



ARCAARTIFICIAL

LOS 4 PROMPTS BASE

Branding completo con IA

Las fórmulas exactas que usé para crear
una marca completa en 4 horas

*"La IA no falla por falta de creatividad.
Falla cuando no le damos parámetros claros."*

POR LORDWIND ENRIQUE

CANAL ARCA ARTIFICIAL

INTRODUCCIÓN

Cómo usar este documento

Este PDF contiene los 4 prompts base que usé para crear una marca completa con ChatGPT Image 2.0 y Claude Design. Los mismos prompts del vídeo, ahora limpios, generalizados y listos para que tú los adaptes a tu propio negocio.

Cada prompt está estructurado con la metodología que mejor funciona para branding con IA: **ROL + CONTEXTO PROFUNDO + ATRIBUTOS + ANTI-REFERENCIAS**. Esa estructura es la diferencia entre un resultado genérico y uno con personalidad real.

La regla de oro

Todo lo que está entre **[CORCHETES]** es lo que tú vas a cambiar por tu información. Lo demás es estructura fija que ya está optimizada. No la toques, solo rellena.

Cuanto más detalle pongas en los corchetes, mejor sale el resultado. La IA no inventa lo que no le das. Tú eres el director de arte. Ella es la mano que ejecuta.

Antes de empezar, ten esto a mano

- **Nombre de tu marca** (real o tentativo)
- **Concepto del negocio** (qué vendes, a quién, qué te diferencia)
- **Personalidad jerarquizada** (3-4 atributos en orden de prioridad)
- **Anti-referencias** (qué clichés del sector NO quieres ver)
- **Referencias visuales** (estilos, marcas o lugares que te inspiran)

Si te saltas este paso, los prompts no van a funcionar como esperas. La estrategia siempre va antes que la ejecución.



ARCAARTIFICIAL

PROMPT 01

Las 3 propuestas de logo

Genera tres direcciones distintas de logo para tu marca: wordmark, badge e isotipo + wordmark. Te da opciones reales, no variaciones del mismo concepto.

Cuándo usarlo

Es el primer paso. Antes de generar packaging, web, posts o cualquier aplicación, necesitas el logo aprobado. Este prompt te da 3 caminos creativos diferentes para elegir o combinar.

ROL

Actúa como director de arte senior con 10 años de experiencia diseñando identidades de marca en [SECTOR DE TU NEGOCIO]. Tu trabajo es crear y ejecutar 3 propuestas de logo distintas entre sí, no solo describirlas.

CONTEXTO DEL NEGOCIO

- Nombre: [NOMBRE DE LA MARCA]
- Concepto: [QUÉ TIPO DE NEGOCIO ES]
- Producto / servicio estrella: [LO QUE VENDES]
- Público objetivo: [EDAD, PERFIL, COMPORTAMIENTO]
- Ubicación / canal: [LOCAL FÍSICO, ONLINE, AMBOS]
- Diferenciador: [QUÉ TE HACE DISTINTO]
- Ticket medio: [PRECIO PROMEDIO]

PERSONALIDAD DE MARCA (en orden de prioridad)

1. [ATRIBUTO PRINCIPAL]
2. [ATRIBUTO SECUNDARIO]
3. [ATRIBUTO TERCARIO]
4. Diferenciador único: [LO QUE TE HACE UNO Y NO OTRO]

REFERENCIAS VISUALES (inspiración, no copiar)

- [REFERENCIA 1: lugar, estilo o marca que te inspire]
- [REFERENCIA 2]
- [REFERENCIA 3]

EVITAR (anti-referencias específicas)

- [CLICHÉ 1 DEL SECTOR QUE NO QUIERES]
- [CLICHÉ 2 DEL SECTOR QUE NO QUIERES]
- [ESTILO COMÚN QUE SATURA EL MERCADO]
- Tipografías cliché del sector: [EJEMPLO]

ENTREGABLE: 3 PROPUESTAS DE LOGO

Diseña y ejecuta visualmente 3 logos completos, cada uno con dirección creativa distinta. No

describas, GENERA la imagen.

PROPUESTA 1 – WORDMARK TIPOGRÁFICO

Logo basado solo en tipografía del nombre, con personalidad fuerte. Sin isotipo. Pensado para funcionar solo con el nombre bien resuelto.

PROPUESTA 2 – BADGE / EMBLEMA

Logo tipo emblema circular o escudo con el nombre integrado, elemento gráfico central, y elementos secundarios.

PROPUESTA 3 – ISOTIPO + WORDMARK

Logo combinado: isotipo memorable + nombre acompañándolo. Composición horizontal y vertical.

PARA CADA PROPUESTA INCLUYE:

- Nombre conceptual de la dirección
- Justificación breve (3-4 líneas)
- Tipografía sugerida (nombre real, Google Fonts o Adobe Fonts)
- Paleta de 2-3 colores con códigos HEX

RESTRICCIONES TÉCNICAS

- No inventes nombres de tipografías. Si no estás seguro, di "tipografía similar a [referencia real]".
- Códigos HEX específicos, no descripciones vagas.
- Los 3 logos deben ser claramente distintos entre sí.
- Si el logo lleva texto, asegúrate que el nombre se lea correctamente sin errores ortográficos.

Si la primera generación cae en clichés (lo más común con badges), responde con anti-referencias específicas con ejemplos visuales contrarios. Tipo: 'No quiero estética americana clásica, quiero que se inspire en [referencia específica]'. Eso le rompe el patrón a la IA.



ARCAARTIFICIAL

Sistema de marca completo

Una vez tienes el logo aprobado, este prompt construye el sistema visual: paleta extendida, tipografías, recursos gráficos. La base que usarás en todas las aplicaciones.

Cuándo usarlo

Después de aprobar el logo, antes de cualquier aplicación. Este prompt te da el brand board: la lámina de referencia con todo el sistema visual unificado. Adjunta SIEMPRE el logo aprobado al lanzar este prompt.

El prompt completo

ROL

Actúa como director de arte senior especializado en sistemas de identidad visual, con experiencia en marcas de [SECTOR]. Tu trabajo es construir un sistema visual coherente a partir del logo aprobado, no solo describirlo.

CONTEXTO

- Marca: [NOMBRE]
- Logo aprobado: adjunto como referencia visual
- Concepto del negocio: [BREVE DESCRIPCIÓN]
- Personalidad: [3-4 ATRIBUTOS CLAVE]
- Público objetivo: [PERFIL]

REFERENCIA VISUAL OBLIGATORIA

Adjunto el logo aprobado de la marca. Toda decisión de paleta, tipografía y recursos gráficos debe partir de este logo y mantener su ADN visual. NO inventes una estética nueva.

ENTREGABLE: SISTEMA BASE DE MARCA EN UNA LÁMINA

Diseña una lámina visual tipo brand board profesional que contenga el sistema completo. Formato vertical, estilo manual de marca, fondo coherente con la estética del logo.

LA LÁMINA DEBE INCLUIR:

1. PALETA EXTENDIDA (6 colores)
 - 3 colores principales (extraídos del logo)
 - 1 color secundario que añade riqueza
 - 1 color acento para emergencias visuales
 - 1 color neutro para fondosCada color con: nombre conceptual, HEX, RGB y CMYK.
2. SISTEMA TIPOGRÁFICO (3 tipografías)
 - PRIMARIA: para titulares y logo. Nombre real

+ peso + justificación.

- SECUNDARIA: para cuerpos de texto y UI.
- TERCIARIA / UTILITARIA: para precios, números, etiquetas.

Las tres deben combinar bien y respetar la personalidad de marca.

3. RECURSOS GRÁFICOS DEL SISTEMA

- Un sello o badge identitario reutilizable
- Un patrón gráfico (textura, trama)
- Un elemento gráfico de apoyo

4. APLICACIÓN MUESTRA

3-4 mini-aplicaciones del sistema en piezas pequeñas (etiqueta, sello, badge promocional) que demuestren el sistema en uso.

DIRECTRICES OBLIGATORIAS

- TODA decisión visual COHERENTE con el logo adjunto.
- NO inventes nombres de tipografías. Si no estás seguro, di "similar a [referencia real]".
- HEX específicos y verificables.
- El brand board debe verse como página de manual profesional, no como infografía decorativa.
- Incluye fecha y versión (ej: "Versión 1.0 · 2026").

ESTILO DE LA LÁMINA

- Fondo coherente con la estética del logo
- Composición tipo brand board profesional
- Misma energía visual del logo
- Tipografía de la lámina tomada del propio sistema tipográfico que estás definiendo

EVITAR

- Estética genérica de Pinterest "moodboard"
- Sistema que no dialogue con el logo aprobado
- Paletas random sin lógica
- Tipografías inventadas
- Formato infografía sin función técnica

La regla de los 3 adjuntos

Para que el sistema dialogue con tu logo, **ADJUNTA** siempre el logo aprobado al lanzar este prompt. Sin esa referencia visual, la IA inventa estética nueva. La IA no tiene memoria. Tú se la das.

Aplicaciones reales con mockups base

Aplica tu marca a cualquier objeto del mundo real: food truck, camiseta, taza, bolsa, packaging, local. Funciona con cualquier mockup base que subas.

Cuándo usarlo

Cuando ya tienes logo y sistema de marca, y necesitas mostrar la marca aplicada a algo real. **El truco clave:** no le pidas que invente desde cero. Sube tú una foto base limpia y dile que aplique tu marca encima. Resultado infinitamente mejor.

ROL

Actúa como director de arte senior con 10 años de experiencia en branding y aplicaciones de marca.

CONTEXTO

Aplica la identidad de marca de [NOMBRE DE TU MARCA] a este [MOCKUP / OBJETO / SUPERFICIE].

Adjunto:

- Foto base del [MOCKUP] que quiero intervenir
- Logo refinado aprobado de la marca
- Brand board con paleta extendida y recursos gráficos

OBJETIVO

Transformar este [MOCKUP] en EL [MOCKUP] oficial de [NOMBRE DE TU MARCA], con la marca aplicada de forma realista, profesional y con personalidad [3 ATRIBUTOS DE TU MARCA].

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN

1. COLOR BASE

Pinta el [MOCKUP] usando los colores de mi paleta:

- Color principal: [HEX PRINCIPAL]
- Color secundario: [HEX SECUNDARIO]
- Mantén partes técnicas/funcionales en sus tonos originales (ruedas, metal, vidrio, cremalleras, etc., según el objeto).

2. LOGO PRINCIPAL

Aplica el logo en GRANDE en el lateral más visible del [MOCKUP]. Legible desde [DISTANCIA / CONTEXTO DE USO], ocupando 40-50% del área visible principal.

Mantén el estilo del logo original – debe verse [ESTILO: pintado a mano / vinilo limpio / bordado / serigrafía / grabado], no como pegatina plana genérica.

3. ELEMENTOS DECORATIVOS

- Sello [NOMBRE DEL SELLO/BADGE] en posición secundaria visible
- [PATRÓN O TEXTURA, ej: listones diagonales, pattern geométrico] como detalle gráfico
- [COLOR ACENTO HEX] como toque secundario (no protagonista)

4. TIPOGRAFÍA APLICADA

En [POSICIÓN VISIBLE] añade el texto: "[TAGLINE O FRASE BREVE DE TU MARCA]" en tipografía [TIPOGRAFÍA PRINCIPAL] o similar, en color que contraste con el fondo.

5. ESTILO GENERAL

- El [MOCKUP] debe verse REAL, no render vectorial limpio
- La aplicación debe tener [ACABADO REALISTA: textura de pintura / desgaste sutil / brillo de vinilo nuevo / textura de tela]
- Mantén el contexto y entorno de la foto base
- [ILUMINACIÓN ESPECÍFICA: luz natural de día / iluminación de estudio / luz dramática]

REFERENCIAS DE INSPIRACIÓN

- [REFERENCIA 1: marcas/lugares/estilos que encajan con tu visión]
- [REFERENCIA 2]
- [REFERENCIA 3]

NO inspiración: [ESTILOS QUE NO QUIERES]. Esta marca es [CARÁCTER ESPECÍFICO DE TU MARCA].

EVITAR

- Logos pegados como stickers planos
- Estilo render 3D limpio vectorial sin alma
- [ANTI-REFERENCIA ESPECÍFICA DE TU SECTOR]
- Aspecto perfecto tipo cadena multinacional (a menos que sea tu marca)
- Cambiar la forma o estructura del [MOCKUP] base

FORMATO DE SALIDA

Misma composición y ángulo que la foto base.
Misma calidad fotográfica realista. El [MOCKUP] debe verse como si la marca llevara [TIEMPO DE USO: meses / recién aplicada / con uso natural].
Foto realista, no render 3D.

Por qué esto funciona

Subir un mockup base real (con su mugre, su contexto, su realidad) le da a la IA un punto de partida con alma. Si le pides que invente desde cero, te da renders limpios sin contexto. La diferencia es brutal.



ARCAARTIFICIAL

Manual de marca interactivo

Genera un manual de marca interactivo navegable en Claude Design. La pieza que cierra todo el proceso y te diferencia de cualquier portafolio en PDF.

Cuándo usarlo

Cuando ya tienes todas las piezas generadas (logo, sistema, aplicaciones, campaña). Este prompt junta todo en un manual interactivo web. Se usa en **Claude Design**, no en ChatGPT.

Pasos previos antes de lanzar el prompt

- **Nombrar todos tus archivos** antes de subirlos. Tipo: '01_logo_principal.png', '02_brand_board.png', '03_food_truck.png', etc. Si no, Claude no sabe qué imagen es qué cosa.
- **Tener clara la estructura del manual**. Cuántas secciones, qué va en cada una.
- **Tener la paleta y tipografías exactas** con códigos HEX y nombres de fuentes verificados.
- **Subir todas las imágenes** al chat antes de lanzar el prompt principal.

```
ROL
Actúa como diseñador web senior especializado
en manuales de marca interactivos navegables.
Construye una experiencia web profesional,
no una infografía estática.

CONTEXTO DEL PROYECTO
Estoy creando un manual de marca interactivo
para [NOMBRE DE LA MARCA]. La marca es
[BREVE DESCRIPCIÓN: rubro, concepto, personalidad].

He subido todas las imágenes que necesitas:
logo, brand board, aplicaciones, campañas,
landing. Están nombradas según su función
(01_logo, 02_brand_board, etc.).

Toda la información visual de la marca debe
salir de las imágenes que adjunto. NO inventes
una estética nueva.

ENTREGABLE
Un manual de marca interactivo en formato web
navegable, con [NÚMERO] secciones, menú
flotante de navegación, transiciones suaves
entre secciones, y diseño coherente con la
identidad visual adjunta.

ESTRUCTURA DE SECCIONES (adaptable)

01. PORTADA HERO
```

- [DESCRIPCIÓN DE LA PORTADA: imagen hero, vídeo, composición tipográfica]
- Menú flotante con navegación a las demás secciones

02. CONCEPTO DE MARCA

- [TU CONCEPTO DE MARCA EN UN PÁRRAFO]
- Tagline visual destacado

03. SISTEMA DE LOGO

- Logo principal en sus variantes
- Usos correctos e incorrectos

04. PALETA CROMÁTICA

- Cada color con HEX clickable que copie al portapapeles
- Nombre conceptual + código + uso

05. SISTEMA TIPOGRÁFICO

- Tipografías con ejemplos en vivo
- Jerarquía visual

06. RECURSOS GRÁFICOS

- Sellos, patrones, elementos secundarios

07. APLICACIONES

- Galería de las piezas generadas
- [LISTA DE APLICACIONES: food truck, packaging, redes, etc.]

08. CAMPAÑA EDITORIAL

- [DESCRIPCIÓN DE TU CAMPAÑA]

09. LANDING WEB

- Hero de la web con [TIPO DE CONTENIDO: vídeo / imagen estática]

10. CIERRE

- Tagline final
- Datos de contacto / créditos

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Paleta exacta a usar:

Principal: [HEX]

Secundario: [HEX]

Acento: [HEX]

Neutro: [HEX]

- Tipografías a usar:

Titulares: [NOMBRE DE FUENTE REAL]

Cuerpo: [NOMBRE DE FUENTE REAL]

Detalles: [NOMBRE DE FUENTE REAL]

- Estilo visual general: [DESCRIPCIÓN DE LA ESTÉTICA: callejera / minimalista /

premium / etc.]

DIRECTRICES OBLIGATORIAS

- USA las imágenes que adjunto. No inventes imágenes nuevas.
- Mantén coherencia visual entre todas las secciones.
- El menú debe ser flotante y siempre accesible.
- Las transiciones entre secciones deben ser suaves.
- Colores HEX clickables que copien al portapapeles.
- Diseño responsive (debe verse bien en móvil y desktop).

EVITAR

- Estética genérica de plantilla web
- Páginas que no dialoguen con la marca visual
- Saturación de animaciones
- Texto excesivo en secciones que deben ser visuales
- Inventar imágenes que no he proporcionado

Tres trucos para que Claude Design funcione bien

- **Nombra los archivos antes de subirlos.** '01_logo_principal' es mucho más útil que 'IMG_2034.png'. Claude lee el nombre y lo usa de contexto.
- **Estructura clara del prompt.** Sección 1 hace esto, sección 2 hace lo otro. Cuanto más explícito, mejor sale.
- **Itera por partes, no en bloque.** No le pidas 'cambia todo'. Pídele 'ajusta solo la portada hero, mantén el resto igual'. Cambios atómicos, no masivos.



Las 7 verdades del método

Lo que aprendí construyendo una marca completa con IA. Apunta esto. Si solo te llevas una sección de este PDF, que sea esta.

01

Estrategia antes que prompt

El 95% de la gente se salta este paso. Sin briefing claro (concepto, público, personalidad jerarquizada, anti-referencias), la IA devuelve el promedio. La calidad del output depende de la calidad del input estratégico.

02

La IA no falla por falta de creatividad. Falla por falta de restricciones

Cuanto más le dices qué NO quieres, mejor sale lo que sí quieres. Las anti-referencias específicas con ejemplos contrarios rompen los clichés de entrenamiento.

03

La IA no te da lo que pides. Te da lo que conoce

Cuando le pides 'badge para hamburguesería', su default es el patrón más visto en su entrenamiento. Tus restricciones del prompt no siempre ganan contra sus sesgos visuales. Por eso necesitas iterar con anti-referencias.

04

La regla de los 3 adjuntos

Adjuntar logo aprobado + brand board + foto del producto en CADA nuevo prompt mantiene la coherencia visual. La IA no tiene memoria. Tú se la das.

05

Pídelo pieza por pieza, no todo de golpe

Cuando le pides 'el manual completo en una imagen', reparte esfuerzo y nada queda profundo. Lámina por lámina, prompt por prompt. Cada pieza al 95% en lugar de todo al 50%.

06

Mockups base superan a inventar desde cero

Subir una foto base de mockup limpio y pedirle 'aplica la marca encima' da resultados con contexto, mugre, historia. Pedir 'genera un food truck' da renders limpios sin alma.

07

La IA no reemplaza al diseñador. Cambia el tipo de diseñador que sobrevive

El que sigue haciendo lo mismo de siempre, lo van a comer. El que entiende que la IA es el lápiz nuevo, va a hacer trabajos que antes le costaban semanas. Pero el lápiz no diseña solo. Diseña quien sabe usarlo.



ARCAARTIFICIAL