

18/08/2026

MATERIAL DE REPASO

PROGRAMACIÓN

CON IA

NIVEL II

EL MÉTODO

El método, en seis pasos.

01

Idea

Qué ofrecés, a quién le hablás y qué querés que esa persona haga.

02

Diseño

Qué secciones, en qué orden, con qué colores y con qué tono.

03

Pedido

Contarle todo eso a la IA, con los límites bien claros.

04

Código

Recibir la página, verla funcionando y guardarla.

05

Prueba

Mirarla como cliente, sobre todo desde el celular.

06

Mejora

Pedir correcciones, de a una por vez, hasta que quede.

No es una línea recta con un final: es un círculo. La página de dentro de tres meses va a ser mejor que la de esta semana, y está bien que así sea.

PARTE 1

Antes de escribir nada.

Decisiones de negocio, no técnicas. Las podés tomar hoy, en una hoja de papel, sin abrir la computadora.

QUÉ PÁGINA VAS A HACER

Cuatro tipos de página.

Distinguir las evita malentendidos, sobre todo al momento de pedir un presupuesto.

Web informativa

Explica algo: un negocio, un servicio.
Busca que se entienda y generar confianza.

Landing

Empuja hacia una acción puntual:
consultar, agendar, comprar, dejar un contacto.

Prototipo

Una maqueta para imaginar y conversar.
No funciona de verdad, pero evita invertir de más.

MVP

La versión más chica que ya se puede mostrar a gente real, probar y usar para aprender.

Mínimo no quiere decir mal hecho: quiere decir que resuelve una sola cosa y la resuelve bien.

LAS TRES DECISIONES

Las tres decisiones iniciales.

01 · QUÉ OFRECÉS

Elegí tres cosas

No quince. Ante quince opciones, quien recién conoce el negocio no elige ninguna. Tres se entienden, se comparan y se deciden.

02 · A QUIÉN

Sé concreto

“Público general” equivale a no decir nada: el resultado le habla a nadie en particular. Definí qué necesita resolver esa persona.

03 · QUÉ ACCIÓN

Una sola, y realista

Quien recién conoce el negocio no compra: consulta. Por eso el botón dice consultar y no comprar ahora.

Conviene escribirlas antes de empezar: después se copian casi textuales dentro del prompt.

LA CUARTA DECISIÓN

Los límites del proyecto.

Si no ponés límites

La IA los inventa por vos: te agrega un carrito que no funciona y un formulario que no manda nada a ningún lado.

Y eso te cuesta caro

Un botón que no anda destruye la confianza más rápido de lo que la construye toda la página.

EJEMPLO DE LÍMITES

No cobra

Sin carrito

Sin stock real

No pide datos personales

Sin base de datos

LA ESTRUCTURA

Seis secciones, seis preguntas.

¿Dónde estoy?

Tres o cuatro palabras arriba, para ver de un vistazo qué hay.

¿Qué ofrecen acá?

Título, subtítulo y el botón principal. Se entiende en dos segundos.

¿Qué puedo elegir?

Tres tarjetas parejas, para comparar sin esfuerzo.

¿Por qué a ustedes?

Eso que ya repetís por WhatsApp todos los días.

¿Y mis dudas?

Envíos, pagos, cambios, plazos.

¿Cómo sigo?

El botón otra vez y los datos de contacto.

PREGUNTAS FRECUENTES

Las preguntas frecuentes.

Cada duda que la página no responde es una consulta que no llega. Estas son las cuatro más habituales.

¿Cuánto sale el envío?

Costo, zonas y a partir de qué monto es gratis.

¿Cuánto tarda?

Plazo real, no el que te gustaría.

¿Cómo pago?

Medios que aceptás y si hay descuento por alguno.

¿Puedo cambiarlo?

Plazo, condiciones y qué queda afuera.

Usá las cuatro que más te consultan a vos. Las de cada rubro son distintas.

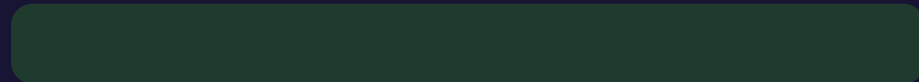
DISEÑO

La regla de los tres colores.

01

Uno oscuro

Para los textos y las zonas fuertes.



#1F3B2E

02

Uno claro

Para los fondos de las secciones.



#F2EFE3

03

Uno de acento

Bien contrastado y usado poco: casi solo el botón.



#C25A2E

Cuando un color se usa poco, el ojo lo busca. Cuando se usa en todos lados, deja de significar algo.

DISEÑO

Cómo elegir la paleta.

EL PUNTO DE PARTIDA

Buscar referencias

Mirá dos o tres páginas de negocios del mismo rubro y observá qué colores usan. No para copiarlas: para poder describir lo que buscás.

[Generar una paleta completa ↗](#)

CÓMO SE ESCRIBEN

Código hexadecimal

Un numeral y seis caracteres, así: #1F3B2E. Lo entiende cualquier herramienta y evita que la IA adivine el tono.

[Elegir un color y ver su código ↗](#)

ANTES DE ELEGIR

Definir el clima

Artesanal, moderno, serio, cercano. Una juguetería y un estudio contable no deberían usar el mismo tono, aunque compartan la estructura de la página.

Los tres colores se escriben en el prompt con su código, así el resultado no depende de cómo interprete la herramienta la palabra “verde”. Los textos en celeste abren una herramienta gratuita en el navegador.

LOS TEXTOS

Los textos: característica y beneficio.

CARACTERÍSTICA

“Termo de acero inoxidable de 1 litro con doble pared y tapón cebador.” Describe el producto. La persona debe deducir sola para qué le sirve.

BENEFICIO

“Mantiene el agua caliente todo el día, aunque salgas a las siete de la mañana.” Describe la vida de quien compra. Se entiende sin pensar.

FRASES QUE NO APORTAN INFORMACIÓN

Calidad y excelencia

Los mejores precios

Atención personalizada

+10 años de experiencia

El test del competidor: si otro negocio del rubro puede escribir exactamente la misma frase sin mentir, esa frase no aporta nada. La inteligencia artificial tiende a escribirlas, y por eso el paso 2 de la construcción es reescribir los textos.

LAS FOTOS

Las fotos, con el celular.

Lo determinante no es la cámara, sino tres condiciones que no cuestan nada.

01

Luz de día

Cerca de una ventana y sin flash. La luz artificial amarillea y el flash aplana.

02

Fondo liso

Una pared blanca o una tela. Todo lo que esté atrás distrae del producto.

03

Todas iguales

Misma distancia, misma luz. Cuando las tarjetas quedan parejas la página se ve profesional.

¿Todavía no tenés fotos? Pedile a la IA dibujos hechos con código, como los del ejemplo de la clase. Ahí no hay ni una sola foto.

LAS FOTOS

De dónde obtener las imágenes.

Bibliotecas gratuitas

Unsplash, Pexels o Pixabay. Sirven para imágenes de ambiente, no para tu producto. Revisá siempre la licencia de cada imagen.

Google Imágenes no

Esas fotos tienen dueño. Hay estudios que se dedican a rastrear su uso y reclamar. Es un riesgo real y evitable.

Que no pesen

Ninguna imagen debería pasar de 1 MB. Una foto del celular pesa cinco. Buscá “comprimir imágenes”.

Las fotos del producto tienen que ser propias: se nota cuando la imagen pertenece a un catálogo ajeno.

PARTE 2

El pedido.

Un prompt no es una frase mágica. Es la forma de dar contexto para que la IA no tenga que suponer.

Cada pregunta que no respondés es una decisión que la IA va a tomar por vos. No es que se equivoque: completa el hueco con lo más probable, y lo más probable es lo más genérico.

EL PEDIDO

Un buen prompt responde seis preguntas.

01 · QUÉ

Objetivo

Qué tipo de página es y para qué existe.

02 · PARA QUIÉN

Público

Quién la va a leer y qué necesita resolver.

03 · QUÉ INCLUYE

Secciones

El contenido mínimo que no puede faltar.

04 · CÓMO SE VE

Estética

Colores, tipografías, clima y celular primero.

05 · QUÉ ACCIÓN

El botón

Qué querés que la persona haga. Una sola cosa.

06 · QUÉ NO HACE

Límites

Sin pagos, carrito real ni datos personales.

No es mejor por ser más largo. Es mejor porque saca ambigüedad. Preguntate: ¿qué le queda por adivinar?

USO RESPONSABLE

La regla de oro: datos reales no van.

NUNCA

DNI CUIT CBU Tarjetas Contraseñas Base de clientes Pedidos reales
Capturas de chats

SÍ, TRANQUILO

Captura del prototipo Paleta #hex Tipografías Secciones Tono de marca

Tres razones: sale de tu control, si es de un cliente no es tuya para compartir, y sobre todo, no hace falta.

USO RESPONSABLE

Cómo reemplazar los datos reales.

El diseño no nota la diferencia

La página se ve igual, la estructura se prueba igual, y no expusiste a nadie.

Usá corchetes

Cuando llegue el momento de publicar saltan a la vista y no se te escapa ninguno sin reemplazar.

Cliente: María G. – DNI 30.111.222	→	Cliente: [CLIENTE DE EJEMPLO]
Teléfono: +54 9 11 5555-1234	→	Teléfono: [NÚMERO DE PRUEBA]
Pedido #4821 · pagado con tarjeta	→	Pedido: [PEDIDO DE MUESTRA]

TU TURNO

La plantilla del proyecto.

Completala antes de escribir el prompt: estas seis respuestas se trasladan casi textuales.

Nombre del negocio

Qué ofrezco (tres cosas)

A quién le hablo

Qué quiero que haga

Mis tres colores

Qué NO hace mi página

Si completaste esto, ya tenés el noventa por ciento del trabajo hecho. Lo que sigue es pegarlo en el lugar correcto.

PARTE 3

Construirla paso a paso.

Son cuatro pedidos. El primero levanta la página entera; los tres que siguen son retoques cortos.

Lo que está resaltado en naranja dentro de cada prompt es lo único que tenés que cambiar por lo tuyo.

ANTES DE EMPEZAR

Dónde se escriben los prompts.

En una conversación nueva

Los cuatro pedidos van en la misma conversación, uno atrás del otro, para que la herramienta recuerde lo que ya hizo.

Se abre un panel al costado

Con la página funcionando. En Claude se llama artefacto; en ChatGPT, canvas. Dos botones arriba a la izquierda alternan entre ver la página y ver el código.

Y desde ahí se descarga

Arriba a la derecha, al lado de “Copiar”, hay una flecha con Descargar como HTML. Ese es el archivo de tu página.

Si el botón no aparece: cambiá a la vista de código, copialo, pegalo en el Bloc de notas y guardá el archivo como index.html, eligiendo “Todos los archivos” en el tipo de archivo.

La página completa.

Actuá como desarrollador frontend y diseñador UX/UI.

Creá un sitio web estático, en un único archivo HTML, para la vidriera de un emprendimiento que vende mates, termos y accesorios, llamado "El Rincón del Mate".

PÚBLICO: personas que descubren el producto en redes y quieren consultar antes de comprar.

SECCIONES, en este orden:

1. Barra de navegación con menú hamburguesa en pantallas chicas.
2. Portada con título, subtítulo y botón de consulta por WhatsApp.
3. Tres tarjetas de producto con nombre, descripción corta y precio de ejemplo.
4. Cuatro beneficios cortos.
5. Cuatro preguntas frecuentes sobre envíos, pagos y cambios, que se despliegan al hacer clic.
6. Cierre con llamado a la acción y pie de página con datos de contacto.

ESTÉTICA: verde profundo #1F3B2E para los títulos y los fondos oscuros, terracota #C25A2E solamente para la acción principal, y crema #F2EFE3 para los fondos de sección. Serif para los títulos, sans para el texto. Colores definidos como variables al inicio del CSS. Generoso con el espacio.

CELULAR: en pantallas de menos de 640 píxeles, las tarjetas en una sola columna y los botones ocupando todo el ancho.

LÍMITES: agregá comentarios claros en español que identifiquen cada sección. El botón de consulta por ahora es un enlace de ejemplo, sin número real. Sin carrito, pagos, base de datos ni datos personales: los productos y precios son ficticios. No uses imágenes externas.

Devolvémelo como un artefacto, así lo veo funcionando y lo puedo descargar como .html.

PASO 1 DE 4

Qué revisar en la primera versión.

Conviene revisarla antes de pedir cambios: sin conocer el punto de partida no se puede evaluar la mejora.

¿Se entiende?

En dos segundos: qué ofrecés y para quién es.

¿Y el botón?

Se tiene que encontrar rápido, sin buscarlo.

¿Está el orden?

Las seis secciones, como las pediste.

¿Suena a persona?

O suena a robot. Eso lo arreglamos en el paso 2.

La primera respuesta es una base, no un resultado final. Tratala como un primer borrador sobre el que se trabaja.

PASO 2 DE 4

Los textos que venden.

Lo único que la IA no puede poner por vos, porque no conoce tu negocio.

Reescribí los textos de la página como si fueras redactor publicitario.

Cada tarjeta de producto tiene que decir un beneficio concreto, no una característica: no "termo de acero de 1 litro", sino "mantiene el agua caliente todo el día".

Sacá cualquier frase genérica del tipo "calidad y excelencia" o "los mejores precios".

El título principal tiene que explicar qué vendemos y para quién en menos de diez palabras.

No cambies el diseño, ni los colores, ni la estructura. Actualizá el mismo artefacto y mostrame además una lista con los textos que cambiaste.

Después de este paso, revisá vos: la IA no conoce tus plazos ni tus precios. Si dice que despachás en 24 horas y no es así, esa frase se te vuelve en contra el primer día.

PASO 3 DE 4

El ajuste que haga falta.

Primero mirá qué salió flojo de verdad, y recién ahí elegí cuál de los dos usar.

En este único archivo HTML, las tarjetas de productos se ven demasiado angostas en celular y los botones quedan difíciles de tocar. Quiero que en pantallas de menos de 640 píxeles se muestren en una sola columna, con más separación y los botones ocupando todo el ancho.

Mantené los textos, los colores y la estructura general. Modificá solamente los estilos necesarios, conservá los comentarios en español y explicame al final qué cambiaste y por qué.

PASO 4 DE 4

Que el botón funcione.

Hasta acá tenías una maqueta muy linda. Con esto se convierte en una página de verdad.

Último paso: hacé que los botones de WhatsApp funcionen de verdad.

Los botones de consulta, el de la portada y el del cierre, tienen que abrir este enlace:

<https://api.whatsapp.com/send?phone=5491100000000>

Que se abran en una pestaña nueva y con el mensaje "Hola! Quiero una recomendación" ya precargado.

Agregá también un botón flotante de WhatsApp abajo a la derecha, con el mismo enlace, y actualizá el número en el pie de página. No cambies nada más. Actualizá el mismo artefacto.

El número va con código de país, sin espacios, sin guiones y sin el signo más. Argentina: 54, después 9, después el número sin el 15. Un ejemplo de la forma final: 5491100000000.

ADAPTARLO A TU RUBRO

El mismo prompt, en otros rubros.

Solo cambia lo resaltado. Las secciones, los límites y los comentarios quedan igual.

INDUMENTARIA

Tienda de ropa

Tres tarjetas: abrigos, pantalones y básicos.

Dudas: cambios, guía de talles y envíos.

Paleta: #1C1C1C · #E8E1D5 · #C08A3E

GASTRONOMÍA

Rotisería de barrio

Tres tarjetas: menú del día, viandas y tartas.

Dudas: horarios, delivery y pedidos anticipados.

Paleta: #6E1F2A · #F6EFE4 · #7A8B4F

SERVICIOS

Estudio contable

Tres tarjetas: monotributo, sueldos e impuestos.

Dudas: qué incluye, plazos y honorarios.

Paleta: #17233D · #EDEFF3 · #2F7FBF

CURSOS

Taller presencial

Tres tarjetas: nivel inicial, intermedio y clases sueltas.

Dudas: horarios, materiales y formas de pago.

Paleta: #A8503A · #F4EDE4 · #6E8C6A

Buscá el caso más parecido al tuyo, tomá el molde y reemplazá el contenido. La estructura de la página no cambia.

PARTE 4

Leerla y mejorarla.

Lo que separa a alguien que usa estas herramientas con criterio de alguien que solo copia y pega.

LEER CÓDIGO

Los comentarios son el índice del archivo.

No se ejecutan

La computadora los ignora y no se ven en la página.
Están escritos para nosotros.

Te ubican

Son los carteles del supermercado: vas directo al pasillo que buscás. Con Ctrl + F saltás a cualquiera.

Y te dan las palabras

“Modificá solo la sección PRODUCTOS” funciona mucho mejor que “cambiá eso de las tarjetas”.

```
<!-- BARRA DE NAVEGACIÓN -->
<!-- PORTADA PRINCIPAL -->
<!-- PRODUCTOS -->
<!-- PREGUNTAS FRECUENTES -->

/* COLORES PRINCIPALES */
/* VERSIÓN PARA CELULAR */

// MENÚ PARA CELULAR
```

LEER CÓDIGO

F12: las herramientas del navegador.

El navegador trae gratis una herramienta para ver de qué está hecha cualquier página.

CÓMO SE ABRE

Tecla F12

O clic derecho e “Inspeccionar”. En Mac, Cmd + Opción + I.

SOLAPA ELEMENTS

Señalar y ver

Pasás el mouse por el código y se ilumina esa parte de la página.

ÍCONO DEL CELULAR

Vista de celular

Con las herramientas ya abiertas, hacé clic en el ícono con forma de teléfono. Simula distintos modelos.

SIN RIESGO

Probar sin romper

Editás un texto y ves cómo queda. Al recargar, vuelve todo.

No sirve para guardar cambios: sirve para entender y para saber qué pedir. Convierte un “no me gusta” en “las tarjetas quedan angostas en celular”. Los atajos de teclado varían según el navegador; el ícono está siempre.

CAMBIOS Y CORRECCIONES

Cómo pedir un cambio.

Si algo no quedó como esperabas, no hace falta empezar de cero. Un pedido de corrección tiene cuatro partes.

1

Contexto

Dónde estamos. "En este único archivo HTML..."

2

Qué pasa

El problema, descrito como se ve en pantalla.

3

Qué esperás

El resultado concreto que querés en su lugar.

4

Qué no se toca

Los textos, los colores o la estructura.

```
// La fórmula aplicada
En la sección PRODUCTOS, las tarjetas se ven demasiado angostas en celular.
Quiero que se muestren en una sola columna, con los botones más grandes.
Mantené los textos y los colores. Explicame al final qué cambiaste.
```

Esa última frase, "explicame qué cambiaste", convierte cada corrección en algo que además enseña. Y una regla: un pedido por vez.

ANTES DE DARLA POR BUENA

Las cuatro fallas más comunes.

Enlace incorrecto

El botón parece andar pero no lleva a ningún lado. Es la más cara: justo ahí decidió escribirte.

Celular débil

Tarjetas angostas, textos apilados raro, botones difíciles de tocar.

Menú incompleto

Se ve bien en la computadora pero en el celular se desarma.

Exceso de texto

Si hay tres cosas resaltadas, no hay ninguna resaltada.

¿Se entiende qué ofrezco?

¿Sé qué hacer?

¿Leo sin zoom?

¿El botón abre mi chat?

¿Los precios son ciertos?

¿Saqué los [corchetes]?

RECOMENDACIONES

Dos recomendaciones finales.

Guardar versiones

Antes de pedir un cambio grande, guardá una copia con otro nombre: index-v1.html, index-v2.html. Cuesta cinco segundos y es la única forma de volver atrás si algo se rompe.

Probarla con otra persona

Mostrásela a alguien que no conozca el negocio y no le expliques nada. Observá qué hace y qué pregunta. Vale más que veinte revisiones propias: quien escribió la página siempre la entiende, aunque no se entienda.

HERRAMIENTAS

Las herramientas disponibles.

Claude

La que usamos en clase. Todo el recorrido, con la página funcionando al costado. Plan gratuito con límite.

ChatGPT

Hace lo mismo. Si ya la usás, seguí con ella: todo esto funciona igual.

Gemini

La alternativa de Google, cómoda si ya vivís en Gmail y Drive.

Perplexity

Para buscar datos con las fuentes a la vista. Abrilas y verificalas siempre.

El plan gratuito alcanza para todo esto. Un plan pago amplía límites, no reemplaza el criterio: no hay plan que arregle un pedido mal hecho.

PREGUNTAS FRECUENTES

Sobre publicar y costos.

Mientras está en mi compu, ¿está en internet?

No. Es un archivo tuyo, como un documento. Podés abrirlo y mandarlo, pero no tiene dirección propia y Google no lo ve. Publicarlo es el Nivel III.

¿Cuánto cuesta publicarla?

Puede no tener costo: existen servicios gratuitos para sitios como este. Lo único que se abona, y solo si se quiere, es el dominio propio. Lo vemos en el Nivel III.

¿Puedo usar mi propio dominio?

Sí. El dominio se contrata aparte y se abona por año. Dónde y cómo hacerlo lo vemos en el Nivel III.

¿Va a aparecer en Google?

No automáticamente. Una vez publicada, aparecer lleva tiempo y trabajo específico. Es un tema aparte.

PREGUNTAS FRECUENTES

Sobre trabajar con la IA.

¿Por qué me da distinto si pido lo mismo?

Porque no es un programa que ejecuta siempre igual: es un modelo que predice, y siempre hay variación. Por eso conviene trabajar todo en una misma conversación.

¿Se acuerda de mi proyecto mañana?

Depende de la herramienta y del plan. La regla práctica: una sola conversación por proyecto, y si empezás otra, volvé a pegar el prompt del paso 1.

¿Puede mirar mi página y decirme qué mejorar?

Sí, y es de lo más útil: le mandás una captura y le pedís que la evalúe como si fuera un cliente que entra por primera vez.

¿Y si se equivoca y no me doy cuenta?

Va a pasar: inventa precios, arma botones que no llevan a ningún lado y a veces dice que corrigió sin haber corregido. Por eso existe la lista de control.

PREGUNTAS FRECUENTES

Sobre tu negocio.

¿Hasta dónde llego sin un programador?

Para una vidriera como esta, te alcanza. Para un sistema con usuarios, pagos o datos de clientes, no: ahí hay decisiones de seguridad que necesitan a alguien que sepa. Lo que sí cambia es que ahora llegás a esa conversación sabiendo qué pedir.

¿No es más fácil con WordPress o Wix?

Son otro camino y para muchos negocios es válido. Pagás una cuota y tenés menos control. Igual te sirve lo aprendido: ahí también hay que decidir las seis secciones y escribir los textos.

¿Es seguro poner mi WhatsApp?

El enlace deja tu número visible, y para un negocio eso es lo que querés. Usá un número de trabajo y activá WhatsApp Business para filtrar.

¿Y si tengo cincuenta productos?

Para la primera versión, elegí tres. Una vidriera no es un catálogo: es lo que hace que alguien te escriba.

GLOSARIO

Términos que aparecen en el curso.

HTML

La estructura: qué elementos existen.
El título, el párrafo, la tarjeta, el botón.
Es el esqueleto.

CSS

La apariencia: colores, tamaños,
espacios, tipografías, y cómo se
reacomoda en pantallas chicas.

JavaScript

El comportamiento: que el menú se
abra, que una pregunta se despliegue
al hacer clic.

Prompt

El pedido que le escribís a la
inteligencia artificial.

Artefacto / canvas

El panel que se abre al costado del
chat con la página funcionando, y
desde donde la descargás.

MVP

Producto mínimo viable: la versión
más chica que ya sirve para mostrar,
probar y aprender.

GLOSARIO

Seis términos más.

Responsive

Que la página se adapte sola al tamaño de la pantalla.

Comentario

Una nota dentro del código, escrita para las personas. No se ve en la página.

Hexadecimal

La forma de escribir un color: un numeral y seis caracteres, como #1F3B2E.

CTA

Llamado a la acción: el botón donde decís qué querés que la persona haga.

Iterar

Probar, corregir y volver a probar. Es el paso 6 del método.

Dominio

La dirección propia de tu página, como minegocio.com.ar. Se compra y se paga por año.

PRÓXIMOS ENCUENTROS

Seguimos en septiembre.

Son dos encuentros distintos. Solo uno es la continuación de este curso.

08 · SEPTIEMBRE

Gestión del conocimiento con IA

Curso independiente de Programación, con el mismo formato en vivo. La inscripción es aparte.

22 · SEPTIEMBRE · CONTINÚA

Programación con IA · Nivel III

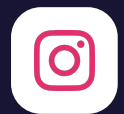
Tomamos esta misma página, la llevamos a una versión profesional y la publicamos con enlace propio.

Los detalles de cada encuentro los publicamos en nuestras redes.

NOS VEMOS EN EL PRÓXIMO

Una web se construye con criterio.

La herramienta puede cambiar. El criterio queda.



Instagram

@IAFundacion



WhatsApp

11 2852-6062



Sitio web

www.iaf.ai



Correo

info@iaf.ai