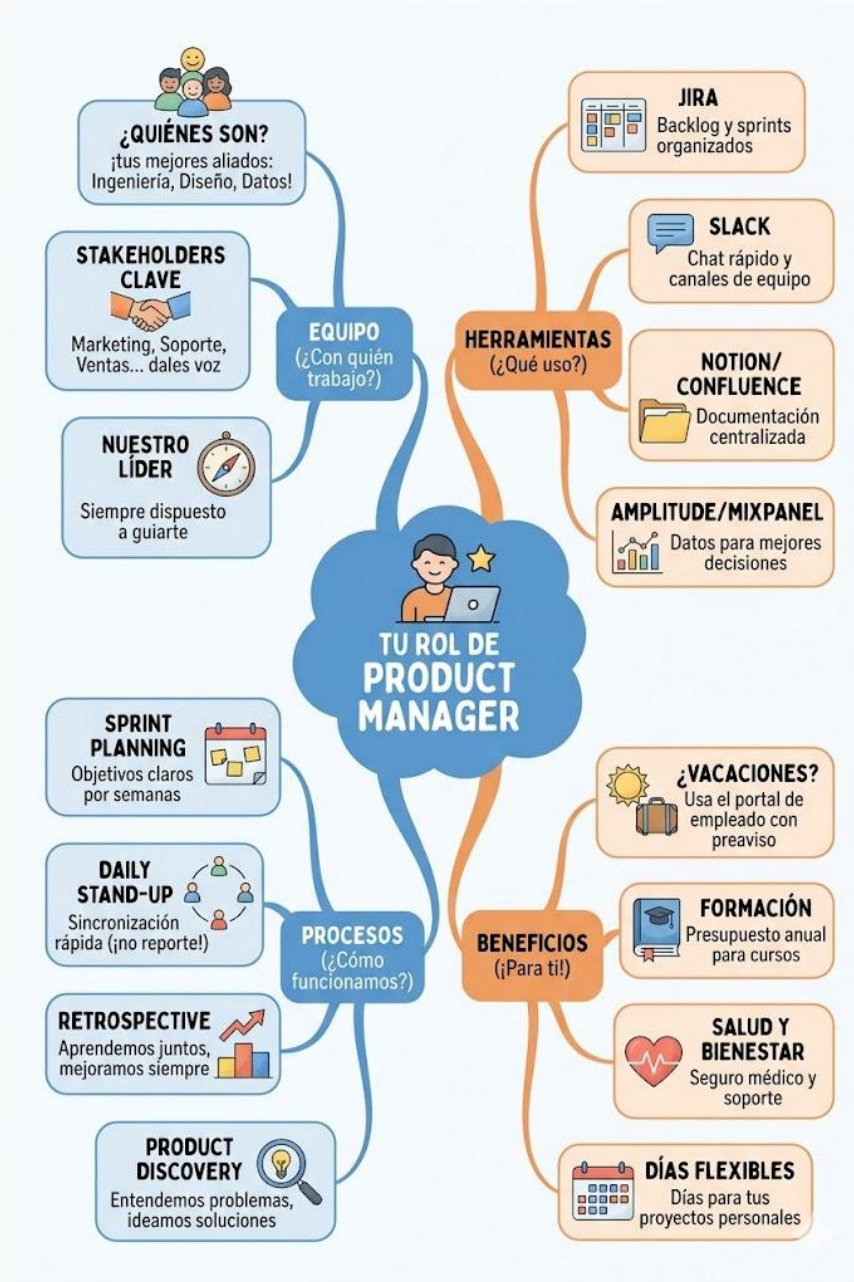
Conexiones suaves, sin flechas agresivas.

▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio cuadrado 1:1 o vertical, ideal para Slack/Teams o email.

Tipografía amistosa pero legible.

 **EJEMPLO VISUAL** Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 03



RESULTADO Mapa que un nuevo empleado puede mirar el primer día y entender en cinco minutos por dónde empezar.

📍 **EJEMPLO REAL** Patricia, RRHH de consultora tecnológica

Antes mandaba un email de bienvenida con 9 archivos adjuntos.

Nadie los leía hasta el tercer día (si los leían).

Ahora manda un mapa visual el primer día. Las preguntas tontas se redujeron 60%.

💡 **TIP PACO** Pide formato cuadrado 1:1 si lo vas a enviar por Slack o Teams. Encaja mejor que el horizontal en el feed.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si tu empresa tiene cien procesos y mil herramientas, no entran. Mejor segmenta por área (mapa de RRHH, mapa de IT, mapa de tu equipo).

PARA QUÉ Clases para alumnos, material para oposiciones, formación reglada, contenido pedagógico. Cuando el objetivo es que alguien aprenda y retenga.

MATERIAL Temarios, libros de texto, apuntes, programaciones didácticas, materiales de oposición.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ CONTEXTO

Crea un mapa mental visual didáctico de alta calidad basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Audiencia: {NIVEL_ESTUDIANTE, ej. opositor a Auxiliar Administrativo del SAS}.

Objetivo: que estudien y memoricen, no solo que entiendan.

▸ ESTILO

Pedagógico moderno, tipo Khan Academy o Brilliant.

Estimulante visualmente sin ser infantil.

▸ PALETA

Variada pero armónica: azules, verdes, naranjas.

Cada rama principal con un color diferente, mantenido en sus sub-ramas.

▸ CONTENIDO POR NODO

Concepto clave en negrita.

Explicación corta de máximo 15 palabras.

Icono mnemotécnico que ayude a recordar (NO decorativo).

▸ ESTRUCTURA

Idea central destacada.

Ramas principales como categorías de conocimiento.


Sub-ramas con detalles concretos.

Conexiones marcadas para mostrar relaciones entre conceptos de distintas ramas.

▸ FORMATO FINAL

Aspect ratio horizontal o vertical según el contenido.

Tipografía clara y grande, lectura cómoda al tamaño impreso A4.

 **EJEMPLO VISUAL** *Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 04*



RESULTADO Mapa que un alumno puede imprimir, colgar en la pared y usar para repasar antes del examen.

📍 **EJEMPLO REAL** Carlos, opositor a Inspector de Hacienda del Estado

Tema 28 del temario: 60 páginas de IRPF.

Lo metió todo en NotebookLM, generó el mapa, lo procesó con este prompt.

Salió un mapa en A3 con iconos mnemotécnicos. Lo colgó en su pared. Aprobó en primera.

💡 **TIP PACO** Para opositores, pide explícitamente iconos MNEMOTÉCNICOS, no decorativos. Eso ayuda a memorizar. Es la diferencia entre un mapa bonito y un mapa que aprueba.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si el temario es muy denso (derecho civil completo, anatomía humana entera), un solo mapa no llega. Genera uno por tema y combínalos en un dossier.

05

PRESENTACIÓN A CLIENTE

5/15

PARA QUÉ Reuniones comerciales, propuestas, ventas consultivas, pitches. Cuando tienes que mostrar valor sin parecer que vendes humo.

MATERIAL Propuestas comerciales, casos de éxito, briefings de cliente, análisis de necesidades.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea un mapa mental visual de propuesta comercial basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Cliente: {NOMBRE_CLIENTE} en sector {SECTOR_CLIENTE}.

Objetivo: persuadir sin agresividad. Mostrar comprensión del problema.

▶ **ESTILO**

Limpio, premium, persuasivo.

Estética tipo deck de Pitch o Apple Keynote.

▶ **PALETA**

Azul oscuro + blanco con acento vibrante: {COLOR_ACENTO, ej. verde turquesa o coral} para los elementos de valor.

Cero colorines, cero gradientes psicodélicos.

▶ **CONTENIDO POR NODO**

Título corto + frase de soporte.

Icono profesional, no decorativo.

Si hay dato concreto del cliente o caso de éxito, inclúyelo.

▶ **ESTRUCTURA — IMPORTANTE**

La idea CENTRAL debe ser el cliente o su problema.

NO mi empresa. NO mi producto.

Las ramas: Diagnóstico, Solución, Beneficio, Pruebas (datos, casos, métricas).

▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio 16:9 horizontal para slide.

Tipografía elegante. Mucho espacio en blanco.

Que parezca diseñado por una agencia, no por una IA.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 05



RESULTADO Mapa que abre o cierra una reunión comercial. Resume tu propuesta sin necesidad de hablar quince minutos.

📍 EJEMPLO REAL Andrés, consultor independiente, propuesta a cliente del sector retail

El cliente le dio 30 minutos para presentar una propuesta de 6 meses.

Resumió la propuesta en un mapa visual usando este prompt como abridor.

El cliente le dijo: 'es la primera vez que entiendo lo que vamos a hacer en una reunión inicial'.

💡 **TIP PACO** Pon SIEMPRE al cliente en el centro, NUNCA a tu empresa. Si te sale tu logo en el centro, regenera. Es la prueba de que el mapa está mal enfocado.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si el cliente quiere ver números duros (presupuesto, hitos, fechas), un mapa mental no sirve. Combínalo con una tabla o un Gantt aparte.

06

ANÁLISIS ESTRATÉGICO (DAFO, CAUSA-EFECTO)

6/15

PARA QUÉ Decisiones de negocio, evaluación de riesgos, análisis de problemas internos, planificación trimestral.

MATERIAL Informes de mercado, análisis competitivos, datos internos, brainstormings transcritos.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ **CONTEXTO**

Crema un mapa mental visual analítico basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Tipo de análisis: {DAFO / Causa-Efecto / Espina de Pescado / Otro}.

Objetivo: estructurar pensamiento para tomar una decisión.

▸ **ESTILO**

Estructurado, profesional, sobrio.

Tipo consultora estratégica seria, no presentación de evento.

▸ **PALETA**

Cuatro cuadrantes con colores distintos pero complementarios:

azul (ej. fortalezas), verde (oportunidades), naranja (debilidades), rojo apagado (amenazas).

▸ **CONTENIDO POR NODO**

Punto concreto en lenguaje claro, sin jerga.

Si hay dato cuantificable, inclúyelo.

Iconos mínimos, solo para distinguir tipo de elemento.

▸ **ESTRUCTURA**

Idea central: el problema o decisión a analizar.

Cuatro ramas principales = cuatro dimensiones del análisis.

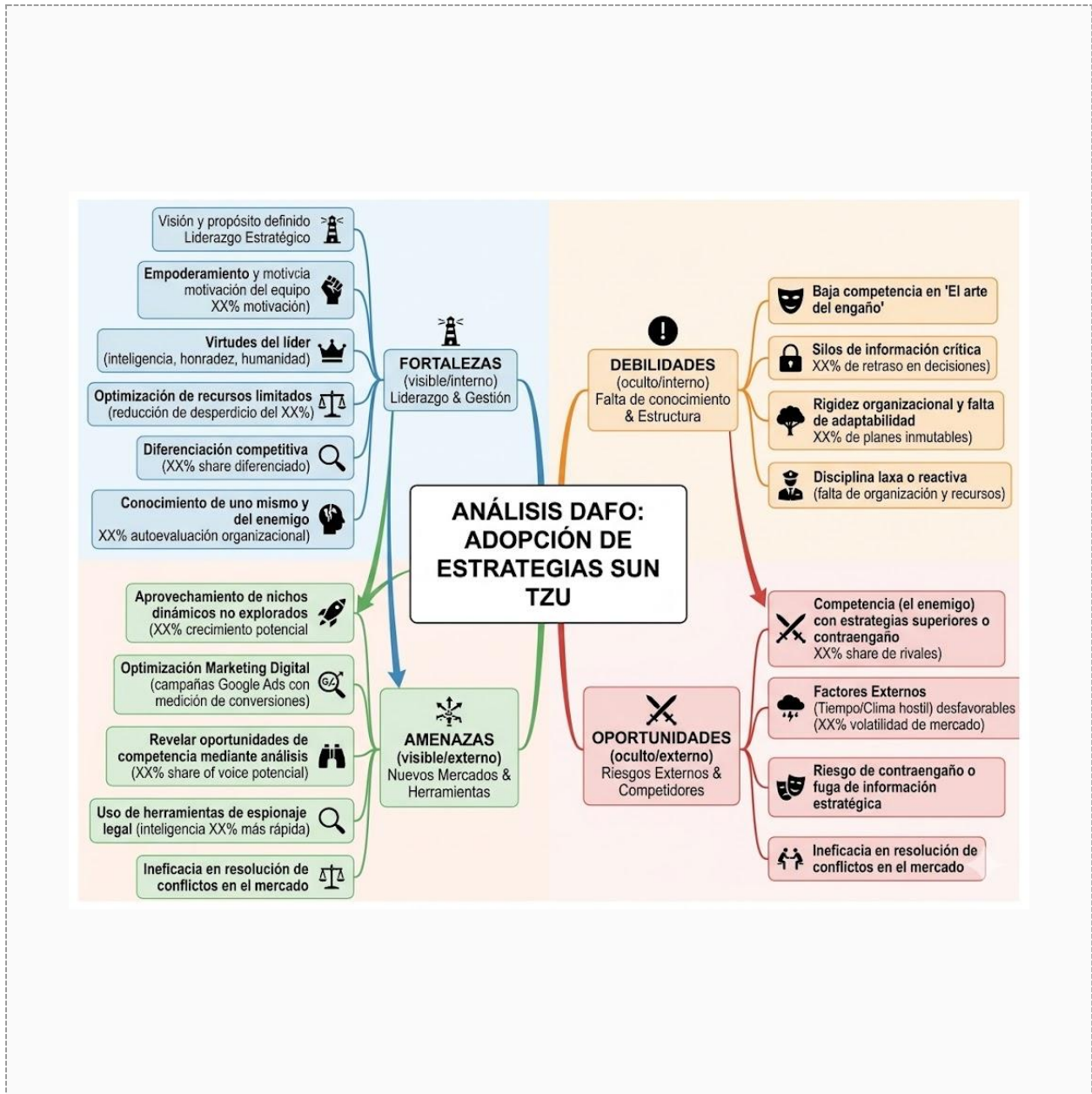
Conexiones visibles entre ramas si hay relaciones causales.

▸ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio cuadrado o ligeramente horizontal.

Que se pueda usar como base para conversación, no solo para ilustrar.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 06



RESULTADO Diagrama de análisis que sirve de base para una conversación estratégica real, no decorativo.

EJEMPLO REAL Belén, directora de operaciones, decisión sobre cambiar de proveedor logístico

Cargó en NotebookLM informes de los 3 proveedores candidatos.
 Generó el mapa, lo pasó por este prompt como DAFO comparativo.

Llevó el resultado a comité. La decisión se tomó en 20 minutos.

💡 **TIP PACO** Si quieres un DAFO clásico, dilo explícito en el prompt. Gemini conoce el formato y respeta la estructura de cuatro cuadrantes.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si tu análisis es de más de dos niveles (causa-causa-causa-causa), satura. Mejor varios mapas conectados que uno gigante.

07

LÍNEA DE TIEMPO / CRONOLOGÍA

7/15

PARA QUÉ Histórico de un proyecto, evolución de un producto, hitos de una empresa, fases de implementación.

MATERIAL Historiales de proyecto, planes con fases, documentación de cambios, evolución competitiva.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ **CONTEXTO**

Crea una imagen que sea una línea de tiempo visual basada en esta imagen y los documentos adjuntos.

Tema: {EVENTO_O_PROYECTO}.

Periodo: del {AÑO_INICIO} al {AÑO_FIN}.

▸ **ESTILO**

Cronológico horizontal, tipo Apple Keynote o The New York Times.

Editorial, sobrio, narrativo.

▸ **PALETA**

Sobria con un color de acento que progresa con el tiempo.

Ej: azul claro al inicio, azul intenso al final.

▸ **CONTENIDO POR HITO**

Fecha exacta o periodo.

Título corto en negrita.

Descripción de máximo 15 palabras.

Icono representativo del tipo de hito.

▸ **ESTRUCTURA**

Eje horizontal con años o periodos clave claramente marcados.


Hitos como nodos sobre o bajo el eje, alternando para que respire.

Conexiones suaves entre hitos relacionados.

▸ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio horizontal panorámico (16:9 o más ancho).

Tipografía sans-serif. Mucho espacio en blanco entre hitos.

 **EJEMPLO VISUAL** *Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 07*



RESULTADO Cronología profesional para un informe, una pared de oficina o el cierre de una presentación.

📌 **EJEMPLO REAL** Diego, project manager, retrospectiva de proyecto de 18 meses

Necesitaba presentar al cliente la evolución del proyecto en su informe final.

Generó la cronología con este prompt sobre los documentos del proyecto.

El cliente la imprimió en A2 y la colgó en su sala de reuniones.

💡 **TIP PACO** Si tienes muchos hitos (más de doce), divide la línea en bloques (década, fase, etapa). Mejor dos líneas legibles que una saturada.

⚠ CUÁNDO NO USARLO Si los hitos no tienen fecha clara o son simultáneos, una línea de tiempo no es el formato. Usa un mapa mental clásico.

08

COMPARATIVA A vs B

8/15

PARA QUÉ Comparar opciones, herramientas, estrategias, candidatos. Cuando hay que decidir entre alternativas y mostrarlo claro.

MATERIAL Análisis comparativos, fichas de producto, evaluaciones técnicas, propuestas paralelas.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea una comparativa visual lado a lado basada en esta imagen y los documentos adjuntos.

Comparando: {OPCIÓN_A} vs {OPCIÓN_B}.

Decisión a tomar: {DECISIÓN_QUE_DEBO_TOMAR}.

▶ **ESTILO**

Dos columnas claras separadas por un eje central.

Tipo battle card o ficha técnica profesional.

▶ **PALETA**

Dual: una columna en azul, otra en {COLOR OPCION_B, ej. verde o naranja}.

Fondo neutro.

▶ **CONTENIDO POR FILA**

Criterio de comparación claro (precio, características, ventajas, limitaciones, casos de uso).

Iconos pequeños indicando qué opción gana en cada criterio: ✓ verde, ✗ rojo apagado.

Datos cuantificables si están en las fuentes.

▶ **ESTRUCTURA**

Título central con la pregunta o decisión a tomar.

Columna A y Columna B con sus nombres en grande.

Filas comparativas alineadas.

Resumen al pie con recomendación contextual: "A si... / B si...".

▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio vertical o cuadrado.

Tipografía sans-serif. Espaciado uniforme.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 08

ESTRATEGIA SUN TZU: ¿VICTORIA INDIRECTA VS. VICTORIA DIRECTA?		
	VICTORIA INDIRECTA SIN COMBATE	VICTORIA DIRECTA CONFRONTACIÓN TÁCTICA
Objetivo Principal	✓ Someter sin combatir 'Vencer sin combatir' (cita <IMAGE>), lograr objetivos sin violencia o confrontación directa	✗ Victoria decisiva (desgaste) 'Victoria decisiva' (cita implicit operacional), explotar debilidades específicas del enemigo
Uso de la Información	✓ Estratégico 'Conocimiento de uno mismo y del enemigo', flexibilidad y adaptabilidad, 'importancia de la información' estratégica	✗ Táctico 'Análisis de competencia y palabras clave', marketing digital agresivo, ajuste en tiempo real según demanda
Velocidad de Ejecución	✗ Lenta Progresiva construcción de cimientos estratégicos (doctrina, terreno, etc.)	✓ Muy Rápida Instantánea marketing digital en tiempo real, operaciones tácticas (ej. Operación Jaque)
Optimización de Recursos	✓ Preservación Bajo riesgo 'resolución pacífica de conflictos' y optimización de recursos limitados' preservación de capital organizacional	✗ Consumo Alto riesgo / Alto rendimiento aprovechamiento de nichos dinámicos marketing digital agresivo disciplina y organización de recursos para la acción táctica
Uso del Engaño	✓ Estratégico 'El arte del engaño' (cita <>), 'contraengaño' y 'gestión de la percepción pública'	✗ Táctico Misdirection marketing digital (fintas en tiempo real) uso de herramientas de espionaje legal (cita <IMAGE>)
Requerimientos del Líder	✓ Visión & Templanza Visión y propósito definido (cita <>), control del temperamento virtudes (inteligencia, honradez, humanidad)	✗ Mando & Decisión Rápida Mando (liderazgo y talento) (cita <>), doctrina (misión y armonía) capacidad decisiva instantánea
Casos de Uso (Negocios)	Mercado Saturado / Commodities Evitar guerras de precios resolución pacífica, fidelización	🎯 Nichos Dinámicos / Emergentes Aprovechamiento de nichos dinámicos (cita <>), explotar velocidad de ejecución

A si: Buscas victoria total con mínimo desgaste y tienes liderazgo visionario.
 B si si: Necesitas velocidad de ejecución en mercados dinámicos y tienes capacidad de mando decisiva.

RESULTADO Ficha comparativa que cierra un debate. Útil para comerciales, decisiones internas o contenido de blog.

🔗 **EJEMPLO REAL** Sandra, CTO de startup, decisión entre dos plataformas cloud

Cargó en NotebookLM las propuestas técnicas de AWS vs GCP para su caso.

Generó la comparativa visual con este prompt.

El bloque "AWS si... / GCP si..." cerró la discusión en el equipo.

💡 **TIP PACO** El bloque final de "A si... / B si..." es lo que diferencia una comparativa útil de una lista de specs. Pídelo siempre, aunque no esté en las fuentes.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si comparas más de tres opciones (cuatro, cinco herramientas), no cabe. Mejor una tabla con muchas columnas o varias comparativas pareadas.

PARA QUÉ Workflows, procedimientos operativos, automatizaciones, protocolos. Cuando hay que enseñar pasos en orden.

MATERIAL Manuales de procedimiento, SOPs, documentación de procesos, automatizaciones existentes.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ **CONTEXTO**

Crea un diagrama de flujo visual basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Proceso: {NOMBRE_DEL_PROCESO}.

Audiencia: {QUIÉN_LO_VA_A_USAR}.

▸ **ESTILO**

Flowchart moderno, tipo Notion o Miro.

Limpio, sin sobrecarga visual.

▸ **PALETA**

Azul para acciones.

Verde para validaciones.

Naranja para decisiones.

Rojo apagado para excepciones o errores.

Fondo blanco.

▸ **CONTENIDO POR NODO**

Pasos en cajas con verbo de acción al inicio ("Recibir", "Validar", "Aprobar").

Decisiones como rombos con dos o tres salidas etiquetadas (Sí / No / Pendiente).

Notas pequeñas debajo si hace falta: responsable, plazo, herramienta usada.

▸ **ESTRUCTURA**

Inicio claramente marcado.

Final claramente marcado.


Flechas direccionales sin cruces si es posible.

Marca qué pasos están automatizados vs cuáles son manuales.

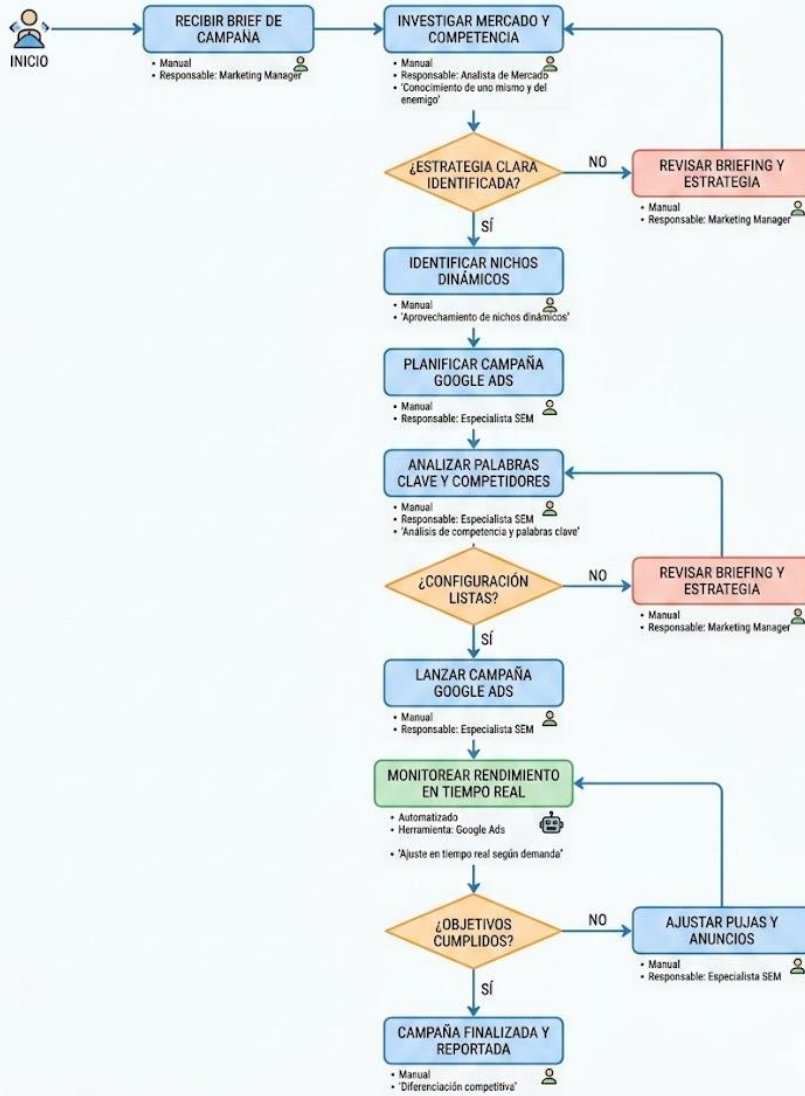
▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio vertical para procesos largos, horizontal para cortos.

Iconos opcionales para identificar tipo de tarea (manual, automatizada, validación).

 **EJEMPLO VISUAL** *Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 09*

ESTRATEGIA DE CAMPAÑA GOOGLE ADS BASADA EN SUN TZU



RESULTADO Flujograma operativo listo para colgar en la pared del equipo o subir al manual interno.

👤 **EJEMPLO REAL** Iván, jefe de operaciones de e-commerce

Cargó en NotebookLM el manual de procesos de devoluciones (32 páginas).

Generó el flujograma con este prompt marcando partes automatizables.

Identificó 4 pasos automatizables. Los pasó a n8n. Ahorra 15 horas/mes.

💡 **TIP PACO** Pídele que marque qué pasos están automatizados y cuáles son manuales. Te ayuda a identificar dónde puedes meter automatización después.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si tu proceso tiene más de quince pasos, divide en sub-procesos. Un flowchart gigante no lo lee nadie.

10

STORYTELLING VISUAL

10/15

PARA QUÉ Presentaciones inspiracionales, contenido para redes sociales, charlas, kickoffs de proyecto. Cuando el contenido tiene que emocionar, no solo informar.

MATERIAL Casos de éxito, narrativas de marca, conferencias transcritas, manifiestos.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea un mapa narrativo visual basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Historia a contar: {RESUMEN_BREVE_HISTORIA}.

Audiencia: {QUIÉN_VA_A_VER_ESTO}.

▶ **ESTILO**

Editorial, evocador.

Tipo infografía de revista: Wired, Monocle, Kinfolk.

Con criterio, con voz.

▶ **PALETA**

Cálida o atrevida según la historia.

Tipografía con personalidad: combinación serif + sans-serif.

Espacio en blanco como elemento narrativo, no como hueco.

▶ **CONTENIDO POR NODO**

Título evocador, no descriptivo seco.

Frase narrativa breve que invite a leer la siguiente.

Icono ilustrativo con personalidad (no genérico).

▶ **ESTRUCTURA — COMO HISTORIA**

Punto de partida (situación inicial).

Conflicto o reto.

Camino o proceso.

Transformación o resolución.

Aprendizaje o llamada a la acción.

Conexiones que sugieran movimiento o flujo, no solo jerarquía.

▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio vertical (Instagram) o panorámico (banner web).

Que se note que detrás hay una persona pensando.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 10



RESULTADO Pieza visual que vale tanto para abrir un kickoff como para subir a LinkedIn o Instagram.

EJEMPLO REAL Marta, fundadora de empresa social, charla TEDx

Tenía una conferencia de 18 minutos sobre el proceso de los últimos 5 años. Cargó la transcripción en NotebookLM, generó el mapa, lo pasó por este prompt.

El mapa quedó como cierre visual de la charla. Lo compartieron 12.000 veces en LinkedIn.

💡 **TIP PACO** Para redes sociales, pide formato vertical 9:16 o 4:5. Para presentación, horizontal. El mismo contenido cambia mucho según el formato final.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si el contenido es 100% técnico o numérico, este estilo lo deforma. El storytelling visual brilla cuando hay narrativa real detrás.

PARA QUÉ Contratos, reglamentos, políticas internas, normativa sectorial. Cuando hay que entender un texto denso de forma estructurada sin perder rigor.

MATERIAL Contratos, BOE, reglamentos europeos, normativas sectoriales, políticas de empresa, convenios.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ CONTEXTO

Crea un mapa estructural de documento legal basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Documento de origen: {NOMBRE_NORMATIVA, ej. Reglamento UE 2024/1689 IA}.

Audiencia: {ROL, ej. responsable de compliance, abogado interno, RRHH}.

▸ ESTILO

Sobrio, estructurado, riguroso.

Tipo despacho legal premium: blanco, gris, azul oscuro.

Cero decoración. Cero iconos infantiles.

▸ PALETA

Gris oscuro y blanco como base.

Azul marino #0D2B4F para títulos.

Acento naranja apagado solo para excepciones u obligaciones críticas.

▸ CONTENIDO POR NODO

Cita literal de la referencia: artículo, sección, página.

Título descriptivo del concepto.

Resumen en lenguaje claro de máximo 20 palabras.

Marca claramente: obligación / derecho / excepción / sanción.

▸ ESTRUCTURA

Idea central: el documento o normativa.

Ramas principales: bloques temáticos del documento.

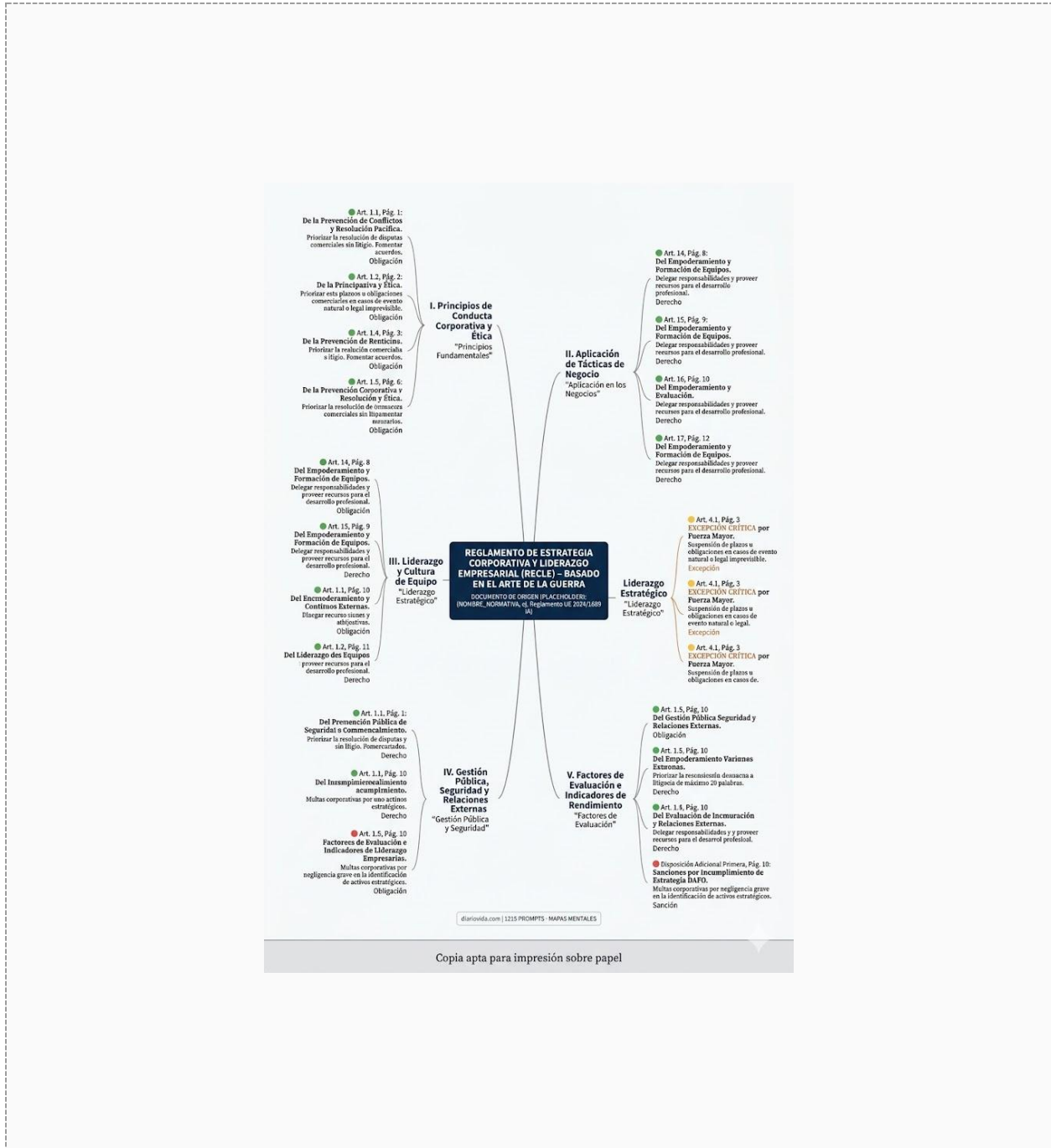
Sub-ramas: artículos o secciones específicas.

Marca con icono distintivo: 🌀 sanción, 🌀 condicional, 🌀 derecho.
(Iconos sobrios, no emoji infantil.)

▸ FORMATO FINAL

Aspect ratio vertical A4 (más fácil de archivar e imprimir).
 Tipografía serif legible: Source Serif, Merriweather o similar.
 Calidad apta para impresión sobre papel.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 11



RESULTADO Mapa estructural fiel al texto legal. Sirve para análisis, formación y referencia rápida sin tener que leer el documento entero.

👤 **EJEMPLO REAL** Antonio, responsable de compliance, hospital privado

Necesitaba que el equipo médico entendiera la nueva LOPDGDD aplicada a datos de pacientes.

Cargó la ley + circulares internas en NotebookLM. Generó mapa estructural con este prompt.

Lo distribuyó por servicios. La auditoría interna pasó sin incidencias críticas por primera vez.

💡 **TIP PACO** Pide explícitamente que cite artículo y página exacta de cada concepto. La trazabilidad es lo que diferencia un mapa legal útil de una fantasía visual.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** No lo uses como sustituto del texto legal en una asesoría real. Es ayuda visual, no fuente jurídica. La fuente sigue siendo el documento original.

PARA QUÉ Documentación técnica, papers científicos, artículos médicos, manuales de ingeniería. Cuando el contenido es denso y específico.

MATERIAL Papers científicos, documentación técnica, artículos médicos, manuales de software, patentes.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

► CONTEXTO

Crea un esquema técnico visual basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Disciplina: {ÁREA_TÉCNICA, ej. medicina interna / cloud computing / electrónica}.

Nivel: {NIVEL_AUDIENCIA, ej. profesional senior / residente / estudiante avanzado}.

► ESTILO

Técnico, preciso, denso pero ordenado.

Tipo paper de Nature o documentación técnica de Google.

Sin decoración: cada elemento visual debe aportar información.

► PALETA

Neutra: blanco, gris, azul técnico #2B3F66.

Color para clasificar tipo de elemento: azul (concepto), verde (proceso), naranja (variable), rojo (riesgo o limitación).

► CONTENIDO POR NODO

Término técnico exacto (no simplificado).

Definición o función en una frase.

Si aplica: fórmula, valor, unidad de medida.

Iconos técnicos: símbolos científicos o esquemáticos, NO ilustraciones decorativas.

► ESTRUCTURA

Idea central: el sistema, fenómeno o concepto principal.

Ramas: componentes, procesos, variables, dependencias.

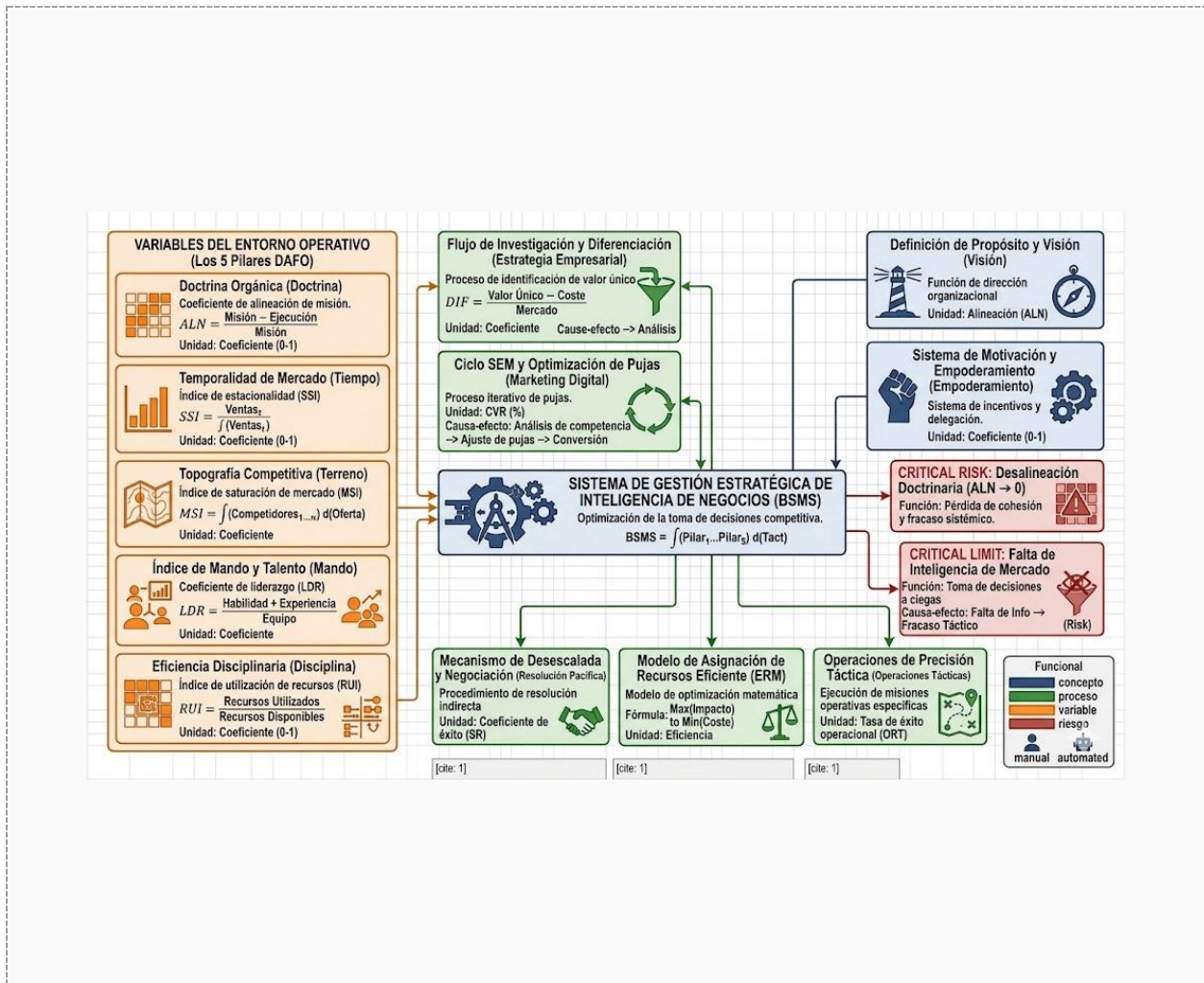
Conexiones tipo diagrama de bloques o esquema funcional.

Si hay relaciones causa-efecto, marcarlas con flechas explícitas.

► **FORMATO FINAL**

Aspect ratio horizontal o vertical según densidad.
 Tipografía técnica: Inter, IBM Plex Sans o similar.
 Calidad de impresión para A3 o pantalla grande.

📄 **EJEMPLO VISUAL** *Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 12*



RESULTADO Esquema técnico que sirve como referencia visual de un tema complejo. No simplifica: estructura.

👤 **EJEMPLO REAL** Elena, residente de cardiología, sistema de fisiopatología cardíaca
 Cargó tres papers + capítulo de Harrison sobre insuficiencia cardíaca en NotebookLM.
 Generó el esquema técnico con este prompt para repasar antes de su examen MIR.

Lo imprimió en A2 y lo pegó sobre la mesa. Sustituyó 70 páginas de notas.

💡 **TIP PACO** En contenido técnico, pídele que **NO** simplifique términos. Que mantenga la precisión técnica. Si simplifica demasiado, el experto desconfía y deja de usarlo.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si el contenido requiere fórmulas matemáticas largas, ecuaciones diferenciales o esquemas eléctricos detallados, ningún prompt visual lo va a renderizar bien. Usa LaTeX o herramienta especializada.

13

CUSTOMER JOURNEY / EXPERIENCIA DE USUARIO

13/15

PARA QUÉ Análisis de experiencia del cliente, mapas de usuario, recorridos de compra, identificación de fricciones.

MATERIAL Investigación de usuario, encuestas, transcripciones de entrevistas, datos de analytics, reseñas.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▸ **CONTEXTO**

Crea un customer journey map visual basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Persona: {NOMBRE_PERSONA, ej. Lucía, 38 años, autónoma}.

Contexto: {SITUACIÓN_O_PRODUCTO, ej. compra de seguro de salud}.

▸ **ESTILO**

Tipo deliverable de UX research: ordenado, narrativo, empático.

Estética tipo Figma o Miro pulido.

▸ **PALETA**

Base neutra (gris claro, blanco).

Verde para emociones positivas, rojo apagado para fricciones, ámbar para momentos clave.

Color de marca {HEX_MARCA} para acentos.

▸ **CONTENIDO POR ETAPA**

Nombre de la etapa (Awareness, Consideración, Compra, Post-venta, etc.).

Acciones del usuario (qué hace).

Pensamientos (qué piensa, en cita textual si está en las fuentes).

Emociones (icono + intensidad).

Touchpoints (qué canales usa).

▸ **ESTRUCTURA**

Eje horizontal con etapas del recorrido.

Filas paralelas para acciones, pensamientos, emociones, touchpoints.

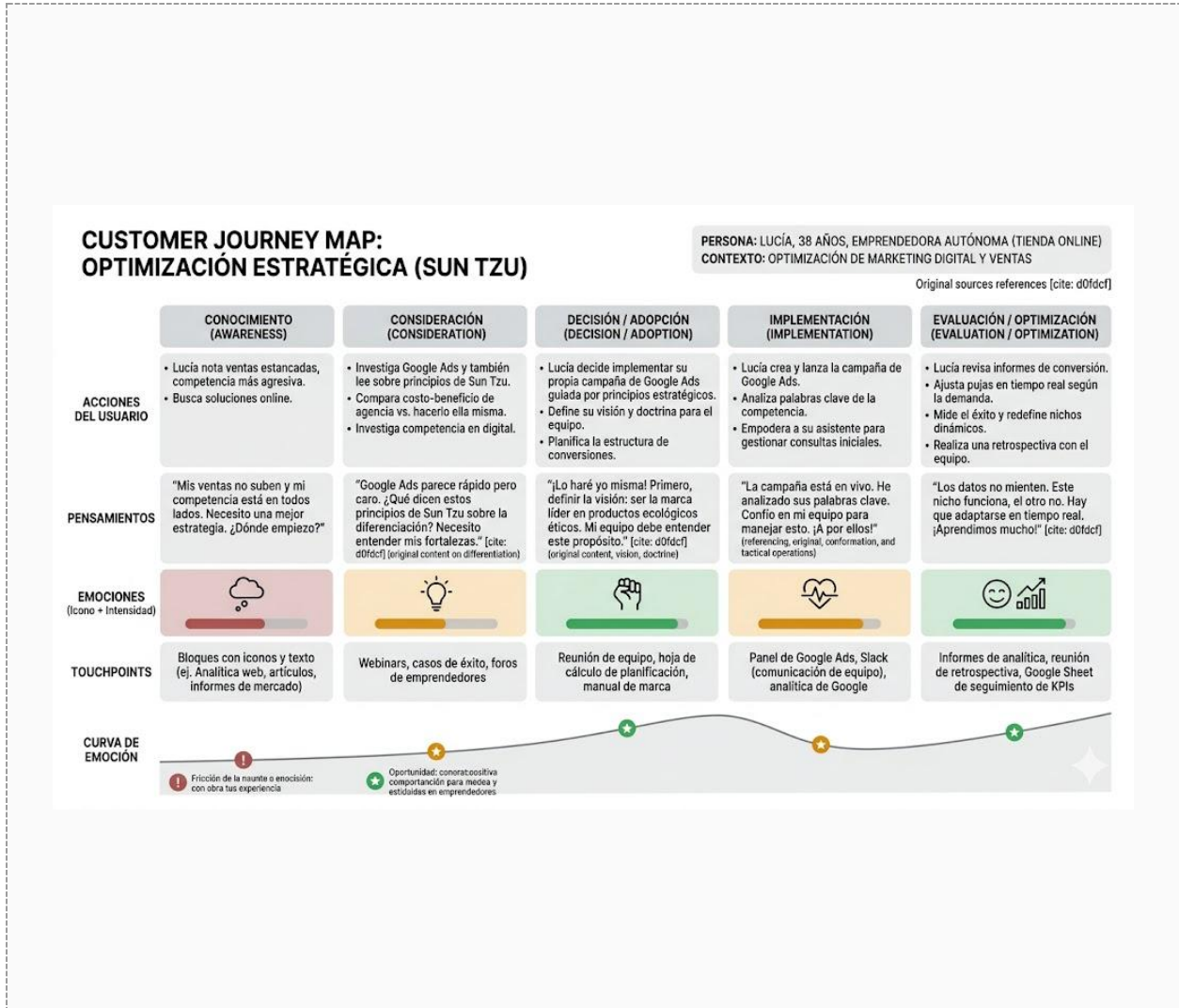
Curva de emoción debajo (línea que sube y baja según experiencia).

Identificación clara de momentos de fricción y de oportunidades.

▸ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio horizontal panorámico.
 Tipografía sans-serif amigable.
 Apta para sesión de equipo o slide de presentación.

EJEMPLO VISUAL Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 13



RESULTADO Customer journey listo para sesión de trabajo o presentación a stakeholders. Identifica fricciones y oportunidades.

EJEMPLO REAL Raquel, head of product de fintech

Cargó 18 entrevistas con clientes + analytics de su funnel en NotebookLM.
 Generó el journey con este prompt.

Identificó 3 fricciones críticas que no aparecían en los datos cuantitativos. Reduce el churn 12% en el siguiente trimestre.

💡 **TIP PACO** Pídele que incluya CITAS TEXTUALES de los usuarios cuando estén en las fuentes. Una cita real en el mapa convence más que diez datos.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** No lo uses como sustituto de un journey real con tu equipo de UX. Es ayuda para arrancar la conversación, no para sustituirla.

PARA QUÉ Reportes mensuales, presentaciones a dirección, seguimiento de objetivos. Cuando hay que mostrar muchos datos sin saturar.

MATERIAL Informes mensuales, exports de analytics, OKRs, objetivos trimestrales, datos de gestión.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ CONTEXTO

Crea un dashboard visual de KPIS basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Periodo: {PERIODO, ej. abril 2026}.

Audiencia: {ROL_DESTINATARIO, ej. CEO, comité de dirección}.

▶ ESTILO

Limpio, denso pero legible.

Tipo dashboard de Notion, Tableau o Stripe.

Sin decoración: cada elemento muestra un dato.

▶ PALETA

Fondo blanco o gris muy claro.

Verde para KPIS por encima de objetivo, rojo apagado para los que están por debajo, gris para los que están en línea.

Color de marca {HEX_MARCA} para títulos.

▶ CONTENIDO POR KPI

Nombre del KPI.

Valor actual.

Variación vs periodo anterior (% y flecha).

Objetivo del periodo.

Mini-gráfico tipo sparkline si los datos están en las fuentes.

▶ ESTRUCTURA

Cuadrícula tipo dashboard con bloques organizados por área.

Bloques principales arriba (KPIS estratégicos).

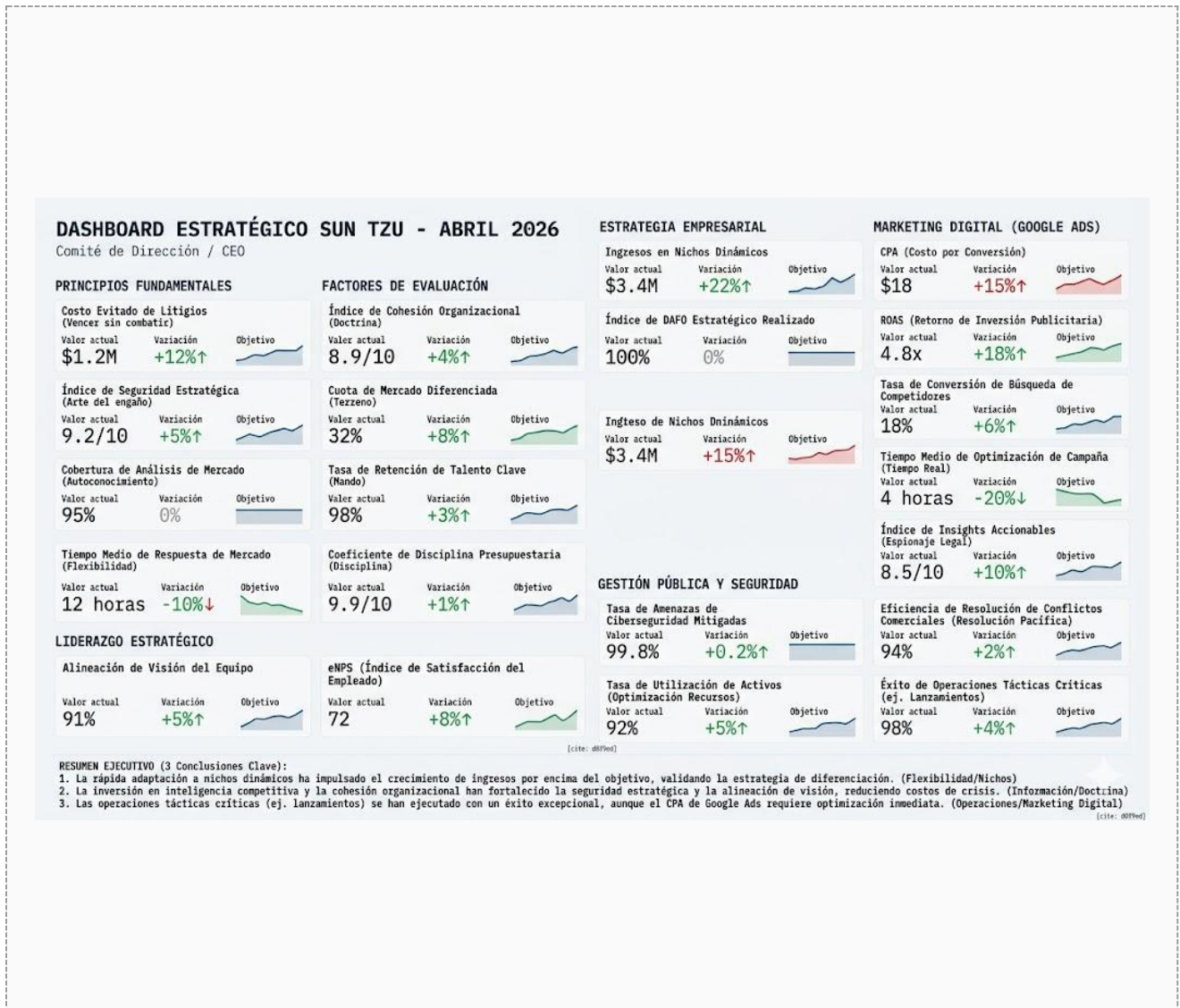
Secundarios abajo (operativos).

Resumen ejecutivo al pie con 3 conclusiones clave.

► **FORMATO FINAL**

Aspect ratio horizontal 16:9 para slide.
 Tipografía monoespaciada para los números.
 Sans-serif para títulos.

📄 **EJEMPLO VISUAL** Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 14



RESULTADO Dashboard que se mete directamente en una slide o se imprime como anexo de informe mensual.

📍 **EJEMPLO REAL** Pablo, controller financiero, reporting mensual

Pasaba 4 horas al mes haciendo el dashboard de KPIs en PowerPoint.
Ahora carga los datos en NotebookLM, genera mapa, lo procesa con este prompt.
30 minutos. Y queda mejor que el anterior.

💡 **TIP PACO** Pide explícitamente la **VARIACIÓN** vs periodo anterior con flecha y porcentaje. Sin eso, el dashboard es solo un panel de números muertos.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si tienes que cruzar datos en tiempo real o hacer drill-down interactivo, esto no sustituye un BI real (Looker, Power BI, Tableau). Es para reporting estático.

15

CARRUSEL PARA LINKEDIN PERSONAL

15/15

PARA QUÉ Personal branding profesional, posts educativos, contenido formato carrusel para redes. Cuando quieres compartir una idea que valga la pena.

MATERIAL Artículos, libros, podcasts, transcripciones de charlas, tu propia experiencia escrita.

PROMPT — copia, edita las variables {NARANJA}, pega en Gemini

▶ **CONTEXTO**

Crea un carrusel visual de 6 a 8 slides para LinkedIn basado en esta imagen y los documentos adjuntos.

Tema: {TEMA_DEL_CARRUSEL, ej. cómo aplicar IA en RRHH}.

Voz: {ROL_DEL_AUTOR, ej. profesional senior con experiencia en hospital y consultoría}.

▶ **ESTILO**

Profesional, moderno, criterio.

Tipo carrusel de Justin Welsh o Lara Acosta.

NO infantil, NO emojis cada dos palabras.

▶ **PALETA**

Coherente entre slides.

Base sobria + un acento fuerte: {HEX_ACENTO, ej. #00D9B5}.

Fondo del mismo color en todas las slides.

▶ **CONTENIDO POR SLIDE**

Slide 1: Hook (titular fuerte que detenga el scroll).

Slides 2-6: Una idea por slide, con título grande + cuerpo corto.

Slide 7: Aprendizaje resumen.

Slide 8: CTA (sígueme, comenta, guarda).

▶ **ESTRUCTURA**

Cada slide independiente pero coherente con las demás.

Numeración visible (1/8, 2/8, etc.).

Tipografía grande, lectura cómoda en móvil.

Espacio en blanco abundante.

▶ **FORMATO FINAL**

Aspect ratio cuadrado 1:1 (1080x1080 px) o vertical 4:5.

Generar las 6-8 slides juntas, en serie.
 Tipografía sans-serif moderna: Inter, Manrope, Plus Jakarta Sans.

EJEMPLO VISUAL *Sun Tzu — El Arte de la Guerra · Estilo 15*

[Imagen de muestra]

Reemplaza este recuadro por tu imagen generada con el prompt 15

RESULTADO Carrusel listo para subir a LinkedIn directamente. 6-8 imágenes coherentes que cuentan una idea completa.

EJEMPLO REAL Javier, técnico IT en hospital, autor de newsletter

Quería convertir un artículo de su newsletter en carrusel de LinkedIn.

Cargó el artículo en NotebookLM, generó mapa, lo pasó por este prompt.

El carrusel llegó a 187k impresiones. 1.200 nuevos seguidores en una semana.

💡 **TIP PACO** El slide 1 (hook) es el 80% del éxito. Pídele explícitamente que el hook sea contraintuitivo, controvertido o muy específico. Nunca genérico.

⚠️ **CUÁNDO NO USARLO** Si tu tema es muy técnico o muy abstracto, el formato carrusel lo aplana. Mejor un artículo largo de LinkedIn o un post tipo hilo.

Prompts de iteración

Si la primera versión no convence (te va a pasar), no regeneres desde cero. Itera. Estos son los prompts de seguimiento que más funcionan.

Cuando los iconos son demasiado infantiles

► PROMPT ITERACIÓN

Cambia los iconos por algo más sobrio y profesional.
Estilo silueta minimalista, monocromo, no ilustración cartoon.
Mantén el resto exacto.

Cuando la paleta es muy chillona

► PROMPT ITERACIÓN

La paleta de colores es demasiado saturada.
Cámbiala por tonos más sobrios, tipo {REFERENCIA, ej. The Economist o Bloomberg}.
Mantén la jerarquía visual y los iconos exactos.

Cuando el texto es demasiado pequeño

► PROMPT ITERACIÓN

El texto de los nodos es ilegible al tamaño que voy a usar.
Aumenta tipografía 30%.
Reduce el número de nodos secundarios si hace falta para que respire.

Cuando se ha inventado conceptos

► PROMPT ITERACIÓN

El nodo {NODO_CONCRETO} no aparece en mis fuentes.
Quítalo o sustitúyelo por información que sí esté en los documentos adjuntos.
Revisa todos los nodos y descarta los que no estén respaldados por las fuentes.

Cuando quieres ajustar la idea central

► PROMPT ITERACIÓN

La idea central no es la correcta.

Cámbiala por: **{CONCEPTO_QUE_DEBE_SER_EL_CENTRO}**.

Reorganiza las ramas en torno a este nuevo eje.

Cuando quieres cambiar el formato sin tocar el contenido**► PROMPT ITERACIÓN**

Mantén el contenido exacto.

Cambia el aspect ratio a **{NUEVO_RATIO, ej. 9:16 vertical para redes}**.

Reorganiza los elementos para que encajen sin perder información.

ANTES DE TERMINAR

Cuatro principios que valen para los 15

1. Adjunta SIEMPRE las fuentes originales

Sin contexto, Gemini inventa. Con contexto, te respeta el contenido. La diferencia entre una infografía bonita y una infografía útil está aquí. No te lo saltes.

2. Itera, no aceptes la primera versión

Si no te convence, dile a Gemini exactamente qué cambiar. Tienes prompts de iteración listos en este documento. Tres iteraciones suelen bastar.

3. Adapta los prompts a TU caso

Cambia los hex de tu marca, ajusta el aspect ratio según para dónde vaya, mete tu jerga sectorial. Las variables marcadas en naranja son por algo.

4. Mantén el ojo crítico

Una infografía con tus datos puede ser muy bonita y aun así estar mal. Revisa antes de presentarla. La IA sirve para acelerar, no para sustituir tu criterio.

Si este recurso te ha sido útil

Suscríbete al canal Diario Vida IA para más recursos como este.

Newsletter: diariovida.com

Telegram noticias IA: t.me/noticiasia

Comunidad Telegram: t.me/PacoVidaAI

Un sistema más. Un día más.

Versión 3 · Mayo 2026 · Diario Vida IA