

TUTORIALES

Tu tienda online desde una foto

Le haces una foto a tu producto más vendido, pegas un prompt y ChatGPT te devuelve una tienda entera: diseño, ficha, carrito, cuentas, pasarela de pago y panel de administración.

LECTURA

12 min

PRECIO

Gratis

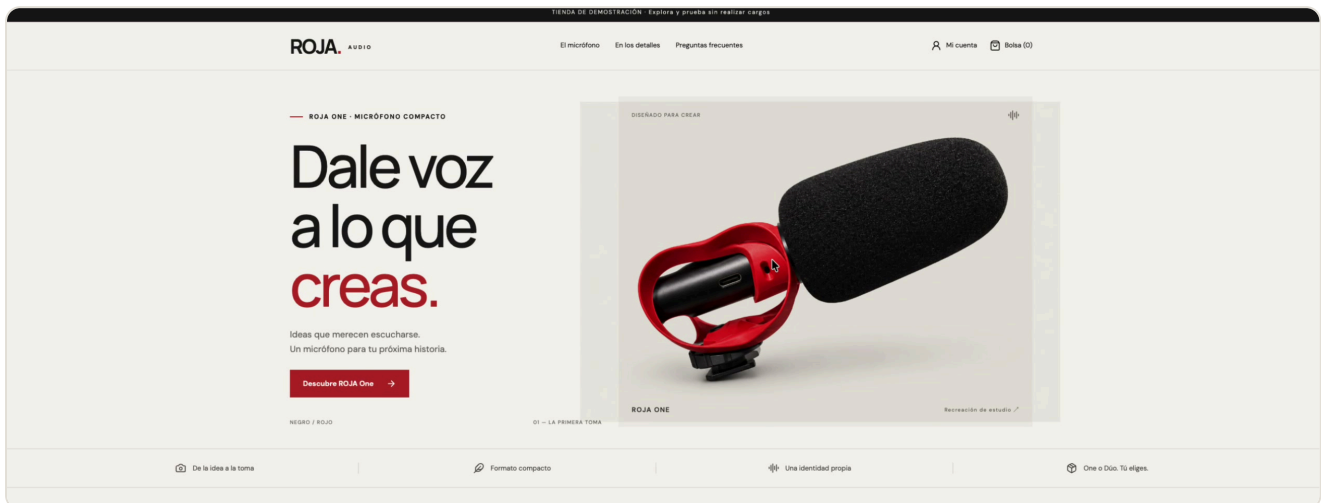
01	Lo que vas a tener al final.	para que sepas a qué vas
02	Lo que necesitas.	una foto y dos ajustes
03	El prompt.	cópialo entero
04	Qué hace mientras trabaja.	las siete fases, en cristiano
05	Lo que te entrega.	y dónde está cada cosa
06	La tienda por dentro.	esto es lo que recibe tu cliente
07	Lo que no se inventa.	y por qué importa
08	Lo que te falta para vender de verdad.	la parte que nadie cuenta
09	Quién te enseña a venderla.	porque yo no

Si tienes un negocio físico y llevas años diciendo que «algún día» montarás la parte online, esto va a incomodarte un poco: se hace en una tarde y con una foto.

No es una plantilla ni un maquetador. Es un prompt largo que le pide a ChatGPT una tienda completa, y te la devuelve funcionando, con su base de datos y su panel de administración. Aquí está el prompt entero, lo que hace paso por paso, y lo que te va a faltar para vender de verdad, que también te lo digo.

1 Lo que vas a tener al final. para que sepas a qué vas

Esto no es una web de una sola página con un botón. Mira lo que salió de una foto de un micrófono hecha con el móvil:



la portada, con la marca, los colores y el texto sacados de la propia foto del producto.

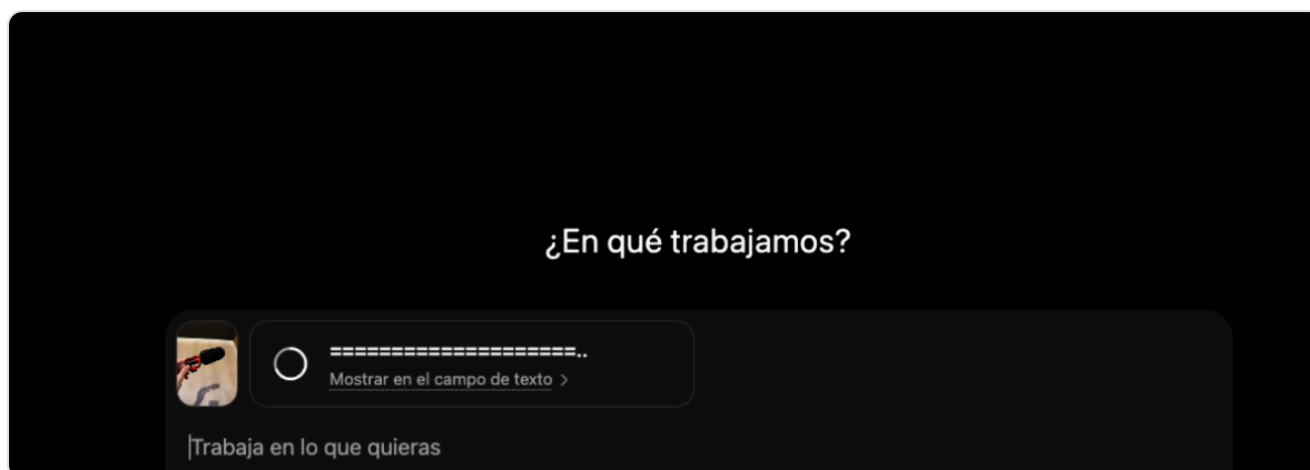
Y detrás de esa portada hay una tienda de verdad: ficha de producto con variantes y precio, carrito, cuentas de cliente, pedidos, base de datos y un panel para administrarlo. Todo eso lo verás más abajo.

2 Lo que necesitas. una foto y dos ajustes

Una foto del producto	Con el móvil vale. Que se vea entero, con buena luz y sin cosas alrededor que despisten. De esa foto va a sacar el color, el material y hasta a quién se lo vende.
------------------------------	--

ChatGPT en modo Work	Se elige arriba del todo. Es el modo que puede construir y publicar; en el modo normal esto no funciona.
-----------------------------	--

El último modelo, con el esfuerzo alto	Se elige abajo a la derecha. Es un encargo largo: con el esfuerzo bajo se salta fases enteras.
---	--



la foto adjunta y el prompt pegado. al ser tan largo, chatgpt lo convierte en un archivo de texto: es normal y no pasa nada.

3 El prompt. cópialo entero

Adjunta la foto y pega esto detrás. Lo único que tienes que tocar son los tres corchetes del bloque «DATOS QUE TE DOY»: la marca, tus costes y el stack. Si no sabes qué poner en alguno, escríbele que lo estime él.

=====

ROL

=====

Actúas como un equipo full-stack completo: director de arte, copywriter de respuesta directa, arquitecto de software y desarrollador senior front-end y back-end. Tu entregable es una aplicación de ecommerce COMPLETA y funcional –frontend, backend, base de datos, panel de administración y despliegue– del producto que aparece en la imagen adjunta.

=====

REGLA CERO – TÚ IDENTIFICAS EL PRODUCTO

=====

No te voy a decir qué producto es. Dedúcelo de la imagen.

Antes de escribir una sola línea de código, entrégame un BRIEF DE IDENTIFICACIÓN:

- 1) Qué producto es exactamente (categoría, subcategoría, uso principal).
- 2) Materiales, acabados, formato y tamaño aparente.
- 3) Paleta de color REAL extraída de la foto, en códigos HEX.
- 4) Gama percibida (masa / medio / premium / lujo) y por qué.
- 5) Público objetivo: edad, género, poder adquisitivo, contexto de uso y motivación emocional de compra.
- 6) Variantes lógicas del producto (tallas, colores, formatos) si las hay.
- 7) Tu nivel de confianza en la identificación (0-100%).

Si tu confianza es menor del 85%, PÁRATE y hazme máximo 3 preguntas antes de seguir. No inventes características que no puedas ver en la imagen (ingredientes, certificaciones, origen, tecnología interna).

=====

DATOS QUE TE DOY

=====

- Imagen del producto: [ADJUNTA LA FOTO]
- Marca: [NOMBRE o "propón 3 opciones y recomiéndame una"]
- Mercado: España / UE – Idioma: español – Moneda: EUR
- Coste unitario y coste de envío: [RELLENA o dime que lo estimes]
- Stack preferido: [Next.js + PostgreSQL + Prisma, o el que recomiendes tú justificando la elección]

=====

FASE 1 – ESTRATEGIA Y PRECIO

=====

- Posicionamiento en una frase y propuesta única de valor.
- 3 objeciones principales de compra y cómo las neutralizas.
- Ángulo emocional dominante.
- PRECIO: referencias comparables reales del mercado español. Precio ancla, precio de venta, precio de pack. Justifica el margen contando IVA (21%), comisión de pasarela y coste de envío. Psicología de precios coherente con la gama (si es lujo, NO uses terminaciones en ,99).

=====

FASE 2 – ARQUITECTURA TÉCNICA

=====

Antes de codificar, entrégame el diseño del sistema:

- Stack elegido y por qué (framework, ORM, base de datos, hosting).
- Diagrama de arquitectura: cliente, servidor, base de datos, servicios externos (pagos, email, almacenamiento de imágenes).
- Esquema completo de base de datos con relaciones. Mínimo estas tablas: products, product_variants, product_images, inventory, customers, addresses, carts, cart_items, orders, order_items, payments, discounts, reviews, admin_users, sessions, webhook_events.

- Contrato de la API: cada endpoint con método, ruta, payload de entrada, respuesta, códigos de error y si requiere autenticación.
- Estrategia de estado del carrito (invitado vs. cliente registrado) y qué pasa al fusionar ambos en el login.

=====

FASE 3 – BACKEND (código completo, no pseudocódigo)

=====

1) MODELO DE DATOS

- Esquema del ORM completo + migraciones.
- Script de seed que cargue el producto identificado con sus variantes, precios, stock inicial e imágenes.

2) API

- Catálogo: listar productos, detalle por slug, variantes y stock.
- Carrito: crear, añadir, actualizar cantidad, eliminar, recuperar.
- Cupones: validación de descuentos con reglas (importe mínimo, caducidad, un solo uso, porcentaje o importe fijo).
- Cálculo de totales EN SERVIDOR: subtotal, descuento, envío, IVA 21%, total. NUNCA confíes en el precio que llegue del cliente; recalcula siempre contra la base de datos.
- Pedidos: crear, consultar por número + email, historial del cliente.
- Clientes: registro, login, recuperación de contraseña, direcciones.
- Reseñas: enviar, moderar, listar solo las aprobadas y verificadas.

3) PAGOS – STRIPE

- Creación de sesión de Stripe Checkout desde el servidor con los importes recalculados.
- Endpoint de WEBHOOK con verificación de firma. Maneja al menos: checkout.session.completed, payment_intent.payment_failed, charge.refunded.
- Idempotencia: guarda cada evento en webhook_events y descarta duplicados. El pedido solo pasa a "pagado" desde el webhook, jamás desde una redirección del navegador.
- Descuento de stock atómico y transaccional en el momento del pago confirmado, con control de sobreventa.
- Configuración adicional para PayPal y Bizum si el stack lo admite.
- Todas las claves como variables de entorno. Dame el .env.example y las instrucciones exactas de qué tengo que hacer yo para activarlo.

4) EMAILS TRANSACCIONALES

- Confirmación de pedido, envío con número de seguimiento, recuperación de contraseña, solicitud de reseña post-compra, carrito abandonado.
- Plantillas HTML responsive con el copy y la identidad visual de la FASE 4. Integración con Resend o similar.

5) PANEL DE ADMINISTRACIÓN (protegido con login)

- Dashboard: ventas, pedidos del día, ticket medio, stock bajo.
- CRUD de productos, variantes, precios e imágenes.
- Gestión de pedidos: ver detalle, cambiar estado, marcar como enviado con seguimiento, emitir reembolso vía Stripe.
- Gestión de stock e inventario.
- Moderación de reseñas.
- Creación y gestión de cupones.
- Exportación de pedidos a CSV.

6) SEGURIDAD

- Hash de contraseñas con bcrypt o argon2. Nunca en texto plano.
- Autenticación por sesión o JWT con cookies httpOnly y SameSite.
- Validación y saneado de TODA entrada con Zod o equivalente.
- Rate limiting en login, registro, checkout y recuperación.
- Protección CSRF, cabeceras de seguridad, CORS restrictivo.
- Consultas parametrizadas siempre (nada de SQL concatenado).
- Rol de administrador verificado en el servidor en cada ruta de admin, no solo ocultando botones en el front.

- Logs de errores sin filtrar datos sensibles ni claves.

=====

FASE 4 – IDENTIDAD VISUAL

=====

Deriva TODO del producto de la foto, no de plantillas genéricas.

- Paleta completa (primario, secundario, acento, fondo, texto) en HEX.
- Tipografías Google Fonts: display para titulares, neutra para cuerpo.
- Espaciado amplio, mucho aire, jerarquía clara.
- Percepción de lujo: fondos limpios, sombras suaves, micro-animaciones sutiles al scroll. Nada de degradados chillones ni estética de plantilla de dropshipping.

=====

FASE 5 – FRONTEND (código completo)

=====

Mobile-first, responsive, sin marcadores tipo "aquí iría el contenido".

Páginas y componentes:

- Home / landing de producto con hero, prueba social, beneficios, storytelling, especificaciones, comparativa, garantía, FAQ y CTA final.
- Ficha de producto: galería con zoom, selector de variantes, selector de cantidad, stock en tiempo real desde la API.
- Carrito lateral persistente.
- Checkout con validación en cliente y en servidor.
- Páginas de éxito y de pago fallido.
- Área de cliente: pedidos, seguimiento, direcciones, datos.
- Estados vacíos, estados de carga (skeletons) y manejo de errores de API con mensajes claros al usuario.

COPY completo en español de España, listo para pegar:

- 3 variantes de titular del hero para test A/B.
- Beneficio primero, característica después.
- FAQ de 6-8 preguntas que resuelvan objeciones reales.
- Meta title, meta description y ALT de todas las imágenes.
- Urgencia HONESTA: nada de contadores falsos ni "quedan 3 unidades" inventados. Si muestras stock, que venga de la base de datos real.

SEO Y ANALÍTICA:

- HTML semántico, Open Graph, sitemap, robots.txt.
- Datos estructurados schema.org/Product con precio, disponibilidad y agregado de valoraciones solo si hay reseñas reales.
- GA4 y Meta Pixel con eventos view_item, add_to_cart, begin_checkout y purchase. El evento purchase se dispara con datos del pedido confirmado.
- Accesibilidad AA: contraste, navegación por teclado, ALT, foco visible.
- Rendimiento: lazy-load, imágenes optimizadas, sin librerías pesadas.

=====

FASE 6 – IMÁGENES PROFESIONALES

=====

Shot list con el prompt de generación listo para usar de cada toma:

- Packshot sobre fondo neutro, luz de estudio suave, sombra realista.
- Detalle macro del material o acabado.
- Bodegón lifestyle en el contexto de uso del público objetivo.
- Imagen de escala o producto en mano.
- Banner horizontal para el hero.

En TODOS los prompts de imagen añade al final, literalmente:

"no text, no letters, no typography, no logos, no watermarks"

Fondos y props respetando la paleta de la FASE 4. Estética de catálogo de marca de lujo, no de marketplace.

=====

FASE 7 – LEGAL, TESTING Y DESPLIEGUE

=====

=====

LEGAL (España / UE):

- Aviso Legal, Política de Privacidad, Términos y Condiciones, Política de Cookies con banner de consentimiento previo, Política de Devoluciones con derecho de desistimiento de 14 días y formulario de desistimiento.
- Marca claramente los campos que debo rellenar con mis datos fiscales.

TESTING:

- Tests de las funciones críticas: cálculo de totales, aplicación de cupones, descuento de stock, verificación del webhook.
- Guía de pruebas manuales con tarjetas de test de Stripe: pago correcto, pago rechazado, reembolso y webhook duplicado.

DESPLIEGUE:

- Dockerfile y docker-compose para desarrollo local.
- Instrucciones de despliegue paso a paso (Vercel/Railway o el que recomiendes) con la base de datos gestionada.
- .env.example completo y documentado.
- README con instalación, migraciones, seed y arranque.
- Estrategia de backup de la base de datos.

=====

RESTRICCIONES INNEGOCIABLES

=====

- Las reseñas y testimonios son PLANTILLAS marcadas con [PENDIENTE DE SUSTITUIR POR RESEÑA REAL]. No generes nombres, fotos ni valoraciones presentándolos como reales: en la UE las reseñas falsas son ilegales. Sí diseña el sistema técnico para recopilar reseñas verificadas de compradores reales.
- No inventes certificaciones, premios, cifras de ventas, ingredientes ni garantías sin confirmármelo antes.
- No inventes datos de mercado ni precios de competidores sin señalarlos como estimación.
- Código completo y ejecutable. Prohibido escribir "// implementar aquí", "resto del código igual" o similares.
- Si algo depende de información que no tienes, márcalo como [PENDIENTE] y pregúntamelo al final, no lo rellenes a ciegas.

=====

ENTREGABLES

=====

- 1) Brief de identificación del producto.
- 2) Estrategia y precio justificado.
- 3) Arquitectura, esquema de base de datos y contrato de API.
- 4) Código backend completo (modelos, API, pagos, webhooks, emails, admin).
- 5) Guía de estilo visual.
- 6) Código frontend completo con copy incluido.
- 7) Shot list con prompts de imagen.
- 8) Páginas legales.
- 9) Tests y guía de pruebas.
- 10) README, .env.example y guía de despliegue.
- 11) Checklist de lo que tengo que hacer yo para estar vendiendo (dominio, Stripe verificado, datos fiscales, fotos reales, alta en GA4).

Trabaja fase por fase. Al acabar cada fase, resume en 3 líneas y continúa sin pedirme permiso, salvo que tu confianza en la identificación del producto sea menor del 85%. Si una fase se corta por longitud, dime exactamente dónde te quedaste y continúa cuando te escriba "sigue".

4 Qué hace mientras trabaja. las siete fases, en cristiano

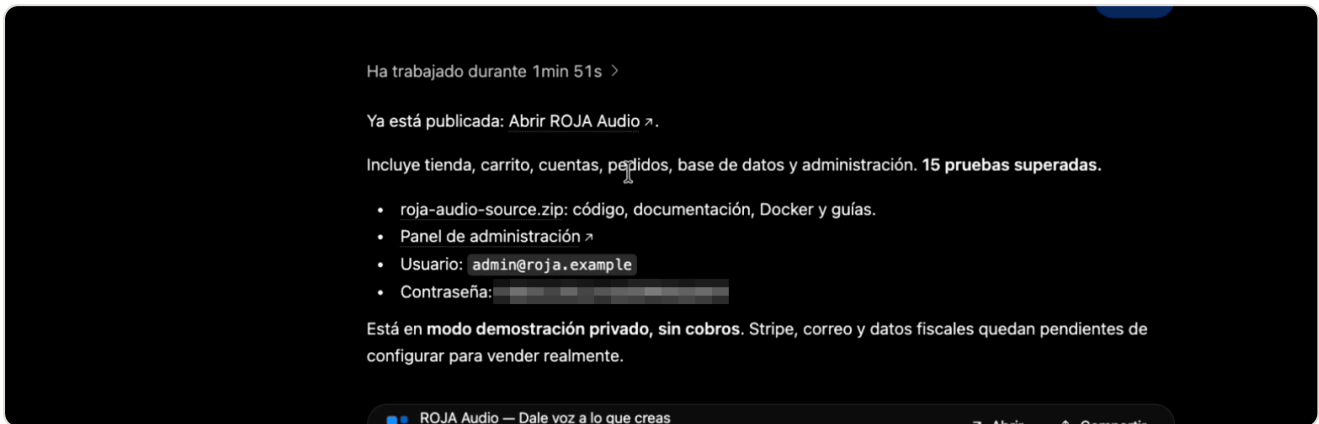
Va a tardar un par de minutos y te irá contando por dónde va. Esto es lo que está haciendo en cada fase, para que sepas si algo se ha saltado:

Regla cero · identifica el producto	Antes de nada mira la foto y te dice qué cree que es, de qué material, qué colores tiene y a quién se le vende. Si no lo tiene claro al 85%, se para y te pregunta en vez de inventárselo.
Fase 1 · estrategia y precio	Posicionamiento, objeciones de compra y un precio justificado con el IVA, la comisión de la pasarela y el envío ya contados.
Fase 2 · arquitectura	El plano técnico: qué tecnología usa, qué tablas tiene la base de datos y cómo se hablan entre sí las piezas. Aquí no toca nada tuyo, pero es lo que hace que lo demás encaje.
Fase 3 · backend	Las tripas: catálogo, carrito, cupones, pedidos, clientes, pagos con Stripe, correos automáticos y el panel de administración. Con la seguridad puesta, no de adorno.
Fase 4 · identidad visual	Colores y tipografías sacados de tu producto, no de una plantilla. Por eso la tienda del ejemplo es roja: lo es el micrófono.
Fase 5 · frontend	Lo que ve el cliente: portada, ficha, carrito, pago, área de cliente, y todos los textos escritos y listos.
Fases 6 y 7 · imágenes, legal y despliegue	Los prompts para generar las fotos de catálogo, las páginas legales españolas y las instrucciones para publicarla.

SI SE CORTA A MITAD

Es un encargo largo y a veces se queda sin sitio. El propio prompt le pide que te diga dónde se quedó. Escríbele **sigue** y continúa por ahí.

5 Lo que te entrega. y dónde está cada cosa

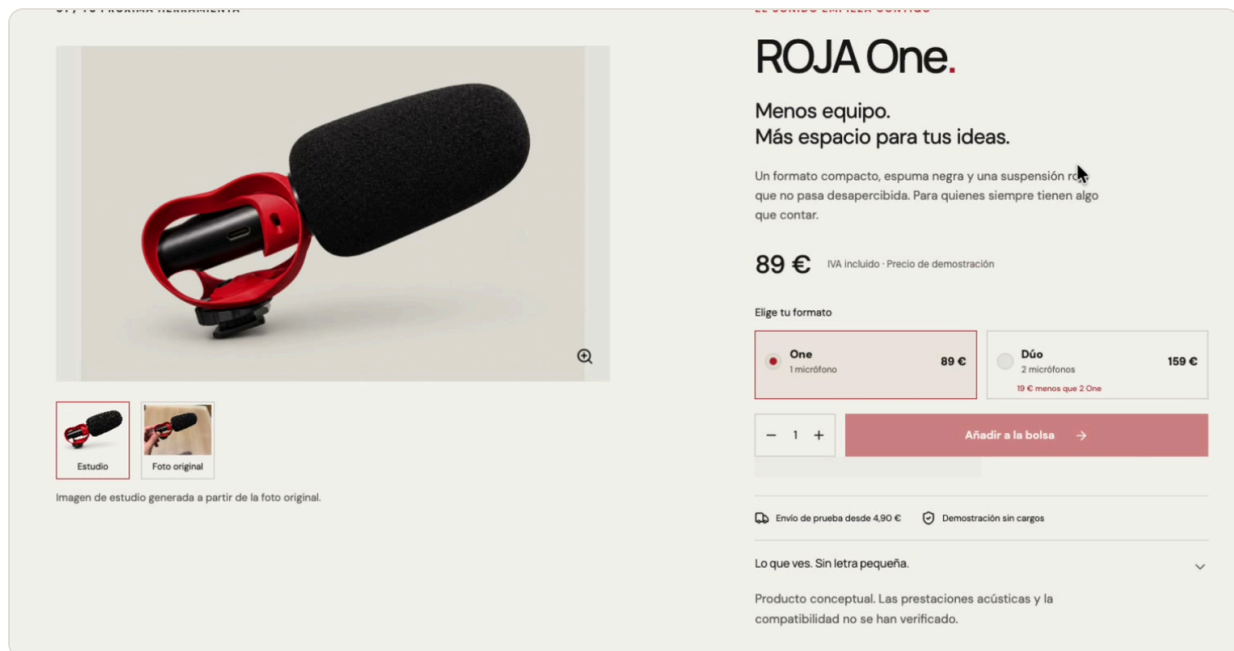


el mensaje final. la contraseña va tapada aquí, pero a ti te la dará entera.

La tienda publicada	Una dirección que puedes abrir y enseñar. De momento es privada, solo visible para ti.
Un archivo .zip con todo	El código, la documentación y las guías. Es tuyo: si mañana quieres que lo siga otra persona, se lo das y punto.
El panel de administración	Con su usuario y su contraseña. Desde ahí ves pedidos, cambias precios, tocas el stock y creas cupones.
Las pruebas pasadas	En el ejemplo, quince. Comprueban lo que de verdad importa: que las cuentas del carrito cuadren y que el cobro no se descuadre.

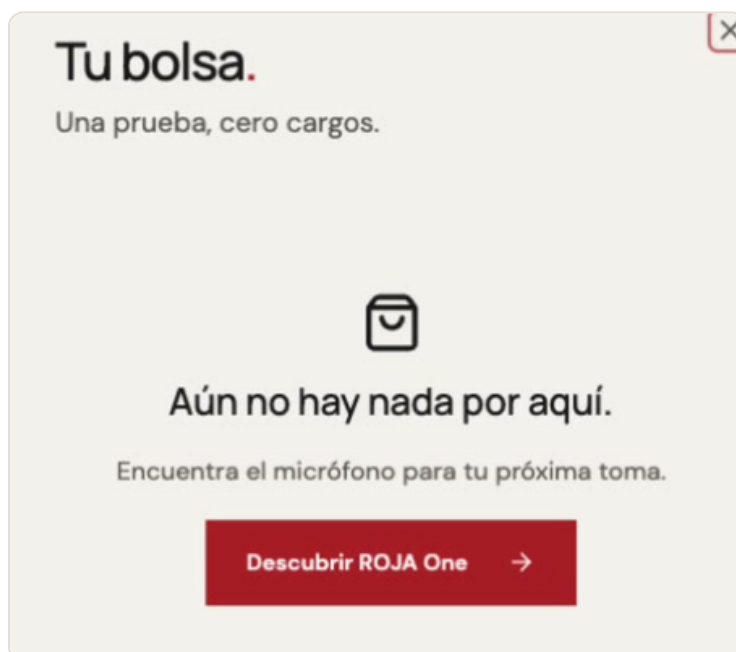
6 La tienda por dentro. esto es lo que recibe tu cliente

La ficha del producto. Precio con el IVA incluido, formatos a elegir, galería y el botón de añadir a la bolsa.



fíjate abajo: avisa de que es un producto conceptual y de que las prestaciones no están verificadas.

El carrito. Lateral, y no te echa de la página mientras compras.



el carrito vacío, avisando de que es una prueba sin cargos.

La cuenta del cliente. Para que guarde sus pedidos y sus direcciones y no tenga que rellenarlo todo la próxima vez.

TU ESPACIO EN ROJA

Un lugar para tus próximas tomas.

Guarda tus pedidos, consulta los envíos y vuelve cuando llegue la siguiente idea.



Qué bueno verte.

Entra en tu cuenta ROJA.

Email

Contraseña

Mínimo 10 caracteres.

[Iniciar sesión](#) →

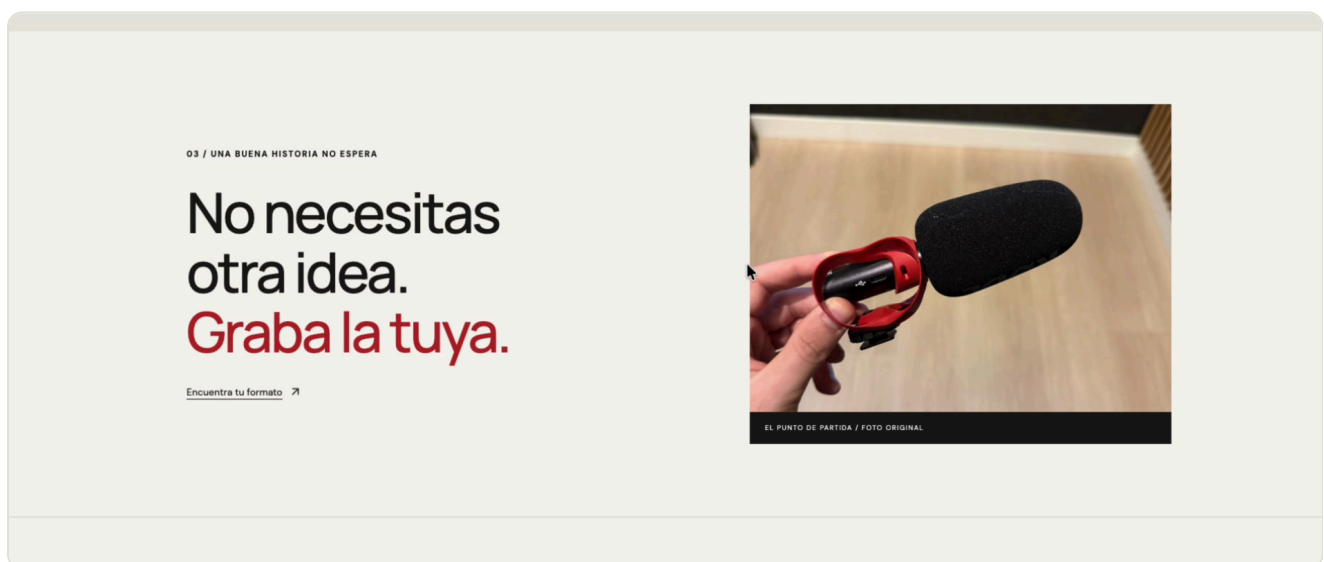
[He olvidado mi contraseña](#)

¿Primera vez por aquí? [Crear cuenta](#)

Al crear una cuenta aceptas la política de privacidad. Esta es una tienda de demostración.

registro, inicio de sesión y recuperación de contraseña, ya montados.

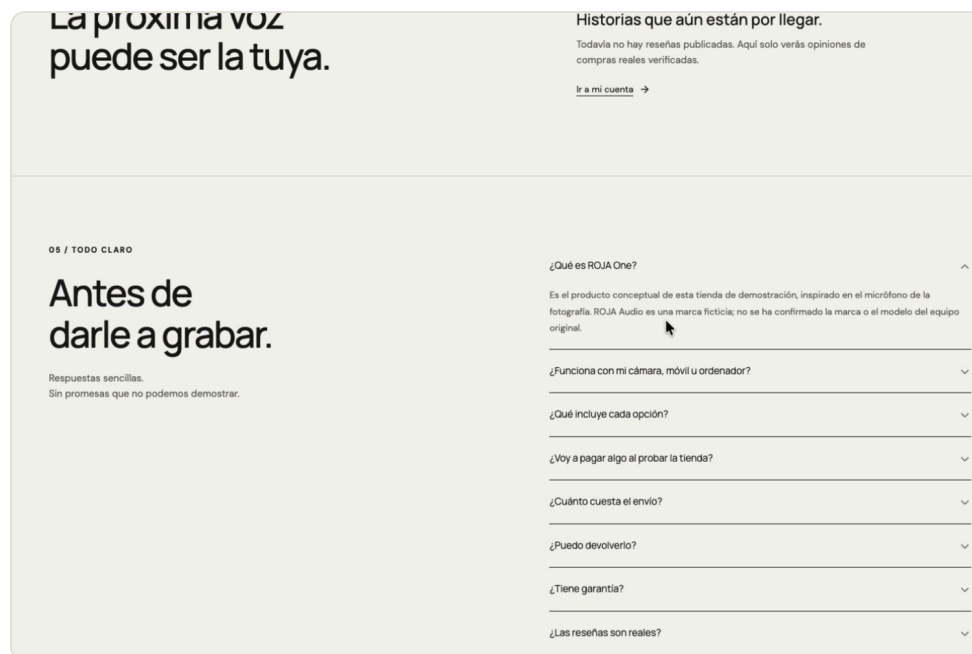
Y tu foto, dentro de la tienda. La usa como prueba de que el producto existe.



la foto original del móvil, integrada en la página.

7 Lo que no se inventa. y por qué importa

El prompt lleva dentro unas cuantas prohibiciones, y no son un detalle estético: en la Unión Europea las reseñas falsas están prohibidas y las multas son de verdad.



la sección de reseñas de una tienda recién hecha, diciendo la verdad. y abajo, una pregunta frecuente que se llama «¿las reseñas son reales?».

Reseñas	No inventa ninguna. Monta el sistema para recogerlas de compradores reales y deja la sección vacía hasta que las haya.
Urgencia	Nada de «quedan 3 unidades» si no es verdad. Si muestra stock, sale de la base de datos.
Certificaciones y premios	No se los inventa. Si hace falta un dato que no tiene, lo marca como pendiente y te lo pregunta.

8 Lo que te falta para vender de verdad. la parte que nadie cuenta

La tienda sale en **modo demostración**: funciona entera pero no cobra. Esto es lo que tienes que hacer tú, y no lo puede hacer la IA por ti:

- 01 Comprar un **dominio** y apuntarlo a la tienda.

- 02 Abrir y **verificar una cuenta de Stripe**, que pide tus datos y tarda un par de días.
- 03 Poner tus **datos fiscales** en las páginas legales, en los huecos que te deja marcados.
- 04 Sustituir las imágenes generadas por **fotos reales** de tu producto.
- 05 Dar de alta la **analítica** para saber qué pasa dentro.

DÓNDE ESTÁ EL TRABAJO DE VERDAD

Montar la tienda ha pasado de meses a una tarde. Lo que no ha cambiado es lo otro: que alguien entre, se fíe y compre. La tienda es el escaparate, no los clientes.

9 Quién te enseña a venderla. porque yo no

Hasta aquí llega lo mío: te he dado la tienda montada y publicada. Lo siguiente —traer gente, calcular márgenes, negociar con proveedores, poner anuncios que no quemen dinero— es otro oficio, y no es el mío. Prefiero decírtelo a fingir que lo sé.

De eso sabe **Alberto Ramírez**. Es mi socio, lleva años dedicado al comercio electrónico y tiene la mejor formación que conozco en español sobre esto. Cuenta verificada, casi 400.000 seguidores y más de 3.000 alumnos por detrás. No te lo digo como favor: es a quien yo preguntaría.



Alberto Ramírez

@ecombomb17 · dropshipping y ecommerce

 **Escríbele por Instagram**

Ecommerce con IA. Al escribirle, **dile que vas de parte de Ramgal Davis** y que vienes de este recurso: sabrá de qué le hablas y por dónde vas.

POR QUÉ TE MANDO A OTRO

Podría haberte vendido algo yo. Pero una tienda montada y sin nadie que sepa llenarla de clientes no le sirve a nadie, y ese trabajo lo hace él mejor que yo. Tú decides si te quedas con la tienda o vas hasta el final.

Guía rápida

1. **Lo que vas a tener al final.** — una tienda completa, no una página
2. **Lo que necesitas.** — una foto, modo Work y el esfuerzo alto
3. **El prompt.** — entero, con tres huecos que rellenar
4. **Qué hace mientras trabaja.** — las siete fases explicadas
5. **Lo que te entrega.** — tienda, código, panel y pruebas
6. **La tienda por dentro.** — ficha, carrito, cuenta y tu foto
7. **Lo que no se inventa.** — reseñas, urgencia y certificaciones
8. **Lo que te falta para vender.** — dominio, Stripe, datos fiscales y fotos
9. **Quién te enseña a venderla.** — Alberto, y cómo escribirle

QUÉ NO RESUELVE

No te deja cobrando: sale en modo demostración y activar los pagos de verdad depende de trámites tuyos que tardan días. Tampoco sustituye a un programador si tu negocio crece y necesita cosas raras, ni te trae un solo cliente. Y ojo con el producto: si vendes algo regulado —alimentación, cosmética, sanitario—, las obligaciones legales son las tuyas de siempre y ninguna IA te las quita.

ESPERO QUE TE HAYA SERVIDO

**Cada semana tienes más
recursos gratuitos como
este.**

ramgaldavis.com

RAMGALDAVIS