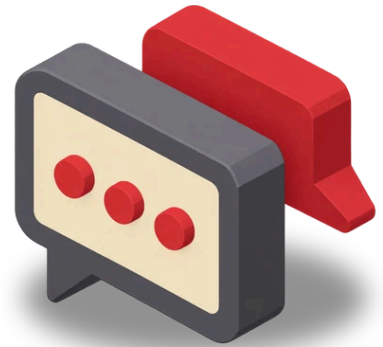


■ TODO LO QUE SE TE VA A PREGUNTAR

HÍBRIDO 1

lenguaje

Cómo habla



Lo que se pregunta en tu test, para que lo leas con calma antes de empezar. Una parte la cuentas con tus palabras; la otra la eliges viendo. Al final, lo que sale de él.

9

preguntas para contar

3

piezas: ¿ya las tienes?

10

secciones para elegir

344

opciones para mirar

VA CON

TECNOLOGÍA E IA
Bot de WhatsApp y de voz**01**

Lo que cuentas tú

Etapa 1 de 2 · Tu marca en tus palabras

02

Lo que eliges viendo

Etapa 2 de 2 · Enséñanos tu gusto

03

Lo que sale de tu test

Cómo habla tu marca, por escrito



Tu parte la haces tú, desde casa y cuando quieras. Se guarda solo según escribes: puedes cerrar y volver en otro momento. No es corto, pero va a tu ritmo y sin fecha límite.

Lo que *cuentas* tú

Primero marcas lo que ya tienes. Después, unas cuantas preguntas abiertas: contesta como hablarías, sin pensar en quedar bien. No hay respuestas malas y no hay que contestarlas todas hoy.

01 Qué tienes

Antes de empezar te proponemos una cosa: dinos qué tienes YA. Marca las que ya tengas — los motivos, aquí abajo. Y si lo quieres todo nuevo, o si no lo sabes, tienes un botón para cada caso.

Claim (eslogan)

¿Tienes ya una frase corta que va siempre con tu nombre?

Documento de mensaje

¿Tienes escritos los mensajes que repites siempre?

Tono de voz · 10 pares

¿Tienes ya definido cómo le hablas a tu cliente?

TRES MOTIVOS PARA MARCAR UNA CASILLA

1. **Te gusta y no quieres que se toque.** Lo marcas y usamos exactamente lo tuyo, sin cambios que no hayas pedido.
2. **Te da igual cambiarlo o no.** Márcalo como que lo tienes y nos ahorramos esa vuelta.
3. **No lo necesitas o no lo quieres.** Lo dejamos fuera: nadie va a producir algo que no vas a usar.

Cada tarjeta tiene tres posiciones: **sin tocar**, no lo tienes y lo hacemos nosotros · **un toque**, ya lo tienes y no se toca · **otro toque**, duda: te la preguntamos antes de tocar nada.

02 Las 6 base

Las importantes. No hay respuestas correctas: cuanto más te alargues y más tuyo suene, mejor sale todo lo demás. Si alguna no te sale, sáltala y vuelve luego. Esto es siempre confidencial: se guarda en tu base de datos, en la nube.

1 ¿Qué cliente te alegra el día cuando ves su nombre en la agenda? ¿Y cuál te lo estropea?

Piensa en dos personas concretas, no en dos tipos de cliente. Y no hace falta ser amable.

2 ¿Qué es lo que más te repiten tus clientes, aunque sea por lo bajo?

Vale la queja dicha a la cara, la que oíste de refilón y la que simplemente te huele.

3 ¿Qué se dice en tu gremio que tú sabes que es mentira?

Eso que todo el mundo repite y que tú, por horas de oficio, sabes que no se sostiene.

4 Cuando alguien acaba de tratar contigo, ¿cómo quieres que se quede?

Una palabra vale: tranquilo, aliviado, con ganas, respetado. Piensa en cómo se va, no en lo que piensa.

5 Si de ti sólo se le quedara UNA frase a alguien, ¿cuál querrías que fuera?

Dicha como se la dirías a un amigo, no como la pondrías en un cartel.

6 Cuando te dicen que eres caro, ¿qué es lo que esa persona no está viendo?

Las horas, el material, los años o el cuidado que desde fuera no se notan.

03 Las profundas

Dos más personales. Suelen ser las que dan lo mejor, pero si no te apetece contestarlas, no pasa nada.

7 Dime tres marcas o negocios que te gusten de verdad. ¿Qué le robarías a cada uno?

No hace falta que sean de lo tuyo. Lo que vale es el porqué, no el nombre.

8 ¿Y tres que no soportas? ¿Qué es lo que no harías jamás como ellos?

Aquí suéltate. Lo que te repele nos sirve tanto como lo que te gusta, y suele ser más claro.

04 La marca por dentro

Una sobre lo que no negocias. Sé sincero: esto no lo lee nadie más que nosotros.

9 ¿A qué le has dicho que no aunque te viniera bien decir que sí?

Un encargo, un cliente, un atajo. Tus valores están ahí, no en una lista de palabras bonitas.

Lo que *eliges* viendo

Aquí no hay que escribir: se señala. Vas viendo y marcas lo que te suena a ti y lo que no. No lo pienses mucho — lo primero que te tira suele ser lo bueno, y de eso sale tu manera de contar las cosas: cómo suena tu marca, qué dice y qué no dice nunca.

En el test cada opción se ve en su tarjeta, y algunas suenan. Aquí van por su nombre, para que sepas qué te vas a encontrar.

05 Arquetipo de marca

ELIGES HASTA 2

¿Qué personaje interpreta tu marca en la mente del cliente? Elige 1-2: 1 principal y 1 de apoyo como mucho.

El Héroe Coraje · Superación	El Rebelde Ruptura · Libertad	El Sabio Verdad · Conocimiento	El Creador Imaginación · Obra
El Explorador Aventura · Autenticidad	El Mago Transformación	El Amante Deseo · Sensorial	El Bufón Humor · Presente
El Cuidador Protección · Servicio	El Gobernante Control · Estatus	El Inocente Optimismo · Sencillez	El Corriente Cercanía · Tribu

06 Voces (escritores)

ELIGES HASTA 5

La voz da el CÓMO SUENA cada vídeo. Toca un nombre y destapa cómo contaría ESE escritor tu negocio: una idea escrita para ti, no una cita. Elige 5: serán los disfraces verbales de tu marca.

Bukowski honestidad sucia de barra	Hemingway frase seca, iceberg	Séneca estoico, firme, útil	Pérez-Reverte mala leche de veterano
García Márquez torrente, realismo mágico	Cioran pesimismo lúcido, aforismo	Borges precisión, laberinto, enigma	Wilde ingenio y paradoja
Camus lúcido, mediterráneo, solar	Orwell claridad política, sin humo	Lorca metáfora, duende, sur	Quevedo sátira mordaz, filo
Cortázar juego, giro fantástico	Rulfo seco, rural, hondo	Galeano memoria breve, injusticia	Twain humor americano, socarrón
Vonnegut humor negro, absurdo tierno	King tensión, miedo cotidiano	Cervantes ironía noble, aventura	Dahl travieso, giro cruel-dulce
Montaigne el ensayo: pensar en voz alta	Marco Aurelio deber sin aplauso	Kafka absurdo con voz de trámite	Chéjov el detalle que lo dice todo
Neruda oda a lo pequeño	Palahniuk manifiesto en segunda persona	Cormac McCarthy seco, bíblico, sin adornos	Murakami calma extraña, detalle preciso
Delibes la dignidad del oficio	Fitzgerald brillo con melancolía	Saramago parábola, frase larga, moral	Machado sobriedad, camino, España
Dostoievski fiebre moral, alma	Tolstói panorama, moral, detalle	Kundera ensayo dentro del relato	Umberto Eco erudición con guiño
Joan Didion frialidad elegante, mirada clínica	James Baldwin moral encendida, claridad	Douglas Adams absurdo lógico, humor seco	Terry Pratchett humor con filo
Hunter S. Thompson gonzo, primera persona, vértigo	Truman Capote frío, elegante, cruel	Emily Dickinson guion, brevedad, sesgo	Walt Whitman celebración, lista, cuerpo
Clarice Lispector interior, extrañeza, urgencia	Kapuściński reportaje humano, sin cinismo	Raymond Chandler negro, símil, calle	Ursula K. Le Guin imaginación política
Toni Morrison memoria, comunidad, dignidad	Ray Bradbury asombro y aviso	Kipling temple, oficio, aguante	Saint-Exupéry ternura, aire, esencia

Pessoa muchas voces, melancolía	Rilke consejo íntimo, silencio	Chesterton paradoja, humor de prensa	Miguel Hernández pueblo, dolor, barro
Virginia Woolf interior, corriente, precisión	Francisco Umbral columna, adjetivo, ego		

07 Lentes (filósofos)

ELIGES HASTA 5

La lente da el QUÉ dice con alma: los valores y la postura. Toca un nombre y destapa cómo miraría ESE pensador tu negocio. Elige 5. Abajo se cruzan con las voces que hayas marcado.

Nietzsche crea tus valores, ámalos	Epicteto controla lo que depende de ti	Séneca tiempo, brevedad, foco	Epicuro placer sereno, lo suficiente
Aristóteles virtud, término medio	Platón esencia, ideal, verdad	Sócrates pregunta, incomoda, revela	Diógenes provoca, rompe la convención
Maquiavelo poder, estrategia, realismo	Kant deber, principio universal	Kierkegaard angustia, elección, salto	Sartre libertad y responsabilidad
Schopenhauer voluntad, deseo, pesimismo	Spinoza razón sobre la emoción	Lao-Tse wu wei, no forzar	Confucio orden, deber, armonía
Heráclito todo fluye, cambio	Montaigne duda, ensayo, humildad	Beauvoir libertad, mirada, género	Byung-Chul Han cansancio, rendimiento, atención
Ortega circunstancia, auto-exigencia	Marco Aurelio deber, servicio, sin aplauso	Descartes duda metódica, empezar de cero	Pascal quietud, apuesta, corazón
Wittgenstein lenguaje, claridad, silencio	Hume costumbre, experiencia, escepticismo	Hegel el choque que hace avanzar	Arendt pensar, actuar, empezar algo nuevo
Simone Weil atención como generosidad	Foucault quién decide qué es normal	Camus absurdo, rebeldía, sol	Unamuno agonía, contradicción, coraje
María Zambrano razón poética, claro del bosque	Gracián prudencia, brevedad, corte	Sun Tzu estrategia, terreno, engaño	Musashi camino solitario, precisión
Buda impermanencia, atención	Rousseau naturaleza, contrato, cadena	Hobbes miedo, orden, pacto	Locke experiencia, tolerancia, límite
John Stuart Mill libertad, daño, mayoría	Marx trabajo, clase, cambio	Adam Smith interés propio, intercambio	Popper falsación, sociedad abierta
Bourdieu gusto, capital, distinción	Guy Debord espectáculo, representación	Baudrillard simulacro, copia sin original	McLuhan medio, mensaje, extensión
Barthes mito, signo, lectura	John Berger modos de ver, relación	Rawls justicia, velo de ignorancia	Judith Butler género, repetición, norma
Emerson autoconfianza, originalidad	Thoreau simplicidad, bosque, desobediencia	Peter Singer ética práctica, consecuencia	Chomsky propaganda, consentimiento

08 Arco narrativo

ELIGES HASTA 5

La forma de la emoción a lo largo del vídeo. Elige 1-5 arcos habituales. Son formas distintas de contar una historia: elige las que más te gusten — no usaremos solo esas, pero nos ayuda saber cuáles prefieres.

Viaje del héroe Reto → Caída → Victoria	In medias res Empezar en el clímax	Ascenso y caída Advertencia	Antes / Después Transformación
David vs Goliat Pequeño contra grande	Kishōtenketsu Giro sin conflicto	Falso documental Realidad hackeada	Montaña rusa Altibajos constantes
Hombre en el hoyo Caída y rescate	Flechazo / obsesión Deseo creciente	Tragedia Caída sin retorno	Bucle / círculo Vuelta al inicio
Escalera Progreso por peldaños	Petición y pago Promesa cumplida	Flashback / marco Historia dentro de historia	Cuenta atrás Reloj corriendo
Anticlímax La caída del globo	Acumulación Uno detrás de otro	Espejo Dos que se reflejan	Línea plana Anti-arco

De la nada a todo De menos a más	Vencer al monstruo Enemigo	La búsqueda Camino	Ida y vuelta Camino
Renacimiento Transformación	Cenicienta Transformación	Pirámide de Freytag Estructura	Tres actos Estructura
La columna de Pixar Estructura	Lo que hay y lo que podría haber Estructura	Antes, después y el puente Estructura	Crisis crecientes Tensión
Siembra y recogida Tensión	Falsa victoria Tensión	El precio Tensión	El testigo Voz
Coro de voces Voz	El malentendido Giro	Rebelión Giro	La objeción Duda → Prueba

09 Banderas rojas

Marca todo lo que NO quieres ver en tus vídeos. Lo que dejes sin marcar, entra en juego. Añade abajo cualquier veto propio (nombres que no se tocan, música vetada...).

Temas 17	Formatos 15
Política · Religión · Sexo · Dinero / sueldos · Salud / medicina · Muerte · Violencia · Drogas · Alcohol · Vida privada / familia · Menores (salir a cámara) · Deporte y equipos · Cuerpo y físico · Dietas y adelgazamiento · Animales y su trato · Inmigración · Sucesos y tragedias de actualidad	Bailes / trends de baile · Retos virales · Cámara oculta / bromas · Disfraces · Memes · Story time dramático · Cotilleo · Polémica / drama · Clickbait · Bailes de moda con audio ajeno · Reacciones a otros creadores · Comparaciones con la competencia · Sorteos · Colaboraciones pagadas sin avisar · Contenido de otro reaprovechado
Técnicas 14	Claims 6
Voz de IA · Imagen IA evidente · Subtítulos chillones · Zooms bruscos · Filtros de belleza · Transiciones mareantes · Texto tapando la cara · Emojis por todos lados · Música con voz / letra · Texto encima de la cara · Música con derechos · Vertical recortado de un horizontal · Vídeo sin subtítulos · Imágenes de banco de fotos	Resultados garantizados · «El nº 1 / el mejor» · Promesas médicas · Curas milagro · «Sin esfuerzo» · Urgencia / descuento falso
Tono 5	Colores 1
Tacos / soez · Agresivo · Arrogante / chulo · Quejica / negativo · Aire de superioridad	Colores que NO quiere ver la marca
Voz 9	Marca 5
Gritar · Susurrar · Locutor de radio antiguo · Tono de teletienda · Acento impostado · Risa forzada · Voz infantil · Hablar deprisa · Cantar el precio	Estirar o girar el logo · Cambiarle el color al logo · El logo sobre foto cargada · Más de dos tipografías en una pieza · Colores fuera de la paleta
Lenguaje 6	Legal 6
Tacos · Todo en mayúsculas · Signos de exclamación repetidos · Anglicismos del sector · Tutear al cliente · Emojis en piezas serias	Prometer resultados garantizados · Llamarse «líder» sin dato que lo sostenga · Nombrar a un cliente sin permiso · Antes y después en salud o estética · Precios sin condiciones a la vista · Responder a una crítica en público

10 Registro de voz

Los ajustes finos de cómo habla tu marca por escrito.

Nivel de humor Serio ↔ Gamberro · de 0 a 10	Formalidad Colega ↔ Institucional · de 0 a 10
Emojis Nunca · Con cuentagotas · Libre	Idioma(s) del contenido Castellano · Català · Galego · Euskera · Valencià · English · Français · Português · Deutsch · Italiano · Nederlands · Polski · Română · Ελληνικά (griego) · y 34 más

11 La voz hablada

¿Qué respuesta te gusta más al problema expuesto?

El que te explica la radiografía calma clínica	El colega del taller cercanía de gremio	La narradora de documental autoridad serena	El presentador de la mañana energía amable
--	---	---	--

La recepcionista del hotel bueno servicio impecable	El vecino de toda la vida confianza de barrio	La consultora que cobra caro precisión sin adornos	El maestro de obra contundencia tranquila
La profesora que caía bien didáctica con guasa	El comercial que no aprieta venta sin presión	La voz del gimnasio empuje directo	El de la barra a las once humor de mostrador
La abogada que te tranquiliza firmeza formal	El artesano que enseña su taller orgullo callado	La azafata en la turbulencia aplomo entrenado	El amigo que te dice la verdad honestidad incómoda
La voz de la app que ayuda neutra y útil	El de la megafonía del mercado pregón, calle	El taxista que te cuenta la ciudad cercanía de calle	La enfermera de guardia calma de turno de noche
El entrenador antes del partido arenga corta	El guía del museo saber que se comparte	La locutora de la radio de noche intimidad de madrugada	El técnico que arregla la caldera oficio explicado
La bibliotecaria orden y silencio	El comentarista de partido emoción en directo	La megafonía del aeropuerto aviso público	El abuelo que cuenta lo de antes memoria y batalla
La niña que explica lo que sabe asombro honesto	El monitor de campamento mando amable	El cocinero que canta la comanda barra y cocina	El del campo que habla despacio campo y calma

12 Los mandos de la voz

Los números de la voz hablada. El personaje lo eliges arriba; esto es lo que hay que decirle a quien graba o a la síntesis.

Voz de Mujer · Hombre · Indiferente · Las dos, alternando	Edad que aparenta Joven · 20-30 · Adulta · 30-45 · Madura · 45-60 · Mayor · 60+
Tímbre Grave · Medio · Claro	Ritmo Pausado ↔ Vivo · de 0 a 10
Energía Serena ↔ Entregada · de 0 a 10	Sonrisa en la voz Neutra ↔ Sonriente · de 0 a 10
Acento Neutro de España · Madrileño · Andaluz · Canario · Catalán o valenciano · Gallego · Vasco · Murciano · Extremeño · Aragonés · Latino neutro · Mexicano · Colombiano · Argentino · y 66 más	Idioma(s) EN QUE SE LOCUTA Castellano · Català · Galego · Euskera · Valencià · English · Français · Português · Deutsch · Italiano · Nederlands · Polski · Română · Ελληνικά (griego) · y 34 más
Trato De tú · De usted · Sin pronombre	Muletillas y titubeo Ninguna · limpio · Alguna natural · Libre · que suene a persona

13 CTA y cierre

ELIGES HASTA 3

Cómo pide acción tu marca al final de cada vídeo. Elige 2-3 CTAs habituales: se van rotando según el formato, siempre al servicio de tu objetivo.

Palabra clave por DM Lead directo	Reserva / cita Conversión dura	Ven a probar Físico	Sígueme para la parte 2 Retención de cuenta
Guárdalo / compártelo Alcance	Cierre circular sin CTA Marca	Link en bio a web Tráfico	Código / cupón Incentivo
Pregunta para comentarios Engagement	WhatsApp directo Cercanía	Etiqueta a alguien Alcance viral	Descarga gratis / lead magnet Captura
Comenta una palabra Lead directo	Rellena el formulario Lead directo	Llama por teléfono Lead directo	Manda un audio Lead directo
Pide presupuesto Conversión dura	Añade al carrito Conversión dura	Prueba gratis Conversión dura	Plazas limitadas Escasez
Lista de espera Escasez	Escanea el QR Físico	Ven a la tienda Físico	Activa el aviso Retención de cuenta
Únete al grupo Retención de cuenta	Elige entre dos Engagement	Cuenta tu caso Engagement	Deja una reseña Prueba social
Recomienda a alguien Prueba social			

14 La marca como herramienta

Un manual en PDF deja de abrirse a los seis meses. Marca qué inteligencia artificial usas y qué quieres poder hacer solo: de eso depende que el plug te sirva o se quede en la carpeta.

IA	8	Uso	11
Usa ChatGPT · Usa Claude · Usa Gemini o Copilot · No usa ninguna, pero quiere · No usa y no le interesa · Usa Perplexity o similar · Usa la IA que trae Canva o Notion · Lo usará alguien del equipo, no tú		Quiere escribir en su voz · Quiere consultar la norma · Quiere revisar lo que hacen otros · Quiere contestar mensajes en su voz · Quiere que le corrijan lo escrito · Quiere traducir sin perder el tono · Quiere formar a quien entre nuevo · Quiere escribir las fichas de producto · Quiere preparar presupuestos · Quiere resumir lo que se habló · Quiere escribir el correo incómodo	

Lo que *sale* de tu test

Cómo habla tu marca, por escrito

El único nivel sin nada visual, y es a propósito: para escribir el guion de un bot no hace falta color, hace falta saber qué contesta y qué no contesta nunca.

- **Tus valores:** propósito, propuesta de valor, tres mensajes clave con lo que los sostiene y una descripción corta.
- **Cómo habla tu marca:** arquetipo, voces, lentes, tono de voz en diez pares, registro, arco, llamadas a la acción y cierres.
- **Lo que no se dice nunca:** tus banderas rojas. En una marca, lo que no se toca; en un bot, lo que no contesta jamás.
- **La voz hablada y sus mandos:** para el bot que coge el teléfono.
- **Tu plug verbal:** tu IA o tu bot escriben y contestan como tu marca.

■ CÓMO SIGUE

01

Tu parte

La haces tú, desde casa y cuando quieras: un test. Una parte la eliges viendo —arquetipos, voces, tonos— y otra la cuentas con tus palabras. Se guarda solo, puedes cerrarlo y volver, y no tiene fecha límite.

02

Nuestra parte

Con lo que sale del test escribimos cómo habla tu marca: lo que contesta tu bot, lo que no contesta nunca y con qué voz.

03

Sin visita

Este nivel no lleva visita: se hace entero con tu test.

¿Qué es un plug?

Un plug es la versión de AIMA de un plugin: un software agéntico especializado en una tarea concreta, que tu IA sabe usar. Lo que te llega depende de lo que contrates. Si es diseño —tu marca o las pantallas de tu web—, suele ser tu marca hecha plug: software adaptado a tu identidad que se conecta a la IA que ya usas y le enseña a trabajar con ella.

