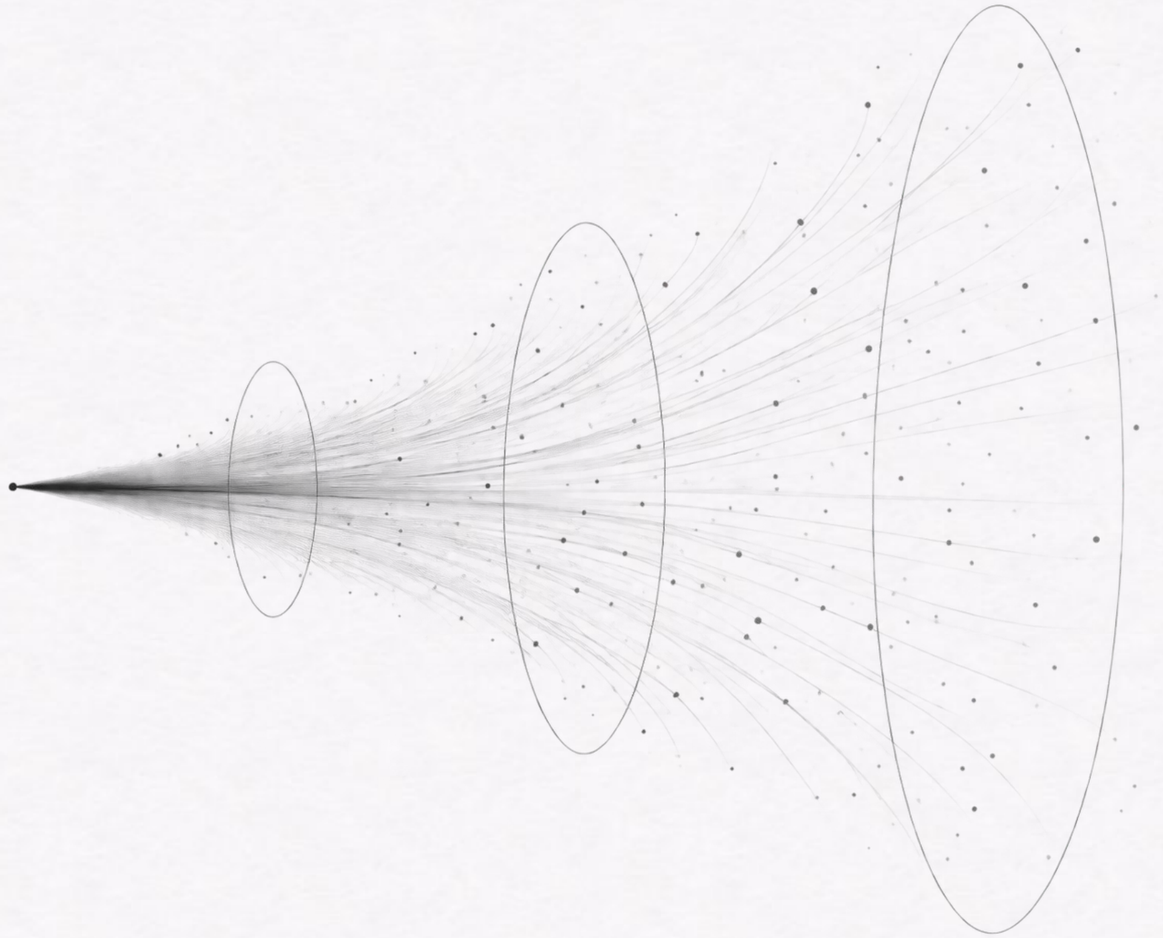
Research report · 2026

Marketing AI Playbook

Inside the workflows of 50 brands



Sergi Trujillo

6 MESES

50 COMPAÑÍAS

Documentando cómo despliegan IA con impacto en el negocio.

Acceso privilegiado a los modelos mentales y operativos de las compañías que están creando valor y ventaja competitiva con IA.

wallapop cabify NOKIA Coca-Cola ALAIN AFFLELOU orange

Selected Brands

ACCESO PRIVILEGIADO







Sergi Trujillo

Autor de Marketing AI Playbook

Este libro nace de una obsesión: responder a las grandes inquietudes de nuestro sector ante la IA.

Espero que disfrutéis este viaje al pensamiento de mentes brillantes tanto como yo.

Sergi Trujillo



Contents

01
AI Mindset

Tesis intelectuales · Patrones de éxito

Los hallazgos sobre cómo las empresas rediseñan sus modelos de trabajo, crean valor diferencial y desarrollan capacidades competitivas con impacto en resultados de negocio.

02
Workflows

Casos de uso · Modelos híbridos

Acceso a 50 workflows que revelan la arquitectura operativa de éxito: rediseño de procesos, desarrollo de nuevas capacidades y generación de valor de negocio.

03
Future Agenda

Economics of AI · Brain Capital

Los grandes debates estratégicos que están redefiniendo la economía de la inteligencia artificial, el valor del capital humano y la transformación de los modelos de negocio del futuro.

Biblioteca de conocimiento: anatomía de 50 workflows

Índice de casos de uso

01 Demand-to-Opportunity

OptimTech p. 75
Señales públicas para identificar oportunidades comerciales

lapersona.ai p. 78
Prospección B2B, del análisis de cuentas al seguimiento

lapersona.ai p. 81
Del briefing de un webinar a la demanda cualificada

Malt p. 84
Cualificación y recuperación de leads inbound

Sergi Trujillo p. 87
Priorización de audiencias por valor económico

Athenaworks p. 91
Captación B2B con agentes de revenue operations

Rhombus p. 94
Selección de compradores por encaje estratégico

02 Growth Experimentation & Conversion

ABA English p. 98
De la tutoría gratuita a la suscripción Premium

Product Hackers p. 101
Formularios de conversión con enriquecimiento de datos

Cabify p. 104
Personalización del CRM según el motivo del viaje

Gobik p. 107
Asesoramiento de producto en la ficha de e-commerce

Sun Tzu p. 110
Cualificación y cotización antes del cierre comercial

AI-Powered Adaptive Web Experience p. 113
Personalización de la web según la intención de compra

03 Lifecycle Value Expansion

Symanto p. 118
Negociación de retención

Sergi Trujillo p. 122
Recompra, venta cruzada y retención del ciclo de vida

Mónica Olivé p. 125
Predicción de abandono y fidelización con IA generativa

04 Creative Supply Chain

Wallapop p. 129
Producción creativa a escala para la campaña de Motor

Alain Afflelou p. 133
Producción de un spot en cuatro días

Kauai p. 136
Un doble digital para producir nuevas series de imágenes

Shakers p. 140
Criterio de marca aplicado a propuestas comerciales

UNREALITY p. 143
«A Solas»: música e IA para comunicar una propuesta comercial

Update · ITV p. 146
Adaptación de contenido local por ciudad y formato

Orbitant · Mercuria p. 149
Del conocimiento interno a la producción editorial multicanal

Nokia p. 152
Del conocimiento experto a una serie de LinkedIn Live

Executive Lab · Andorra Telecom p. 156
Producción de vídeo con un solo experto

Sergi Trujillo p. 159
Conceptos creativos contrastados con audiencias sintéticas

Índice de casos de uso

05 Business & Decision Intelligence

Findasense · Coca-Cola p. 164
VERA: inteligencia de marca en tiempo real durante el Mundial

Flat 101 p. 167
Detección de fricciones con usuarios y expertos sintéticos

SIDN · MASORANGE p. 171
Visibilidad de marca y tráfico desde buscadores y asistentes de IA

Conversa efk · Premios Eficacia p. 175
Identificación de patrones de eficacia publicitaria

AI Pricing & Offer Intelligence p. 178
Priorización de precios, promociones y venta cruzada

06 Media Allocation & Incrementality

mediaROI p. 183
Asignación de inversión con MMM y pruebas de incrementalidad

LIN3S p. 186
Integración de campañas, atribución e ingresos para decidir inversión

DMA · Digital Media p. 190
Auditoría de inventario y calidad de compra en publicidad nativa

07 Agentic Marketing Operations

Factoría IA p. 194
Bruno: un empleado digital para SEO y GEO

Sun Tzu · Mahen Labs p. 199
Optimización de la captación en búsqueda, publicidad y asistentes

initIA · Sofía p. 203
Atención y cruce de demanda con cartera inmobiliaria

Growth Decision Engine p. 206
Priorización de oportunidades por impacto, esfuerzo y capacidad

08 Operational Excellence

initIA · ARIA p. 211
Coste de las tareas repetitivas y priorización de automatizaciones

Elogia p. 215
Conocimiento del cliente aplicado a propuestas y producción

Iberian Media p. 218
Gestión de la producción de voz con agentes de IA

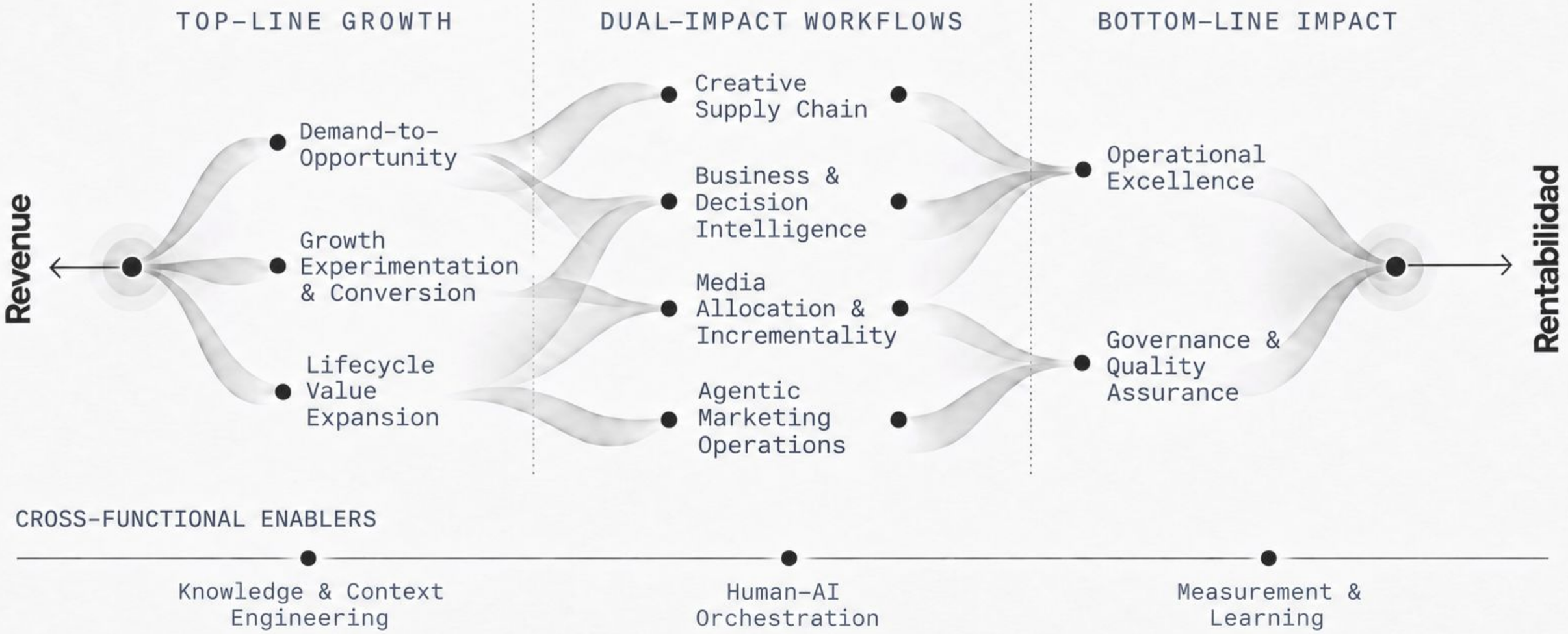
MilfShakes p. 222
Desarrollo de colecciones, del concepto a la fábrica

09 Governance & Quality Assurance

VeriqX p. 226
Trazabilidad y acreditación de contenidos producidos con IA

The AI Workflow Value Map

Nueve familias de workflows. Dos territorios de impacto: crecimiento y rentabilidad.



AI Mindset

Los hallazgos sobre cómo las empresas rediseñan sus modelos de trabajo, crean valor diferencial y desarrollan capacidades competitivas con impacto en resultados de negocio.

01



HALLAZGO 01

From workflow to P&L

Las compañías que obtienen mejores resultados con IA abordan el rediseño del trabajo desde dos focos de creación de valor: el rendimiento operativo y el impacto en el negocio.

La lógica del valor

El workflow se convierte en la unidad de transformación desde la que activar nuevas palancas de creación de valor, tanto en el rendimiento operativo como en los resultados de negocio.

A lo largo de las conversaciones y sesiones de trabajo del estudio, emerge un patrón: las compañías que están consiguiendo conectar la IA con resultados de negocio analizan procesos completos. Entienden el trabajo como una cadena de valor (actividades y decisiones) cuya contribución depende de cómo se relacionan entre sí. El workflow se convierte así en la unidad sobre la que intervenir.

Este cambio de perspectiva modifica la pregunta de partida. Además de identificar qué puede hacer la IA, obliga a precisar qué merece la pena mejorar, dónde se concentra el valor y qué resultado debería producir el rediseño. Desde esa lógica, las compañías se aproximan a la transformación desde dos focos de valor.

El primero actúa sobre el trabajo: productividad y calidad.

Productividad entendida como eficiencia y velocidad. Reducir tiempos de ciclo, eliminar fricciones y ampliar la capacidad del equipo. Calidad entendida como la excelencia del output en términos de valor, relevancia estratégica y precisión.

Productividad y calidad merecen una lectura propia. Un proceso puede generar más valor porque permite explorar alternativas antes inviables, incorporar más contexto o alcanzar un nivel de precisión superior, aunque el ahorro de tiempo sea limitado. Del mismo modo, una ejecución más rápida necesita conservar la utilidad y el estándar del resultado.

El lugar donde desplegamos la IA condiciona el valor que podemos capturar.

La mirada se extiende al conjunto del workflow: qué aporta cada tarea, qué necesita de la anterior y qué permite hacer después. Su valor se aprecia en la contribución al proceso completo.

El segundo actúa sobre las palancas del negocio: crecimiento y rentabilidad.

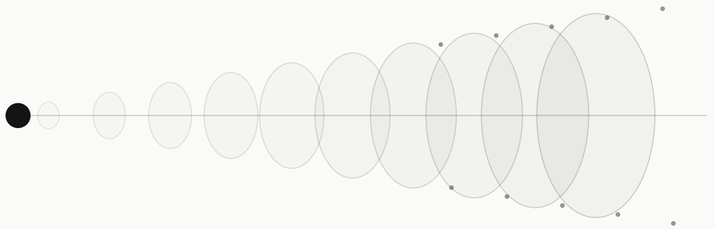
Aquí, la IA interviene en decisiones como qué oportunidades atender, qué propuesta ofrecer a cada cliente, dónde invertir o cómo desarrollar una relación de mayor valor.

El rediseño se vincula desde el inicio con una intención económica. En crecimiento, puede orientarse a mejorar adquisición, conversión, retención e ingresos por cliente (AOV/LTV). En rentabilidad, a reducir el coste de servir, mejorar la eficiencia de la inversión o sostener más actividad con una estructura de costes que crezca menos.

Esta perspectiva exige explicar el mecanismo que conecta la intervención con el resultado esperado. **Entre disponer de mejores señales y generar ingresos hay decisiones y acciones que deben cambiar.** Esa conexión forma parte del diseño del workflow.

Los dos focos pueden reforzarse dentro de un mismo proceso.

En producción creativa, reducir el tiempo necesario para desarrollar una pieza mejora la capacidad operativa. Utilizar esa capacidad para explorar hipótesis relevantes, identificar qué propuestas funcionan y orientar mejor la inversión abre una vía de impacto comercial. La contribución de cada mejora requiere una medida distinta: tiempo y calidad de producción, aprendizaje obtenido y efecto sobre el negocio.



Por eso, **liberar horas no equivale automáticamente a reducir costes.** La capacidad recuperada se puede reinvertir en mejores análisis, mayor atención al cliente o decisiones que antes quedaban desplazadas por la urgencia operativa. El ahorro económico aparece cuando se materializa una reducción de gasto o un coste evitado. El valor de la reinversión debe observarse en lo que permite conseguir. Liberar horas abre la posibilidad. Su destino determina el impacto.

El lugar donde aplicamos la IA condiciona el valor que podemos capturar. Este es el criterio que conecta el workflow con el P&L: elegir dónde intervenir, definir qué mejora se persigue y comprobar cómo contribuye al negocio. La intención de valor debe estar presente desde el rediseño y acompañarlo hasta la evaluación de sus resultados.

From workflow to P&L.

Elevar la productividad, mejorar el rendimiento del negocio.

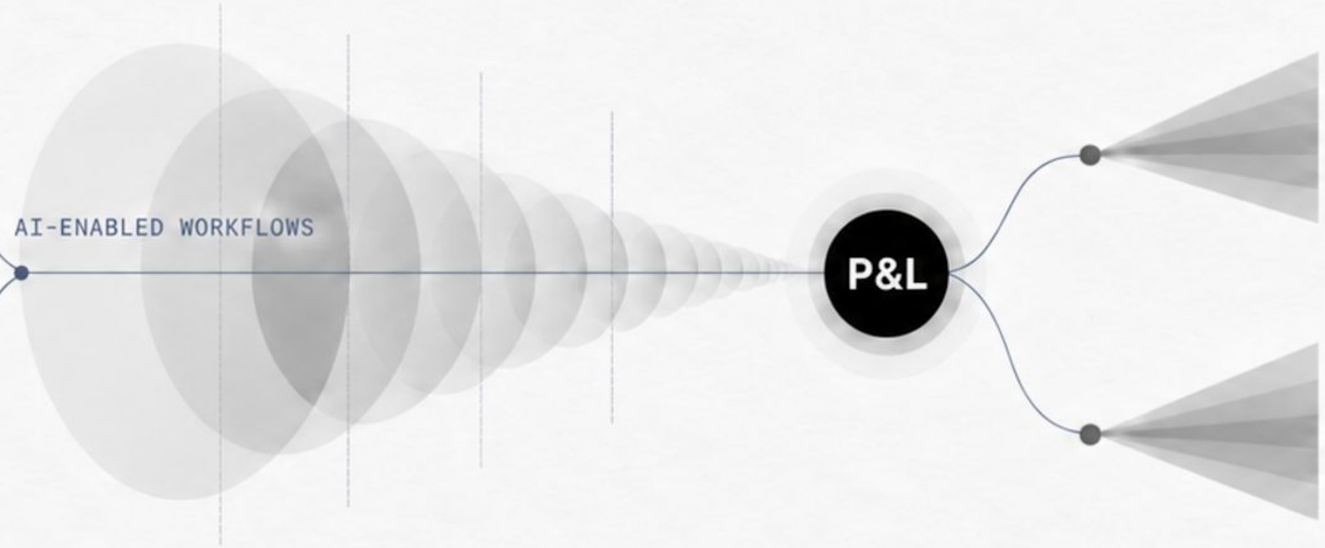
FOCOS DE VALOR

Productividad

Tiempo · Velocidad · Capacidad

Business Performance

Decisiones · Conversión · Retención



ECONOMIC TERRITORIES

Top-line Growth

→ **Revenue**

Adquisición → Conversión → Retención

Bottom-line Impact

→ **Rentabilidad**

Costes · Margen · Beneficio operativo

HALLAZGO 02

The Human Value Shift

La IA comprime la capa operativa y abre una redistribución de la capacidad.
La verdadera oportunidad reside en decidir su destino de valor e impacto
en los resultados del negocio.

La nueva distribución del valor humano

Los workflows end-to-end se convierten en la unidad de transformación del modelo operativo: articulan actividades, decisiones, capacidades y responsabilidades en torno a un resultado de negocio.

Cada workflow constituye una secuencia de creación de valor. Analizarla de extremo a extremo permite localizar dónde se concentra el esfuerzo, qué recursos absorbe cada actividad y qué fricciones o cuellos de botella limitan el rendimiento del conjunto.

La pregunta directiva deja de ser qué tarea automatizar y pasa a ser dónde puede la IA transformar esa secuencia: mejorar los ciclos de decisión, eliminar traspasos innecesarios, elevar la calidad o desbloquear capacidades que antes no resultaban viables.

La oportunidad no siempre reside en acelerar una tarea existente. A veces exige replantear las dependencias entre equipos, anticipar una decisión crítica o introducir nuevas formas de control y aprendizaje a lo largo del proceso.

Las personas gobiernan. Los agentes operan a escala. Por eso, **integrar IA significa cuestionar la arquitectura del workflow y rediseñarla** alrededor de las nuevas posibilidades de colaboración entre personas y sistemas inteligentes.

La carga operativa se comprime

La compresión de la capa operativa **reduce la intensidad de trabajo humano por unidad de resultado** y permite desacoplar parcialmente la capacidad productiva del esfuerzo de ejecución.

La IA puede asumir una parte creciente de las tareas repetitivas, la producción, el procesamiento de información y la coordinación de actividades. Procesos que antes exigían múltiples intervenciones

comienzan a integrarse en sistemas capaces de ejecutar secuencias más amplias con mayor autonomía.

Esta compresión no significa necesariamente que se produzca menos trabajo. Al contrario, los equipos pueden ampliar considerablemente su capacidad de producción sin aumentar proporcionalmente los recursos humanos dedicados a ejecutar.

Esta transformación reconfigura la economía de ejecución del workflow: productividad, tiempo de ciclo, capacidad de producción y apalancamiento operativo.

Pero esta mejora introduce una cuestión de mayor profundidad.

¿Dónde migra la capacidad liberada?

Cuando se reduce la carga operativa, el reto pasa a ser la reasignación de capacidad hacia actividades de mayor contribución estratégica, elevando el peso de la dirección, el criterio experto y el quality assurance.

El tiempo que antes absorbían las tareas repetitivas puede destinarse a formular mejores soluciones, profundizar en el conocimiento del mercado, desarrollar nuevas propuestas de valor, mejorar las decisiones o elevar los estándares de calidad.

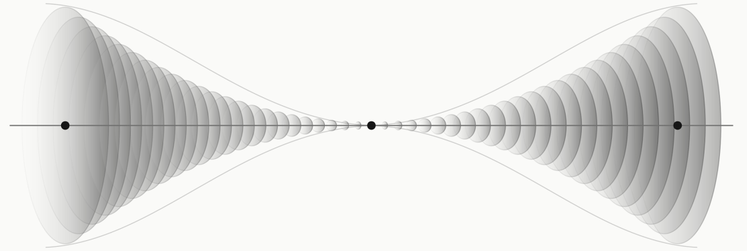
Aquí se producen dos movimientos complementarios.

El primero es **una migración de la capacidad**: cambia la distribución del tiempo y de la responsabilidad entre las actividades del workflow.

El segundo es **una migración del valor**: cambia la naturaleza de la contribución que las personas pueden realizar dentro del sistema.

La trampa del tiempo disponible. Liberar tiempo no garantiza crear valor: la capacidad recuperada puede absorberse en nuevas peticiones y producir más de lo mismo. Reinvertirla en decisiones estratégicas, nuevas oportunidades y mejores resultados exige **capacidad protegida: un destino, un responsable y prioridades que sostengan esa reinversión.**

El destino de la capacidad liberada es una decisión estratégica: determina dónde se crea valor y qué impacto puede capturarse en el P&L.



En el Human^{AI} Operating Model identificamos dos grandes destinos para esa redistribución: Direction y Governance, articulados alrededor de una capa de Execution progresivamente potenciada por IA.

01. DIRECTION

De la gestión de la ejecución a la dirección estratégica: inteligencia de mercado, priorización de oportunidades, diferenciación, diseño de nuevas propuestas de valor y arquitectura de workflows híbridos.

La primera migración sitúa la contribución humana en **las decisiones que configuran la ventaja competitiva** y determinan dónde puede generar más valor.

A medida que la capacidad de ejecución se amplía y disminuye su dependencia del esfuerzo humano, parte de las restricciones puede desplazarse hacia la formulación estratégica, la asignación de recursos y la calidad de las decisiones. La ventaja ya no depende sólo de cuánto puede ejecutar una organización, sino también de su capacidad para identificar, priorizar y capturar las oportunidades de mayor valor.

Este cambio permite **recuperar trabajo estratégico desplazado por las urgencias**: profundizar en el conocimiento del cliente, revisar la propuesta de valor, explorar nuevos servicios y rediseñar workflows. También permite identificar **activos durmientes: conocimiento, relaciones y acceso al mercado cuyo potencial sigue infrautilizado.**

Sensemaking conecta señales, interpreta su significado y orienta las decisiones. La IA apoya esta responsabilidad: permite investigar con mayor profundidad, analizar escenarios y evaluar alternativas.

El modelo es **Human-led · AI-advised**.

Las personas dirigen el sistema y establecen las prioridades, el contexto, los objetivos y los estándares del resultado.

Context Engineering convierte esa dirección en contexto operativo: organiza el conocimiento del negocio, las instrucciones y los criterios para que lo consuma cada agente.

Entre sus principales áreas de contribución se encuentran:

New possibilities & services
Market, customer & brand strategy
Relevance & differentiation
Context briefing
Outcome & quality bar
Hybrid workflow design

La oportunidad consiste en recuperar la capacidad de pensar y actuar estratégicamente sobre el negocio, no simplemente en dedicar menos horas a producir.

02. EXECUTION

De la producción intensiva en intervención humana a una arquitectura de ejecución escalable: Agentic Orchestration, AI Factories y autonomía supervisada.

En la capa de ejecución se concentra buena parte del primer impacto de la transformación operativa.

Las actividades de producción, activación, análisis y coordinación pueden evolucionar hacia sistemas que integran modelos, agentes y herramientas dentro de un mismo workflow. Su conexión con el **tech stack** de la empresa, como CRM, ERP, CMS, plataformas publicitarias y sistemas de datos, permite consultar datos y ejecutar acciones.

Esta arquitectura permite experimentar con IA, industrializar la producción con nivel de calidad, orquestar agentes y sostener su operación mediante contexto, herramientas y mecanismos de control.

EXECUTION ARCHITECTURE / KEY CONCEPTS

Synthetic Labs: *Entornos para experimentar con escenarios y representaciones sintéticas.*

AI Factories: *Sistemas de producción de IA que convierten procesos en capacidad operativa repetible y escalable.*

Agentic Orchestration: *Conecta la estrategia con la operación. Traduce objetivos de negocio en tareas ejecutables y coordina agentes y dependencias dentro del workflow.*

Agent Harnesses: *Infraestructura de ejecución que organiza contexto, memoria, herramientas y controles del sistema.*

Model Garden: *Cartera de modelos disponibles y evaluados para distintos usos.*

Model Routing *asigna cada tarea al modelo adecuado según sus exigencias de calidad, coste y tiempo de respuesta.*

El sistema coordina actividades y dependencias, con una autonomía proporcional a su fiabilidad.

El modelo es
AI-operated · **Human-on-exception.**

La ejecución puede delegarse progresivamente dentro de parámetros definidos, **reservando la intervención humana para excepciones**, decisiones relevantes y situaciones que requieren criterio experto.

Las conversaciones que han dado forma al Playbook permiten aterrizar este reparto de autonomía y criterio humano en dos situaciones concretas del marketing:

Performance y media investment. Un agente puede analizar la inversión y el rendimiento de las campañas, detectar desviaciones y proponer cambios. Con permisos de ejecución, aplica ajustes dentro de umbrales preautorizados; las reasignaciones sensibles o cambios en el presupuesto total requieren la aprobación del responsable.

Producción creativa. La IA genera variantes, adapta formatos y realiza comprobaciones preliminares de consistencia. El equipo creativo conserva la validación del arte final, el criterio de marca y la autorización de publicación.

En ambos casos, **los derechos de decisión, los límites de ejecución y los estándares de calidad** determinan qué se delega y dónde interviene el equipo.

El resultado es una capa operativa potencialmente más compacta en términos de esfuerzo humano, pero más amplia en capacidad de producción y activación.

03. GOVERNANCE

Del control del resultado al gobierno de la inteligencia

La segunda migración concentra el valor humano en el gobierno de sistemas progresivamente autónomos: establecer los derechos de decisión, definir los estándares de aceptación, diseñar mecanismos de evaluación y mantener la responsabilidad sobre los resultados.

Cuando la ejecución gana autonomía, estos **criterios deben integrarse en el propio workflow** y no depender exclusivamente de la revisión manual de cada entrega.

Agent Governance convierte estos criterios en permisos y condiciones de intervención: qué puede ejecutar el sistema, cómo se registra lo que hace y cuándo debe detenerse o escalar una decisión. La observabilidad permite reconstruir su ejecución y detectar fallos. Un sandbox acota la ejecución de código y las pruebas en un entorno aislado.

La autonomía sólo puede escalar de forma sostenible cuando la capacidad de verificación y control evoluciona al ritmo de la capacidad de ejecución.

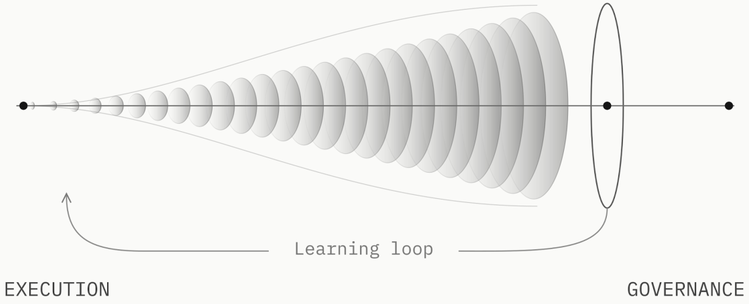
De lo contrario, **el cuello de botella puede desplazarse de la producción hacia la supervisión:** más resultados generados, pero también más revisiones, esperas y decisiones pendientes. Governance debe diseñarse desde el inicio para evitar que el aumento de autonomía cree una nueva carga operativa.

Entre las capacidades que adquieren relevancia destacan:

Quality assurance
Evals & continuous validation
Cross-model review
Guardrails & risk control
Risk-based escalation
Outcome ownership
Learning loop

GOVERNANCE ARCHITECTURE / KEY CONCEPTS

Evals & Continuous Validation: Evaluaciones sistemáticas para medir la calidad, fiabilidad y consistencia de los resultados durante el funcionamiento del sistema.



Cross-model Review: Revisión crítica entre modelos para cuestionar supuestos, detectar debilidades de razonamiento y contrastar recomendaciones. En media investment, Claude propone escalar una campaña por su ROAS; ChatGPT cuestiona la atribución, la incrementalidad y la posible canibalización antes de que el responsable apruebe la reasignación de presupuesto.

Guardrails & Risk Control: Reglas, permisos y controles que delimitan la autonomía y previenen acciones fuera de los límites establecidos.

Risk-based Escalation: Derivación de decisiones a una persona según su nivel de riesgo, incertidumbre o impacto potencial.

El modelo es
Human-accountable · AI-assisted.

Las personas conservan el Outcome Ownership (la responsabilidad por el resultado), mientras los sistemas amplían la capacidad de verificación y supervisión. A través del Learning Loop, las correcciones y evaluaciones se convierten en mejoras recurrentes del sistema.

Governance no debe entenderse como un filtro situado únicamente al final del proceso. Sus criterios deben intervenir antes, durante y después de la ejecución, para permitir una autonomía controlada y reducir la necesidad de intervención humana innecesaria.

El Human^{AI} Operating Model no describe una sustitución lineal de personas por tecnología, sino **una redistribución deliberada de funciones, autonomía y responsabilidad** dentro del sistema de trabajo.

Direction define las prioridades y las oportunidades, Execution convierte esa dirección en capacidad operativa escalable y Governance establece las condiciones de calidad, decisión y responsabilidad.

El rendimiento del nuevo modelo no puede evaluarse únicamente por la velocidad o el volumen de producción. También importa **la calidad de las decisiones, el esfuerzo de supervisión y los resultados** que permite alcanzar la capacidad recuperada.

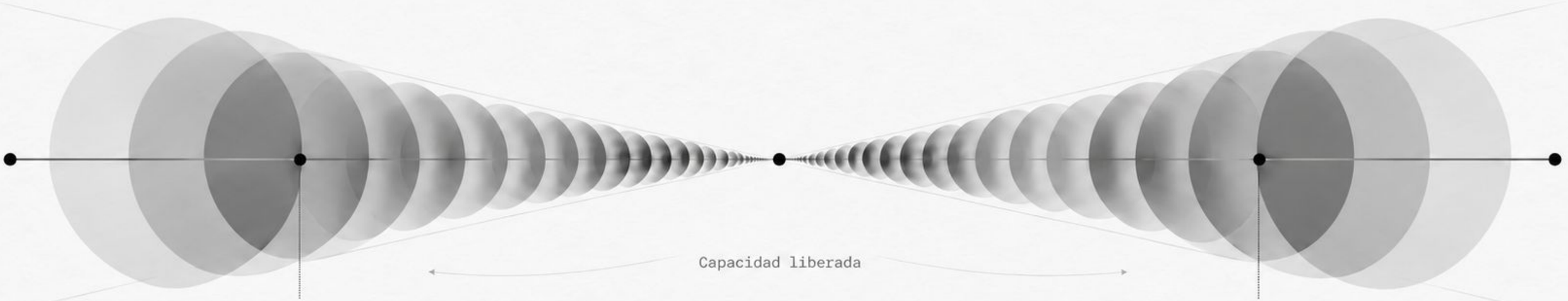
Cuando las ganancias de productividad se absorben por completo en más actividad operativa, una parte del potencial estratégico permanece desaprovechada.

Capturarlo exige liderazgo, nuevas responsabilidades y criterios explícitos para decidir dónde intervienen las personas y qué puede delegarse al sistema.

La transformación no se completa cuando la IA asume más trabajo, sino cuando la organización redefine qué decisiones toman las personas, qué responsabilidades conservan y dónde reinvierten su capacidad para generar más valor.

Human[AI] Operating Model

Hybrid Workflows end-to-end



01 DIRECTION

Human-led · AI-advised

New possibilities & services
Market, customer & brand strategy
Relevance & differentiation
Context briefing
Outcome & quality bar
Hybrid workflow design

02 EXECUTION

AI-operated · Human-on-exception

Production & activation
Synthetic Lab
Agentic orchestration
AI factories
Agent harness

03 GOVERNANCE

Human-accountable · AI-assisted

Quality assurance
Evals & continuous validation
Cross-model review
Guardrails & risk control
Risk-based escalation
Outcome ownership
Learning Loop

HALLAZGO 03

Owned Intelligence

La democratización de la IA redefine las fuentes de ventaja competitiva.
La diferenciación se desplaza hacia activos intelectuales difíciles de replicar
y capaces de generar inteligencia diferencial y decisiones de mayor valor estratégico.

Owned Intelligence

Convierte el capital intelectual del talento y el conocimiento organizativo en una capacidad integrada: aporta contexto a las decisiones, establece estándares propios y transforma la experiencia en aprendizaje reutilizable.

La inteligencia artificial amplía las capacidades disponibles para las organizaciones. Modelos avanzados y agentes de ejecución permiten desarrollar actividades que antes exigían equipos, inversiones o conocimientos especializados difíciles de alcanzar.

Sin embargo, **el acceso a una misma capacidad tecnológica no garantiza resultados equivalentes ni una ventaja competitiva.**

Una capacidad generalista adquiere valor específico cuando se integra en workflows que incorporan el contexto del negocio, el criterio experto y los estándares que orientan decisiones y resultados.

Este es el fundamento de Owned Intelligence:

el conjunto de activos intelectuales y capacidades propias que una organización puede aplicar, desarrollar y acumular para multiplicar el rendimiento de sus sistemas de trabajo impulsados por IA.

A medida que estas capacidades se generalizan, la diferenciación puede desplazarse desde la tecnología utilizada hacia la inteligencia específica con la que cada organización alimenta al sistema: conocimiento del negocio, experiencia acumulada, datos propietarios y criterio del talento, aplicados a mejores decisiones.

El modelo aporta capacidad. El criterio propio orienta el valor.

En la práctica, la inteligencia propia transforma el workflow: selecciona contexto, incorpora reglas de negocio y evalúa resultados con estándares específicos. Así, el conocimiento acumulado pasa a intervenir en las decisiones, no solo a permanecer almacenado.

La misma máquina. Distintos resultados.

Imaginemos una carrera en un circuito de F1.

Todos los participantes reciben el mismo vehículo, con idénticas prestaciones y capacidades tecnológicas.

¿Significa eso que terminarán la carrera con el mismo resultado?

La diferencia aparece en el piloto: la experiencia y conocimiento del circuito, la interpretación de las condiciones, la anticipación, el criterio para asumir riesgos y la capacidad de decidir en cada momento.

La igualdad de medios no produce igualdad de resultados.

Dos organizaciones pueden utilizar los mismos modelos y automatizar actividades equivalentes, pero obtener resultados distintos por el contexto que incorporan, las decisiones que toman, los estándares que exigen y la experiencia con la que pilotan el sistema.

La igualdad de medios no produce igualdad de resultados.

La analogía pone el foco en el piloto, pero en una empresa, además, intervienen conocimiento organizativo, datos, memoria y capacidades acumuladas que pueden alimentar el sistema más allá de la persona que lo dirige.



De la inteligencia generalista a la inteligencia propia

Los modelos fundacionales pueden interpretar información, analizar, crear y actuar mediante herramientas conectadas. Esa capacidad generalista, por sí sola, no incorpora el conocimiento específico de cada organización.

Una IA no conoce necesariamente qué decisiones comerciales funcionaron en un mercado, por qué se rechazó una propuesta, cuáles son las restricciones económicas de una compañía o qué criterio experto se ha construido durante años.

Estos activos no son información periférica. Modifican el propio marco de decisión: qué oportunidades merecen inversión, qué riesgos son aceptables, qué alternativas deben descartarse y qué estándares definen un resultado satisfactorio. Ahí se sitúa la diferencia entre generar una respuesta técnicamente plausible y f**ormular una recomendación estratégica ajustada a la realidad del negocio.**


The pilot is
the difference

Owned Intelligence articula dos fuentes complementarias: Skill Portfolio y Organizational Intelligence. Su valor emerge al integrarse en los workflows, las decisiones y los mecanismos de evaluación, no simplemente al existir como información disponible.

01 — SKILL PORTFOLIO

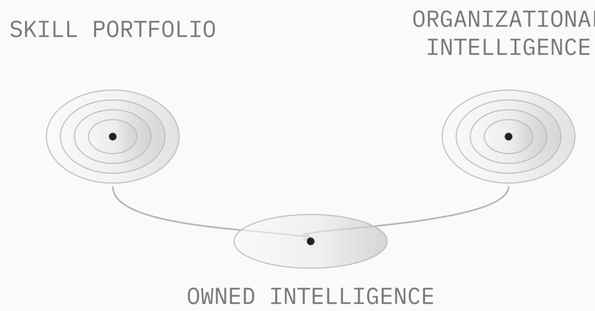
El capital intelectual del talento como ventaja operativa

La primera fuente de diferenciación es el capital intelectual del talento: el conocimiento experto y la capacidad de juicio que orientan la creación de valor. A medida que la IA amplía la ejecución, los profesionales adquieren un papel decisivo en el problem framing, la definición de prioridades, la dirección del trabajo y la evaluación de qué soluciones generan resultados relevantes para el negocio.

El Skill Portfolio representa el capital intelectual del talento y cómo evoluciona su aplicación en un modelo híbrido. Su núcleo reúne cuatro capacidades, complementadas por otras dimensiones transversales esenciales.

Strategic & Creative Thinking. Capacidad para interpretar situaciones de negocio, cuestionar planteamientos existentes, conectar disciplinas y desarrollar nuevas alternativas estratégicas y creativas. Cuando la generación de opciones se vuelve más accesible, adquiere mayor importancia identificar cuáles merecen explorarse y por qué.

Judgment & Business Sense. Criterio para evaluar decisiones desde su contribución al negocio: relevancia para el cliente, coherencia estratégica, implicaciones económicas, riesgos y calidad del resultado. No basta con obtener una respuesta convincente. Hay que determinar si es pertinente para el negocio y defendible bajo sus restricciones.



Domain Expertise. Conocimiento profundo de una categoría, mercado, disciplina o problemática empresarial. Esta experiencia permite reconocer matices, formular preguntas especializadas, identificar errores y orientar a la IA hacia soluciones que difícilmente surgirían de un contexto genérico.

Learning Agility. Capacidad para actualizar el criterio y reconfigurar la práctica profesional a medida que cambian las herramientas y el modelo operativo.

Incluye upskilling, para profundizar o ampliar las capacidades dentro de una función, y reskilling, para asumir responsabilidades que requieren nuevas competencias. También exige desaprender rutinas que dejan de aportar valor. No se trata solo de dominar nuevas aplicaciones, sino de evolucionar la propia contribución al negocio.

Alrededor de estas cuatro capacidades aparecen otras dimensiones complementarias.

Accumulated Experience permite reconocer patrones y anticipar consecuencias que no siempre están explicitadas en los datos.

Critical & Quality Judgment convierte la revisión del output en una evaluación de fiabilidad, pertinencia y estándar profesional.

Communication & Influence exige saber explicar una propuesta, construir una narrativa convincente a partir de información compleja, defender decisiones ante stakeholders y movilizar a los equipos hacia la acción.

AI Fluency & Systems Thinking aporta la comprensión necesaria para diseñar, dirigir y mejorar la colaboración entre personas, modelos, herramientas y agentes.

Con la automatización, el conocimiento especializado puede dejar de aplicarse exclusivamente a través de la ejecución directa y empezar a incorporarse a instrucciones, estándares, sistemas de decisión y evaluaciones que extienden su influencia.

Un director creativo puede definir los principios que orientan un sistema completo, en lugar de revisar únicamente piezas individuales.

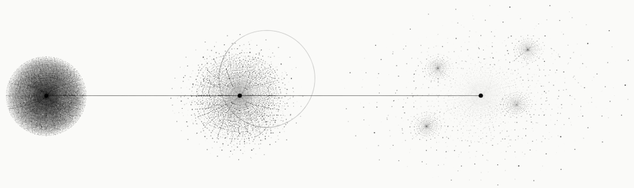
Un especialista en performance puede traducir su experiencia en reglas para interpretar anomalías, contrastar hipótesis y delimitar decisiones automatizadas.

El criterio experto puede convertirse así en una capacidad incorporada al propio sistema operativo, sin eliminar el juicio humano sobre las decisiones que requieren responsabilidad.

02 — ORGANIZATIONAL INTELLIGENCE

El conocimiento específico de la compañía como activo estratégico

La segunda fuente es el capital de conocimiento organizativo, construido a partir de la actividad comercial, la experiencia operativa y el historial de decisiones. Su carácter diferencial reside en señales, criterios y aprendizajes específicos de la compañía que no están disponibles de forma equivalente para sus competidores.



Organizational Intelligence se articula en cuatro componentes principales. Dentro del primero distinguimos, por su relevancia operativa, First-Party Data y Company Knowledge & Operational Memory:

Proprietary Data & Knowledge. Información y activos intelectuales que la organización genera o controla en su actividad: datos de negocio, documentación especializada, modelos propios, investigación, procedimientos y conocimiento experto. Su utilidad depende de su calidad, relevancia, actualización y condiciones legítimas de uso.

First-Party Data. Información obtenida directamente en las relaciones y experiencias de la empresa con sus clientes o usuarios, bajo las bases y permisos aplicables. Puede aportar señales diferenciales de comportamiento, necesidades, transacciones y preferencias, pero su ventaja depende de cómo se interpreta y activa, no de su mera posesión.

Company Knowledge & Operational Memory. Experiencia institucional acumulada en decisiones, proyectos, negociaciones, procesos, errores y soluciones anteriores. Incluye criterios que sobreviven a una entrega concreta y que pueden orientar decisiones futuras si están suficientemente contextualizados y validados.

Brand & Business Context. Propuesta de valor, posicionamiento, objetivos, directrices de negocio, estándares de marca, restricciones operativas y criterios económicos. Este contexto conecta las capacidades de la IA con aquello que la empresa necesita conseguir y con las condiciones bajo las cuales debe hacerlo.

Client Brain. Conocimiento estructurado del cliente y de la relación comercial: necesidades, preferencias, historial, objeciones, decisiones, compromisos y aprendizajes relevantes. Permite interpretar situaciones con una profundidad que difícilmente puede ofrecer una perspectiva exclusivamente generalista, siempre dentro de los permisos y límites de uso correspondientes.

Validated Learnings. Conocimiento derivado de experiencias, experimentos y decisiones cuyos resultados han sido contrastados. Incluye prácticas que han funcionado, alternativas descartadas, errores recurrentes y criterios de calidad que pueden reutilizarse en nuevas situaciones.

Estos activos no producen valor por su volumen. Millones de registros fragmentados o desactualizados pueden aportar menos inteligencia operativa que una base reducida de conocimiento especializado, relevante y disponible para una decisión crítica.

La ventaja no reside en la cantidad de información disponible, sino **en la calidad del conocimiento que somos capaces de activar** en el momento adecuado.

«la IA puede generar rápidamente un texto correcto, pero la experiencia de marca, el tono, la exclusividad y el conocimiento del cliente no se pueden delegar completamente en una herramienta.»

Sandra Isla · Marketing y Comercial, Bentley / Lamborghini Barcelona · Entrevista del estudio

La observación de Sandra Isla distingue un contenido formalmente correcto de una experiencia coherente con los códigos, las relaciones y el capital simbólico de una marca. Esa diferencia depende del contexto y del criterio que la organización incorpora.

La inteligencia que todavía no reconocemos como conocimiento

Una parte de la inteligencia diferencial de las organizaciones todavía no está identificada, estructurada ni disponible como conocimiento reutilizable.

Reside en conversaciones con clientes, revisiones de expertos, decisiones que nunca se documentaron o soluciones creadas para situaciones excepcionales. Genera valor en su contexto original, pero a menudo permanece ligada a una persona y se pierde fuera de ese momento.

Un responsable de marca puede detectar que una creatividad desvirtúa su posicionamiento sin tener formalizado ese criterio. De forma similar, un especialista puede anticipar un riesgo porque ha vivido situaciones comparables. Parte de ese juicio experto se puede explicitar en principios, ejemplos y criterios de evaluación.

Se está abriendo una agenda de Knowledge Capture y formalización del conocimiento: conectar fuentes fragmentadas, extraer saber experto de decisiones y conversaciones y convertirlo en un activo trazable para los sistemas de IA. **Context Farming añade una condición previa: contrastar lo que la empresa declara, cómo opera y qué muestran sus resultados antes de escalar ese conocimiento.** El desafío exige reconstruir el razonamiento de los especialistas, validar los criterios extraídos y preservar su contexto de aplicación. Solo entonces el conocimiento individual puede convertirse en una capacidad organizativa reutilizable.

No todo el conocimiento tácito puede codificarse ni toda decisión debe automatizarse. Debe distinguirse qué puede reutilizarse, con qué validación y qué juicio sigue siendo indelegable.

Cuando el conocimiento depende exclusivamente de profesionales concretos, su salida puede provocar la pérdida de una capacidad competitiva construida durante años.

Owned Intelligence plantea así una responsabilidad que trasciende la gestión documental: convertir la experiencia del talento en capital intelectual que continúe generando valor.

Del conocimiento disponible al conocimiento operativo

El conocimiento se transforma en inteligencia operativa cuando deja de funcionar como repositorio consultivo y pasa a formar parte de la arquitectura del workflow: aporta contexto, reglas, restricciones y criterios de aceptación que influyen en las decisiones y en la calidad de la ejecución.

Aquí conviene distinguir tres capacidades conectadas.

Knowledge Capture identifica y registra conocimiento valioso que todavía reside en personas, conversaciones o ejecuciones.

Knowledge Management establece su estructura, gobierno, calidad, accesibilidad y ciclo de actualización.

Context Engineering determina qué información, instrucciones, herramientas, memoria y reglas llegan a cada modelo o agente en una situación determinada y bajo qué condiciones.

Context Engineering no equivale a introducir más documentos o instrucciones.

Diseña qué contexto llega a cada modelo o agente, desde qué fuentes, con qué vigencia, restricciones y estándares de aceptación.

Lo relevante no es recuperar toda la información disponible, sino seleccionar la evidencia apropiada para la tarea, excluir el ruido y determinar qué debe prevalecer cuando las fuentes discrepan.



Una vía técnica para activar ese conocimiento es RAG (Retrieval-Augmented Generation): recuperar información de fuentes corporativas e incorporarla al contexto con el que el modelo elabora una respuesta. En marketing, puede aportar las directrices de marca vigentes, información de producto o aprendizajes de campañas anteriores. Su utilidad depende de recuperar información pertinente, conservar su procedencia y respetar sus condiciones de acceso.

Cuando la tarea exige conectar información dispersa, los Knowledge Graphs permiten representar relaciones: campañas, audiencias, productos, mercados y resultados. GraphRAG utiliza esa estructura para enriquecer la recuperación y la síntesis. Puede ayudar a explorar conexiones que una consulta documental aislada dejaría fuera. Su aplicación debe justificar el coste de construir y mantener esas relaciones.

Shakers ofrece una aplicación concreta: transforma su manual de marca —diseño, tono, reglas de contenido y datos oficiales— en Claude Skills reutilizables. Ventas puede generar materiales adaptados a distintos clientes y mercados, mientras marketing mantiene el criterio y actualiza las reglas del sistema.

«Tiene que codificar ese criterio en el sistema: cuando la IA trabaja con el criterio de tu equipo, el output deja de ser standard y pasa a ser el tuyo.»

José Llorens · VP of Marketing, Shakers · Entrevista del estudio

Llorens se refiere con «medio» a un resultado genérico, próximo al promedio que ofrece un modelo sin dirección experta. Su tesis es que codificar el criterio de marca en el sistema permite trasladar el estándar propio de Shakers a distintos equipos y entregables, sin depender de que marketing revise personalmente cada pieza.

CONTINUOUS LEARNING SYSTEM

Del resultado individual a la inteligencia acumulativa

El diferencial deja de ser estático cuando los sistemas capturan señales de cada ejecución, contrastan resultados y actualizan el conocimiento que orientará los siguientes ciclos de decisión. Esa continuidad es la base del Continuous Learning System.

«El cambio de fondo no es la velocidad, es la continuidad.»

Miquel Soler · Chief Strategy Officer (CSO) y socio, Factoría IA · Entrevista del estudio

Miquel Soler contrapone la interacción aislada con un agente que conserva memoria operativa. En su caso, el agente realiza un ciclo de consolidación de pendientes, decisiones y correcciones para preservar conocimiento relevante entre sesiones. La tesis no es únicamente producir más rápido, sino transformar tareas sucesivas en un sistema que puede aprender de lo ya realizado.

Cada ejecución puede generar dos valores: un resultado inmediato (una propuesta, análisis, creatividad o decisión) y un aprendizaje acumulativo sobre cómo mejorar el siguiente.

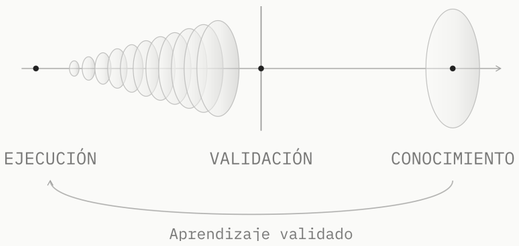
Una corrección puede revelar un estándar de calidad todavía tácito. Una excepción puede mostrar un límite operativo y una decisión rechazada puede poner de manifiesto una regla de negocio. Las evaluaciones, por su parte, ayudan a precisar en qué condiciones un resultado es fiable.

Si estos aprendizajes quedan aislados en una conversación, su valor termina con aquella entrega. Cuando se contrastan y conservan, pueden mejorar futuras decisiones y ejecuciones. No toda corrección, sin embargo, constituye una regla general: algunas responden a una preferencia puntual o a circunstancias excepcionales. La acumulación exige distinguir el aprendizaje transferible de la solución local, y validarlo antes de incorporarlo al sistema.

La inteligencia de cliente debe alimentarse mediante un feedback loop continuo: incorporar señales nuevas del CRM, el comportamiento, las conversaciones comerciales, los chats y el soporte, contrastarlas y actualizar el Client Brain, el contexto de cliente y las reglas del workflow.

Así, cada interacción relevante puede mejorar las decisiones posteriores. No se trata de acumular datos indiscriminadamente: el ciclo requiere bases legítimas de tratamiento, privacidad y validación de los aprendizajes.

El Continuous Learning System integra el aprendizaje del talento y la retroalimentación continua del cliente con la actualización del conocimiento organizativo y de los workflows.



No presupone que el modelo fundacional se reentrene automáticamente: la mejora puede materializarse en instrucciones, ejemplos, evaluaciones, reglas de decisión, memoria o componentes del sistema.

Un sistema no mejora necesariamente por ejecutar más tareas, sino cuando la **organización identifica qué ha aprendido y convierte ese aprendizaje validado en un desempeño progresivamente mejor.**

El Learning Hub conserva y comparte el conocimiento validado para que pueda reutilizarse en otros proyectos y equipos.

El segundo valor: el aprendizaje. ¿Quién lo conserva?

El primer valor de una ejecución es el resultado que entrega: un análisis, una pieza, una decisión o una acción. El segundo es el aprendizaje que deja sobre cómo trabajar mejor.

Cuando ambos se producen mediante sistemas externos, aparece una cuestión de propiedad y continuidad: ¿quién conserva ese segundo valor y quién puede utilizarlo en el futuro?

La cuestión no es solo contractual. También es una decisión de arquitectura: determinar dónde residen la memoria operativa, los criterios y las evaluaciones, quién los mantiene y si pueden conservarse al cambiar de proveedor. Un diseño portable distingue los activos de inteligencia propia de los componentes tecnológicos sustituibles.

La pregunta estratégica es concreta: si mañana cambiamos de modelo, plataforma o proveedor, ¿conservamos aquello que hemos aprendido a hacer mejor?

La portabilidad relevante no consiste únicamente en exportar documentos. Incluye contexto, memoria, trazas, evaluaciones, reglas operativas y los criterios que explican por qué un resultado se consideró válido.

Una compañía puede conservar sus archivos al cambiar de proveedor y perder, sin embargo, parte de la experiencia operativa que permitía utilizarlos con calidad. Preservar esa capa de conocimiento protege su autonomía de decisión y su capacidad de mejora.

La cuestión estratégica no es poseer todos los modelos, sino mantener el control sobre los activos que hacen diferencial su funcionamiento: conocimiento empresarial, memoria validada, evaluaciones y reglas de decisión.

«el harness es desechable y el cerebro es portable»

José Antonio Dorado · Orbitant

En Mercuria, el conocimiento se conserva en Markdown y el estado en formatos abiertos, mientras el modelo puede sustituirse mediante una interfaz propia. Es una decisión concreta de portabilidad, no una garantía universal de independencia tecnológica.

Mejor rendimiento no siempre significa mayor ventaja competitiva

Las ganancias de productividad y calidad no se traducen automáticamente en ventaja competitiva. Una organización puede elevar su **rendimiento absoluto** con IA y, al mismo tiempo, mantener intacta su **posición relativa** frente al mercado.

Cuando estas capacidades se difunden, también se eleva **el estándar del mercado**: una ventaja inicial puede convertirse en condición mínima para competir.

Conviene distinguir **rendimiento absoluto** (cuánto mejora la organización respecto a sí misma) y **rendimiento relativo** (si mejora su posición competitiva). Ambos importan, pero no son equivalentes.

«cuando todos pueden producir mucho contenido con IA, el volumen deja de diferenciar»

Ángel Mojarro · Brand & Content Lead, Product Hackers · Entrevista del estudio

La abundancia de ejecución puede elevar el rendimiento de toda una industria **sin generar una diferencia durable** entre sus participantes.

El valor diferencial se desplaza hacia **la pertinencia de las decisiones** y la calidad del conocimiento que las sostiene.

Owned Intelligence aporta una fuente potencial de diferenciación más difícil de reproducir que el acceso al modelo: **conocimiento propietario, experiencia especializada, contexto empresarial y aprendizaje acumulado.**

Tampoco garantiza por sí misma una ventaja sostenible. El conocimiento pierde vigencia, el criterio puede fallar y los competidores pueden desarrollar capacidades superiores.

Su contribución depende de **la actualización, el contraste y la aplicación reiterada** a decisiones y resultados.

Una nueva responsabilidad para la dirección de marketing

Gestionar Owned Intelligence incorpora una nueva dimensión a la agenda de dirección: **tratar los activos intelectuales y el aprendizaje organizativo como una capacidad estratégica**, con decisiones explícitas de inversión, ownership, calidad y contribución al negocio.

Para la dirección, el reto consiste en establecer **prioridades de inversión** y un **modelo de responsabilidad** sobre los activos de inteligencia: qué conocimiento constituye una capacidad crítica, quién valida su calidad, quién responde de su actualización, cómo se protegen los derechos de uso y qué indicadores muestran su contribución real al negocio.

La gestión de estos activos no puede reducirse a crear repositorios.

Sin responsables, criterios de mantenimiento y mecanismos de evaluación, el conocimiento propio también puede **amplificar errores a escala.**

Es una responsabilidad transversal a marketing, talento, negocio, datos y tecnología: no un proyecto de documentación, sino una capacidad organizativa orientada a crear valor.

El Human^{AI} Operating Model distribuye las responsabilidades entre personas y sistemas. **Owned Intelligence** aporta la base diferencial que alimenta esa arquitectura.

La ventaja no reside en la inteligencia artificial a la que una organización puede acceder, sino en la inteligencia propia que es capaz de aportar, activar y acumular para producir resultados que otros no pueden reproducir con la misma facilidad.

En **Direction** orienta oportunidades y prioridades. En **Execution** suministra contexto y estándares a la producción. En **Governance** permite evaluar resultados frente a criterios propios y conservar las mejoras del sistema.

La inteligencia que construye la diferencia

La democratización de las capacidades tecnológicas no implica la democratización del conocimiento, la experiencia o el criterio empresarial.

Cuando esos activos propios se integran en los sistemas de trabajo, pueden convertirse en una capacidad aplicable, evaluable y acumulativa.

El valor de la inteligencia propia depende también de la capacidad de los equipos para aplicarla. Su desarrollo exige mecanismos de adopción y aprendizaje que incorporen ese conocimiento a la operación habitual.

Human[AI] Operating Model



CONTEXT ENGINEERING

Owned Intelligence

The differential multiplier

Skill Portfolio

Strategic & Creative Thinking
Judgment & Business Sense
Domain Expertise
Learning Agility

Organizational Intelligence

Proprietary Data & Knowledge
Brand & Business Context
Client Brain
Validated Learnings

∞

CONTINUOUS LEARNING SYSTEM

Cada proyecto deja conocimiento que mejora el siguiente.

Learning Hub
Conocimiento compartido y reutilizable

HALLAZGO 04

AI Knowledge Hub

Centralizar el conocimiento y desplegarlo en toda la organización.
De la inteligencia individual a la capacidad extendida de la organización.

AI Knowledge Hub

Convierte la experiencia de los equipos en capacidades expandidas. Champions, Builders y responsables de negocio trasladan ese conocimiento a nuevos workflows y amplían el aprendizaje compartido.

Una práctica empieza a distinguir a las compañías que obtienen mejores resultados con IA: organizar su adopción como una capacidad empresarial, no como una colección de iniciativas individuales.

El AI Knowledge Hub articula esa transformación al concentrar el conocimiento que generan los equipos y facilitar su despliegue mediante players clave: Champions, Builders y responsables de negocio. Así, cada avance trasciende su departamento de origen y contribuye a ampliar la capacidad operativa de toda la organización.

El mecanismo de escala: centralizar y desplegar

01. Centralized Learning: Convertir cada implementación en conocimiento reutilizable

Las organizaciones suelen conservar los entregables finales con mayor facilidad que el razonamiento que permitió obtenerlos. Sin embargo, para escalar la IA, el activo decisivo está en el método: la secuencia de trabajo, las conexiones con datos y herramientas, los criterios codificados en instrucciones o skills, las evals, los controles y las correcciones realizadas durante la implantación. Es conocimiento operativo, no sólo documentación de proyecto.

Cada agente o workflow asistido por IA es también una experiencia de aprendizaje.

Su valor no reside únicamente en el output que produce, sino en el conocimiento que revela: qué lógica estratégica lo diseñó, qué parte del proceso puede delegarse, qué contexto necesita el modelo, qué excepciones aparecen, qué estándares de calidad deben respetarse y dónde

permanece indispensable el criterio humano.

Centralizar el conocimiento significa convertir lo aprendido en activos transferibles. Un caso de uso bien documentado debería permitir reconstruir la lógica de uso. Una solución reutilizable añade además sus componentes, límites, costes de operación y responsable de mantenimiento. El objetivo es que la siguiente iniciativa no tenga que comenzar desde cero.

También importa preservar el conocimiento negativo. Una automatización abandonada puede revelar un problema de calidad de datos. Una intervención humana recurrente puede revelar una regla aún no formalizada. Un resultado que no supera la evaluación puede indicar una condición que impide escalar. Documentar únicamente los éxitos produce una imagen incompleta del potencial real. Registrar errores, excepciones y decisiones descartadas reduce el riesgo de repetirlos en otros equipos.

Centralizar conocimiento exige curación y juicio.

Antes de incorporarse a una biblioteca común, las soluciones necesitan evidencia proporcional al riesgo, criterios de evaluación, trazabilidad y responsabilidades claras. Reunir información sin distinguir entre prototipos, aprendizajes contrastados y sistemas operativos consolidados puede multiplicar los problemas en vez de resolverlos.

El AI Knowledge Hub supera la función de un repositorio documental. Organiza y mantiene el conocimiento generado durante la adopción de IA para facilitar su aplicación en nuevos procesos, equipos y sistemas. Preserva no solo qué se hizo, sino qué puede volver a hacerse, en qué condiciones y con qué garantías.

El valor del conocimiento centralizado no se mide por el número de pilotos completados, sino por la capacidad de abordar el siguiente problema con más conocimiento, mejores componentes y menor incertidumbre.

02. DISTRIBUTED LEARNING: Llevar las capacidades de IA a las operaciones de cada área

La segunda palanca es el despliegue: convertir los activos compartidos en nuevas formas de trabajar.

Distribuir aprendizaje no equivale a distribuir accesos, impartir cursos o enviar una biblioteca de prompts.

Supone trasladar una capacidad y reconstruirla donde debe producir valor. Un sistema para interpretar señales de clientes puede aportar criterios a otro departamento. Una metodología de evaluación creativa puede incorporarse a distintos equipos. Un componente de agente puede adaptarse a otro workflow. Lo que circula no es una respuesta aislada, sino una forma contrastada de resolver un problema con IA.

Esa transferencia no es una simple copia.

Cada unidad tiene objetivos, datos, restricciones y niveles de riesgo propios.

Una solución reutilizable necesita adaptación al contexto, integración con herramientas y fuentes existentes, formación de los profesionales y validación de resultados en su nuevo entorno.

El aprendizaje se distribuye cuando la inteligencia compartida se transforma en una capacidad específica de cada función, no cuando todos utilizan exactamente la misma solución.

El despliegue requiere nuevas responsabilidades organizativas.

Los AI Champions impulsan la adopción y acercan nuevas capacidades a los equipos.

Los AI Builders desarrollan e integran soluciones de IA en los workflows.

Los Workflow Owners, responsables de cada proceso, establecen las prioridades, los criterios de calidad y los límites de autonomía, manteniendo la responsabilidad sobre los resultados.

Esta estructura permite distribuir la capacidad de ejecución sin perder coherencia operativa, estándares compartidos ni control sobre las decisiones.

La prueba de que el aprendizaje se ha distribuido no es que otro equipo conozca una solución, sino que pueda integrarla, operarla y mejorarla con autonomía suficiente.

La adopción debe observarse en el workflow: qué actividades cambian, qué decisiones se enriquecen, qué controles se mantienen y qué indicadores de negocio se ven afectados.

En ese punto, una experiencia local empieza a convertirse en capacidad organizativa.

El mecanismo se completa con el retorno de aprendizaje.

Cada nuevo despliegue prueba hasta dónde es transferible lo aprendido, identifica excepciones y genera mejoras que regresan al Hub. Así, centralizar y distribuir forman un mismo sistema de adopción. Cada implantación puede elevar la calidad y reducir el esfuerzo de las siguientes. La transformación escala cuando el conocimiento producido en un lugar cambia cómo trabaja el resto. La rapidez de esa transferencia forma parte del Organizational metabolic rate.

La prueba de que el aprendizaje se ha distribuido no es que otro equipo conozca una solución, sino que pueda integrarla, operarla y mejorarla con autonomía suficiente.

UNA NUEVA ARQUITECTURA DE RESPONSABILIDADES

Para centralizar el conocimiento y desplegar capacidades de IA en la organización no basta con crear un repositorio o impartir formación. Se necesita un modelo de adopción que conecte a las personas que identifican oportunidades, quienes construyen las soluciones y quienes responden por incorporarlas al trabajo real.

El liderazgo de negocio establece prioridades y recursos, y define qué resultados justifican la inversión. Un Workflow Owner responde por el proceso que se quiere transformar: delimita el problema, establece el estándar de calidad, participa en las decisiones de adopción y se responsabiliza del resultado operativo. El modelo requiere, además, coordinación con tecnología, seguridad y las funciones responsables de personas y cambio organizativo.

La arquitectura debe hacer posible que las capacidades construidas en un área puedan adaptarse y desplegarse en otras sin diluir las responsabilidades.

Sobre esa base se articulan dos funciones de adopción y construcción, AI Champions y AI Builders, y una infraestructura transversal que conserva y distribuye lo aprendido: el AI Knowledge Hub. Funcionan como responsabilidades conectadas dentro del modelo operativo.

No forman necesariamente una nueva línea jerárquica.

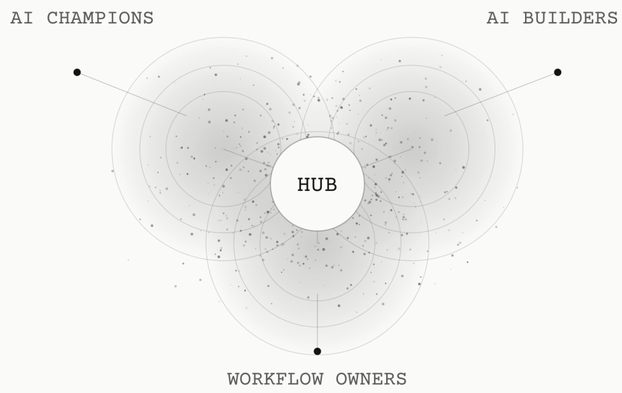
AI CHAMPIONS Activar la adopción desde el conocimiento del negocio.

Son profesionales próximos a los equipos que identifican oportunidades de aplicación, facilitan la transferencia de prácticas y acompañan a sus compañeros para incorporar las capacidades de la IA a su trabajo.

Su aportación no consiste necesariamente en desarrollar tecnología, sino en traducir lo aprendido a necesidades concretas de cada área, movilizar la adopción y facilitar que las soluciones compartidas lleguen a los procesos cotidianos.

Un Champion efectivo combina credibilidad dentro del equipo, comprensión del negocio y capacidad para enseñar y movilizar.

Esta función ayuda a que la adopción no dependa exclusivamente de iniciativas promovidas desde la dirección o desde un departamento tecnológico.



AI BUILDERS Convertir oportunidades en soluciones operativas.

Son los profesionales que transforman necesidades de negocio en asistentes, automatizaciones, agentes o workflows integrados.

Su valor se materializa cuando un equipo puede aprovechar lo que otro ha aprendido sin tener que repetir todo el recorrido.

Su trabajo comprende el diseño, la construcción, las pruebas, la evaluación y la mejora de las soluciones, con el apoyo de especialistas técnicos cuando la complejidad lo requiere.

El Builder conecta el conocimiento disponible con su implementación operativa: adapta soluciones, integra agentes y automatizaciones y comprueba que funcionan en el nuevo contexto.

Su responsabilidad no termina cuando una demostración funciona. Debe contribuir a su mantenimiento y mejora.

En determinados contextos, un profesional de marketing puede asumir este papel dentro de su especialidad. En otros, necesitará trabajar con perfiles de ingeniería, datos o tecnología.

AI KNOWLEDGE HUB: La memoria operativa de la transformación

Es la infraestructura compartida que conserva casos de uso, workflows documentados, soluciones, criterios y aprendizajes, y facilita que puedan localizarse, validarse y aprovecharse en otros departamentos.

Su función no debería limitarse a almacenar iniciativas.

Debe permitir comprender qué hizo posible una aplicación, qué resultados obtuvo, en qué condiciones funciona y qué necesita otro equipo para desplegarla con garantías.

Esto implica conservar no solo las soluciones que funcionaron, sino también sus condiciones de aplicación, criterios de evaluación, responsables, resultados y limitaciones. El Hub necesita además una responsabilidad explícita de curación: identificar duplicidades, revisar la vigencia del conocimiento, diferenciar soluciones experimentales de aplicaciones validadas y retirar aquellas que hayan quedado obsoletas.

Su valor se materializa cuando un equipo puede aprovechar lo que otro ha aprendido sin tener que repetir todo el recorrido.

No se trata de imponer un organigrama universal. En función del tamaño y la madurez de la empresa, un mismo profesional puede asumir varias responsabilidades y los Builders pueden estar en las unidades de negocio o en equipos centrales. Lo importante es que el modelo conecte conocimiento, adopción, construcción, gobierno y resultados.

La estructura tiene sentido cuando la circulación de capacidades funciona en ambos sentidos: lo que aprende cada equipo fortalece el Hub, y lo que conserva el Hub permite que otros equipos integren mejor la IA en sus workflows.

LO QUE OBSERVAMOS EN LAS ORGANIZACIONES

Las conversaciones del estudio permiten observar mecanismos concretos para las dos dimensiones de esta transformación: conservar el aprendizaje generado al integrar IA y poner las capacidades desarrolladas al alcance de otros profesionales.

Malt ofrece una evidencia organizativa concreta. En nuestra conversación con Ernesto Ortega Álvarez, VP Demand Performance & Marketing Operations de Malt, conocimos una estructura que combina AI Champions, encargados de promover la formación interna en IA, con AI Builders vinculados a la construcción de soluciones y responsabilidades de seguimiento sobre las iniciativas.

La compañía dispone además de un Hub en Notion donde documenta implementaciones internas, iniciativas y experimentos.

Es una evidencia de organización del aprendizaje.

El interés del ejemplo está en conectar funciones de adopción y construcción con un espacio compartido para registrar iniciativas y soluciones.

En nuestra conversación con Marta Rifà Llimós, Head of Marketing de Qonto, conocimos una práctica complementaria: una figura interna de referencia en IA que facilita que el equipo comparta experimentos, mejoras y aprendizajes. Es un mecanismo más ligero que la estructura descrita en Malt, pero persigue una finalidad relacionada: que los avances no queden aislados en quienes los desarrollan.

Estas prácticas no constituyen un modelo organizativo único ni prueban un despliegue completo en todos los departamentos.

Sí muestran que la adopción de IA empieza a requerir funciones, espacios y rutinas que conecten el aprendizaje con su difusión y aplicación.

La cuestión no es cuántas iniciativas de IA desarrolla una compañía, sino cuánto de lo aprendido se convierte en una capacidad que otros equipos pueden incorporar a su trabajo.

DEL REPOSITORIO AL SISTEMA DE APRENDIZAJE ORGANIZATIVO

Un AI Knowledge Hub puede comenzar como una biblioteca de casos de uso, workflows documentados, herramientas y buenas prácticas.

Su verdadero potencial aparece cuando deja de ser un repositorio consultivo y ayuda a desplegar capacidades de IA en procesos y equipos diferentes.

Cada implementación debería producir dos resultados: el valor que aporta al workflow donde se utiliza y el conocimiento transferible que puede aportar a otras iniciativas.

Para ello, el aprendizaje necesita completar un ciclo.

Experimentar. Los equipos identifican una necesidad y ponen a prueba una solución en el contexto real de su trabajo.

Capturar. Se documentan casos de uso y workflows completos: problema de negocio, proceso anterior, inputs y datos, pasos, herramientas, roles humanos y de agentes, outputs, decisiones, errores, resultados y condiciones de aplicación.

Validar. Se contrasta qué ha funcionado, con qué nivel de calidad y bajo qué restricciones. No toda solución local constituye una práctica generalizable.

Distribuir. Los aprendizajes validados se trasladan a otros equipos mediante formación, playbooks, skills, componentes reutilizables y soporte para integrarlos en sus workflows.

Reutilizar y mejorar. Cada equipo adapta y pone en funcionamiento lo aprendido, comprueba el resultado y devuelve al sistema nuevas evidencias, correcciones y mejoras.

Cada implementación debería producir dos resultados: el valor que aporta al workflow donde se utiliza y el conocimiento transferible que puede aportar a otras iniciativas.

El ciclo no termina cuando una solución se publica en el Hub.

Se completa cuando otro equipo puede aplicarla y devolver información sobre su funcionamiento en un contexto diferente.

Por eso, el aprendizaje debe circular en ambos sentidos: desde los workflows hacia el conocimiento compartido y desde el Hub hacia nuevas implantaciones dentro de la organización.

Un repositorio conserva información sobre lo que la organización ha hecho.

Un sistema de aprendizaje organizativo aumenta lo que la organización está en condiciones de hacer.



FUTURE-BUILT: DEL PILOTO A LA CAPACIDAD EXTENDIDA

La adopción de IA suele observarse mediante indicadores de actividad: profesionales formados, usuarios activos, herramientas desplegadas o número de automatizaciones.

Son indicadores relevantes, pero insuficientes para determinar si la organización está desarrollando una capacidad colectiva.

Una evaluación más completa debería distinguir tres dimensiones.

Centralización.

¿Qué proporción de las iniciativas de IA deja casos de uso, workflows y soluciones documentadas, validadas y reutilizables? ¿Disponen de responsable, versión y evidencia?

Despliegue.

¿Cuántos equipos incorporan esas capacidades a sus procesos? ¿Cuántos utilizan de forma recurrente soluciones o aprendizajes originados en otras unidades?

Impacto.

¿Cómo cambia el rendimiento del trabajo? ¿Mejora el tiempo de ciclo, la calidad, la autonomía o la capacidad para producir resultados? ¿Qué contribución puede observarse sobre los indicadores de negocio?

Esta distinción evita confundir la difusión de herramientas con la transformación de la organización.

Una compañía puede aumentar rápidamente el número de usuarios de IA sin modificar sustancialmente sus procesos.

También puede desarrollar numerosas soluciones sin lograr que se mantengan, se conecten entre sí o generen valor más allá del equipo que las creó.

El salto de escala ocurre cuando una solución útil puede convertirse en una capacidad que otros equipos consiguen desplegar, operar y mejorar.

La capacidad colectiva requiere que el aprendizaje termine integrado en el trabajo, no solamente documentado.

LA NUEVA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La IA está ampliando lo que una persona puede hacer.

Pero la transformación organizativa exige cambiar también la unidad sobre la que entendemos el progreso.

Primero aprende un profesional.

Después, su equipo modifica una forma de trabajar.

Finalmente, otras unidades pueden incorporar ese conocimiento y desarrollar nuevas capacidades a partir de él.

Del individuo al equipo.

Del equipo a la organización.

De la experiencia aislada al conocimiento centralizado y a la capacidad extendida.

Este es el fundamento del AI Knowledge Hub.

Su propuesta no es centralizar toda la innovación ni limitarse a extender el uso individual de herramientas.

Consiste en centralizar conocimiento transferible y desplegarlo en los workflows de diferentes áreas para que cada implementación pueda aprovechar lo aprendido en las anteriores.

Tampoco se trata de sustituir el criterio de los profesionales por procedimientos estandarizados.

Se trata de facilitar que ese criterio pueda transmitirse, aplicarse y evolucionar, manteniendo las responsabilidades humanas necesarias.

En el capítulo anterior, Owned Intelligence identificaba el conocimiento, los datos y el criterio propios como fuentes de diferenciación.

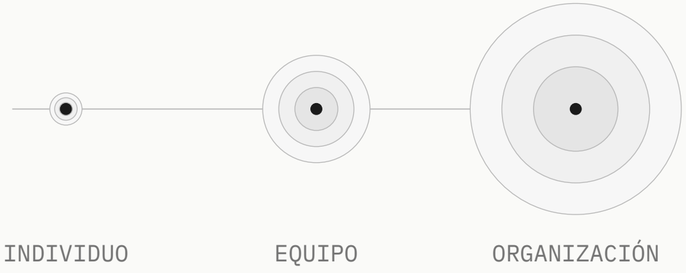
Aquí aparece la dimensión organizativa de esa ventaja: un modelo de adopción que convierte inteligencia individual y aprendizajes locales en conocimiento centralizado, capacidades desplegables y una forma de trabajar que evoluciona colectivamente.

La pregunta deja de ser cuántas personas utilizan inteligencia artificial.

La cuestión es cuánto de lo que aprende una persona consigue transformar la manera de trabajar de las demás.

Adoption & Capability Building convierte el conocimiento compartido en capacidades que los equipos utilizan, supervisan y mejoran.

La pregunta deja de ser cuántas personas utilizan inteligencia artificial. La cuestión es cuánto de lo que aprende una persona consigue transformar la manera de trabajar de las demás.



Adoption & Capability Building

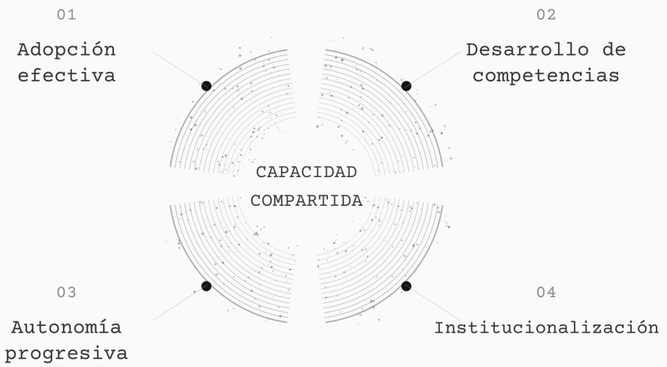
Extender una solución requiere desarrollar la capacidad de utilizarla, supervisarla y mejorarla. Adoption & Capability Building convierte el conocimiento compartido en práctica operativa.

La incorporación de una nueva capacidad exige trabajar **cuatro dimensiones complementarias:** adopción, competencias, autonomía e institucionalización. Se desarrollan de forma coordinada durante la implementación y el uso habitual de la solución.

1. Adopción efectiva. La solución se utiliza de forma recurrente en el trabajo real y contribuye al desempeño del proceso. Se observa su incorporación a las rutinas y la resolución de las fricciones que limitan su uso.

2. Desarrollo de competencias. Los equipos adquieren conocimiento del proceso, comprensión de los límites del sistema, capacidad de evaluación y gestión de excepciones. Estas competencias se desarrollan mediante participación activa, trabajo sobre casos reales y práctica supervisada.

3. Transferencia progresiva de autonomía. Los equipos asumen gradualmente la operación, la supervisión y la mejora de la solución. La transferencia se acompaña de documentación útil, acceso a los recursos necesarios y responsabilidades claras.



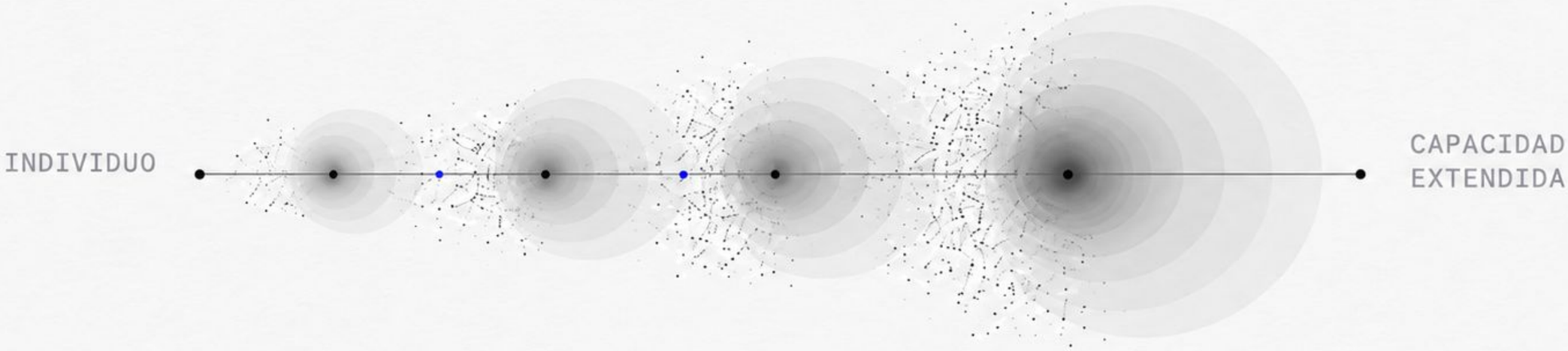
4. Institucionalización de las nuevas capacidades. La capacidad se consolida en procedimientos, roles, rutinas de evaluación y mecanismos de mejora. Su continuidad queda incorporada a la operación habitual de la organización.

Su avance se observa en la utilización recurrente, la competencia de los equipos y la contribución al negocio. La **capacidad de transformación medible** se expresa en lo que la organización puede ejecutar, sostener y mejorar con mayor autonomía.

El AI Hub conserva y distribuye el aprendizaje validado. Los equipos lo incorporan a sus workflows, desarrollan competencias y devuelven nuevas mejoras al sistema.

Modelos de adopción de IA

Centralizar el conocimiento y desplegarlo en toda la organización.



AI Champions

Priorizan oportunidades de IA y acompañan su adopción.

AI Builders

Construyen y despliegan soluciones de IA.

AI Knowledge Hub

Centraliza aprendizajes y soluciones para reutilizarlos en la organización.

Dirección de negocio • prioridades y recursos

Workflow Owner • criterio del proceso y validación

HALLAZGO 05

Desbloquear el valor de la IA

La capacidad de la IA se convierte en valor cuando la organización resuelve tres limitadores: la dependencia de la intervención humana, el coste de obtener un resultado útil y la fiabilidad del trabajo producido.

Desbloquear el valor de la IA

Los limitadores que separan la capacidad tecnológica del impacto económico.

La capacidad de la IA para ejecutar trabajo está creciendo más rápido que la capacidad de muchas organizaciones para convertir esa ejecución en resultados. Aparece un cuello de botella humano: una tarea puede completarse en segundos y permanecer horas pendiente de una instrucción.

Un sistema puede producir más y consumir recursos por encima del valor que genera. Una respuesta puede resultar convincente y exigir una revisión extensa antes de poder utilizarse.

Resolver estos limitadores exige intervenir en el diseño del workflow.

El trabajo necesita avanzar, sostenerse económicamente y alcanzar el estándar que permite utilizarlo.

Las conversaciones que han dado forma al Playbook permiten reconocer tres limitadores que atraviesan la integración de IA en marketing: la dependencia humana, la viabilidad económica y la fiabilidad del resultado. Cada uno afecta a una condición distinta del rendimiento.

Para la dirección de marketing, la pregunta adquiere una dimensión operativa: qué impide que una capacidad disponible se convierta en una capacidad efectiva de la organización.

Un sistema puede producir más y consumir recursos por encima del valor que genera.

Las decisiones sobre contexto, modelos e intervención humana determinan cuánto trabajo termina, con qué esfuerzo y a qué coste. El potencial tecnológico se concreta en esas decisiones.

01 DEPENDENCIA HUMANA

La IA ejecuta más rápido, pero el trabajo sigue esperando la intervención humana.

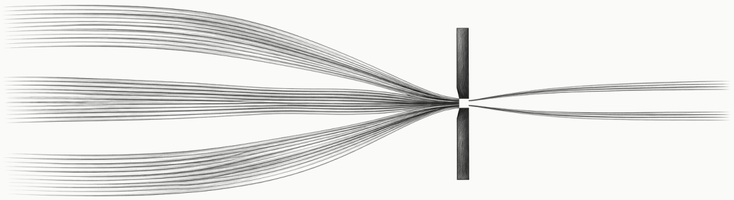
Una escena habitual ilustra esta dependencia: un profesional trabaja con varias conversaciones de IA en paralelo. Un modelo prepara una propuesta, otro analiza información y un tercero desarrolla una pieza. Cada uno puede responder con rapidez. Sin embargo, alguien tiene que trasladar el contexto, recoger las respuestas, decidir el siguiente paso y volver a activar cada conversación.

La ejecución se distribuye entre modelos, mientras la coordinación permanece concentrada en una persona. Cuando esa persona cambia de tarea, entra en una reunión o necesita atender otra prioridad, parte del trabajo queda suspendida.

La disponibilidad humana termina condicionando el Organizational metabolic rate: el ritmo al que la organización decide y actúa.

La ejecución se distribuye entre modelos, mientras la coordinación permanece concentrada en una persona.

Es como disponer de un equipo muy rápido en el que cada persona levanta la mano ante su responsable para aprobar el siguiente paso. Todos pueden ejecutar, pero la continuidad del conjunto depende de una única agenda. Abrir más conversaciones de IA puede multiplicar esa capacidad de ejecución y, al mismo tiempo, aumentar la cola de decisiones.



Esta dependencia suele estar incorporada en el propio proceso. Los traspasos manuales, las instrucciones sucesivas y las aprobaciones por etapa obligan al trabajo a detenerse aunque el sistema disponga de capacidad para continuar. La aceleración de una tarea tiene un alcance limitado cuando el siguiente paso sigue esperando.

Conviene distinguir las intervenciones que aportan criterio de aquellas que compensan una carencia del sistema. Resolver una decisión de posicionamiento requiere un juicio distinto de reenviar un briefing, recordar una restricción ya acordada o indicar que se ejecute el siguiente paso previsto. Esta distinción permite concentrar la atención del equipo donde modifica la calidad de la decisión.

Las conversaciones del Playbook y los pilotos corporativos apuntan a trasladar parte de la coordinación al sistema. Las siguientes respuestas concretan esa transición: definir encargos completos, conectar tareas, sostener

la ejecución y aportar el conocimiento necesario para que el trabajo avance entre intervenciones humanas.

Delegación completa del encargo

Una primera respuesta consiste en definir el encargo completo desde el inicio: resultado esperado, contexto, recursos disponibles, restricciones, criterios de aceptación y decisiones que requieren intervención.

El sistema recibe un objetivo que puede desarrollar de principio a fin dentro de ese perímetro, sin esperar una nueva instrucción después de cada tarea.

En marketing, el encargo podría ser preparar las adaptaciones de una campaña para tres canales a partir de un briefing aprobado, comprobarlas frente a los criterios de marca y entregar una propuesta consolidada para revisión. Quedan definidos tanto el resultado como el recorrido autorizado para alcanzarlo.

Esta delegación requiere que el sistema pueda ejecutar y comprobar las tareas incluidas.

La conversación concentra el esfuerzo en formular el encargo, resolver excepciones y valorar la entrega.

La coordinación cotidiana deja de depender de una sucesión de mensajes para activar cada paso.

AI Factories y orquestación multiagente

Un modelo de IA, por sí solo, no es un agente.

Para actuar dentro de un proceso necesita instrucciones, herramientas y acceso a la información y los sistemas que exige su tarea: un CRM, un ERP, una plataforma de campañas o un sistema de ticketing.

La calidad de los datos y de esas conexiones condiciona la fiabilidad del trabajo.

Un protocolo como MCP (Model Context Protocol) permite estandarizar el acceso a herramientas y fuentes corporativas, bajo los permisos establecidos.

Una AI Factory organiza esas capacidades como un sistema de producción. En su configuración multiagente, reúne especializados: cada uno asume una tarea, dispone de skills concretas y entrega un resultado que otros pueden utilizar. La orquestación puede adoptar cinco patrones de trabajo, combinables dentro de una misma AI Factory.

Prompt Chaining. Resuelve la tarea por etapas: el resultado de una sirve de entrada a la siguiente. **Routing**. Identifica qué necesita cada petición y la deriva al especialista adecuado. **Parallel Execution**. Aborda varias partes de una tarea o compara respuestas para obtener un resultado. **Orchestrator–Workers**. Un coordinador divide el encargo, asigna el trabajo y reúne las aportaciones. **Evaluator–Optimizer**. Un componente produce y otro evalúa. Las correcciones se repiten hasta alcanzar la calidad exigida. **Autonomous Agent**. Decide el siguiente paso según lo que va encontrando. Utiliza herramientas y solicita intervención cuando corresponde.

El valor no depende solo de la capacidad de cada agente, sino de cómo se articula el trabajo entre ellos.

En **Orchestrator–Workers**, un supervisor descompone el encargo, distribuye tareas y coordina especialistas. **Task Routing** dirige cada petición al recorrido, herramienta o especialista adecuado. En configuraciones descentralizadas, eventos y reglas activan al siguiente agente. Protocolos **A2A (Agent2Agent)** facilita la colaboración entre agentes de sistemas distintos, según la arquitectura elegida.

En una campaña, **Prompt Chaining** encadena contexto y producción. **Parallelization** permite adaptar canales en paralelo cuando las tareas son independientes. Un agente evaluador comprueba las entregas y solicita correcciones según los criterios acordados. El briefing y el estado compartidos permiten que cada especialista continúe con el contexto necesario.

La autonomía opera dentro de un perímetro explícito. Un riesgo elevado, una acción sin autorización o una excepción que el sistema no puede resolver activa la intervención humana. La factoría presenta el problema, la evidencia disponible y la decisión requerida. El equipo define el encargo, conserva las decisiones reservadas y supervisa el resultado del conjunto.

Harness y continuidad de ejecución

El harness es la estructura que permite al modelo operar dentro de un **sistema agéntico**. Conecta instrucciones, herramientas, permisos y mecanismos de ejecución.

Conserva un estado compartido del proceso: qué se ha completado, qué está pendiente y qué decisiones bloquean el avance. Esa memoria de trabajo permite coordinar agentes y gestionar interrupciones, errores y reintentos.

La observabilidad permite reconstruir qué ha ejecutado el sistema, dónde ha fallado y qué requiere intervención. Si una fuente no está disponible o una tarea queda incompleta, el sistema necesita reconocer qué ha ocurrido, conservar lo ya realizado y determinar si puede reanudar, probar una alternativa o solicitar ayuda. Reiniciar todo el recorrido o repetir acciones ya completadas puede consumir parte del beneficio de la automatización.

La continuidad exige límites definidos: qué puede ejecutar el sistema, cuántas veces puede reintentarlo y en qué condiciones debe detenerse.

El principio de mínimo privilegio convierte ese perímetro en permisos efectivos: cada agente accede únicamente a los recursos y acciones necesarios para su función.

Cuando ejecuta código, un sandbox o entorno aislado permite contener su alcance. Estos controles sostienen la ejecución dentro de las condiciones autorizadas.

El equipo define el encargo, conserva las decisiones reservadas y supervisa el resultado del conjunto.

Brain y contexto operativo

El Brain reúne el conocimiento que permite interpretar la tarea y mantener la continuidad entre ejecuciones: contexto de marca y negocio, instrucciones vigentes, decisiones previas y memoria del trabajo realizado.

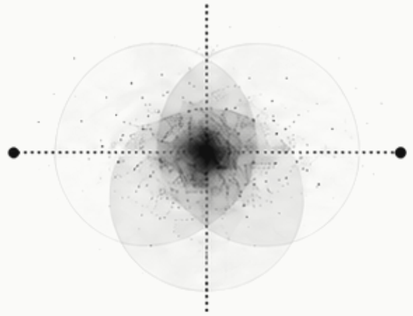
Para reducir la dependencia humana, ese conocimiento debe llegar al punto donde se necesita. Conservar documentos no garantiza que el agente recupere el criterio correcto, distinga una versión vigente de otra obsoleta o sepa qué decisión prevalece cuando encuentra instrucciones contradictorias.

RAG (Retrieval-Augmented Generation) es una de las técnicas para recuperar información de las fuentes corporativas e incorporarla al contexto de la tarea. En el workflow, permite aportar conocimiento relevante sin exigir que una persona lo vuelva a introducir en cada conversación.

La memoria conserva el estado y las decisiones que permiten retomarlo.

Parte de la autonomía se construye antes de ejecutar: dejando resuelto qué necesita saber el sistema para continuar.

El contexto define las condiciones de trabajo. La memoria conserva el estado y las decisiones que permiten retomarlo. Ambos necesitan actualización explícita. Una corrección introducida en una conversación debe incorporarse al lugar adecuado si queremos que oriente futuras ejecuciones.



Ejecución asíncrona y escalado por excepción

La ejecución asíncrona permite que el trabajo avance sin exigir una conversación continua con la persona. El sistema recibe una petición o se activa ante un evento, desarrolla las tareas autorizadas y comunica un resultado o una excepción que requiere intervención.

El escalado por excepción establece cuándo debe volver a intervenir el equipo. Una decisión que excede los permisos puede justificar esa interrupción. El sistema debería presentar qué ha ocurrido, qué ha podido resolver y qué decisión necesita, conservando el contexto necesario para responder.

También importa definir qué sucede mientras espera. Las tareas que dependen de esa decisión deben permanecer detenidas. Las actividades independientes pueden continuar si están autorizadas. Al recibir la respuesta, el proceso debe recuperar su estado y retomar el trabajo sin reconstruir todo el briefing.

El salto consiste en que el trabajo pueda avanzar sin exigir nuestra disponibilidad en cada paso.

Soft Launch · Desplegar la autonomía de forma gradual

El piloto delimitado ofrece una vía práctica para iniciar esta transición.

Se elige un workflow concreto, se reduce su alcance y se establecen reglas sencillas para observar cómo responde el **sistema agéntico**.

Un punto de entrada claro, un resultado reconocible y pocas excepciones permiten entender mejor qué funciona y dónde sigue siendo necesaria la intervención.

En esta fase beta, simplificar el perímetro facilita el aprendizaje. Para una adaptación de campaña, el piloto podría trabajar con un briefing aprobado, un conjunto limitado de formatos y una entrega en borrador.

Quedarían definidos los materiales que puede utilizar, las condiciones para continuar y las decisiones reservadas al equipo.

El piloto delimitado ofrece una vía práctica para iniciar esta transición.

La prueba debe mostrar algo más que una ejecución satisfactoria. Interesa observar si el sistema conserva el contexto, completa la secuencia, se recupera de fallos previsibles y solicita ayuda cuando corresponde.

Una aprobación recurrente puede revelar una regla que falta. Una interrupción frecuente puede señalar una dependencia que todavía no está resuelta.

El alcance se amplía conforme se comprueba el funcionamiento.

Introducir nuevos canales, más fuentes o decisiones adicionales requiere volver a evaluar las condiciones de delegación. Una prueba favorable en un entorno acotado no acredita autonomía en cualquier situación.

Tres medidas ayudan a comprobar el progreso:

intervenciones humanas por entrega, tiempo bloqueado esperando una respuesta y tiempo total hasta completar el trabajo.

Deben leerse junto con la calidad obtenida y el esfuerzo dedicado a mantener el sistema.

La autonomía aporta valor cuando reduce la dependencia operativa sin trasladar una carga equivalente a correcciones y supervisión posteriores.

02 VIABILIDAD ECONÓMICA

El valor generado debe superar el coste total de obtener un resultado útil.

Una ejecución técnicamente posible puede resultar económicamente inadecuada. **El consumo del modelo es solo una parte del coste.** También intervienen las licencias, las conexiones, la preparación de datos, la revisión humana, las correcciones y el mantenimiento. Al aumentar el volumen, costes poco visibles durante el piloto pueden adquirir un peso decisivo.

La economía del workflow depende de su recorrido. Dos entregas equivalentes pueden necesitar distinto número de consultas, modelos, búsquedas y rondas de revisión. Por eso, estimar el coste a partir de una generación aislada ofrece una imagen incompleta de lo que cuesta terminar el trabajo.

Ante este limitador, la respuesta consiste en incorporar la economía de la IA al diseño y a la gestión del workflow. Las prácticas que siguen permiten hacerlo: medir el coste del resultado, asignar el modelo adecuado, reducir consumo innecesario y elegir dónde ejecutar.

El consumo del modelo es solo una parte del coste.

10 s
PARA GENERAR

20 min
PARA CORREGIR

Son decisiones que pueden probarse en pilotos y revisarse con datos reales antes de ampliar el despliegue.

AI Economics y FinOps

AI Economics sitúa la decisión sobre IA en términos de valor creado y recursos consumidos. FinOps aporta disciplina para medir el uso, asignar costes y ajustar las decisiones de consumo con participación de negocio, tecnología y finanzas.

La referencia relevante para el workflow es el coste completo por resultado válido. El cálculo incorpora los intentos fallidos y la revisión necesaria para obtener entregas que cumplen el estándar acordado. La puesta en marcha y el mantenimiento deben atribuirse sobre un periodo y un volumen explícitos, evitando que desaparezcan del análisis.

Si una respuesta tarda diez segundos en generarse y veinte minutos en corregirse, esos veinte minutos también cuentan.

Después hay que evaluar qué aporta ese resultado al negocio. Una entrega aceptada puede mejorar el servicio, aumentar la capacidad comercial o reducir un coste operativo. Cada objetivo requiere una medida adecuada. Las horas liberadas expresan capacidad recuperada, pero solo constituyen ahorro efectivo cuando disminuye un gasto. Del mismo modo, producir más piezas no demuestra por sí solo un incremento de ingresos.

Esta distinción permite asignar recursos con criterio. Marketing define el resultado que necesita y su estándar de calidad. Tecnología aporta visibilidad sobre consumo y funcionamiento. Finanzas ayuda a establecer la base de comparación y a comprobar el efecto económico. El presupuesto puede revisarse a partir de costes observados y demanda real, en lugar de depender únicamente de una estimación inicial.

Model Routing

Model Routing asigna cada tarea al modelo que mejor responde a sus exigencias. Una clasificación sencilla y una decisión que requiere razonamiento complejo pueden necesitar capacidades diferentes.

Utilizar siempre el modelo de mayor coste puede consumir recursos sin aportar una mejora relevante para la tarea.

Un **Model Garden** reúne modelos que el equipo compara y prueba para distintos usos. Esa evaluación delimita **qué opciones cumplen los requisitos de cada tarea** antes de asignarles trabajo.

También existen servicios de routing automático, como OpenRouter, que incorporan preferencias de coste y restricciones de modelos a esa elección. La capacidad está pasando de ser una decisión del usuario a convertirse en una función de la plataforma.

Nuestra previsión es que esa automatización gane peso en la propuesta de valor de las plataformas: valorar cada petición y seleccionar el modelo que ofrezca la mejor relación entre calidad del resultado y eficiencia de coste, dentro de las condiciones del encargo (de manera automática).

El equipo seguirá necesitando comprobar que esa elección cumple su estándar de trabajo.

Selección automática del modelo según necesidades del encargo y criterios económicos.

La selección debe contrastarse con un estándar de aceptación. Un modelo más económico pierde su ventaja si genera errores que obligan a repetir el trabajo o aumentan la revisión humana.

El criterio de decisión es el coste total de obtener el resultado con la calidad y el tiempo de respuesta necesarios.

Un model gateway, o pasarela de modelos, centraliza las peticiones a distintos proveedores y puede aplicar políticas de acceso, presupuestos y límites por equipo o proyecto.

Facilita medir el consumo y cambiar de proveedor desde una interfaz común.

El routing aporta la política de asignación: qué modelo utilizar en cada tarea.

En marketing, esa combinación permite gestionar de forma diferenciada la producción de variantes, la clasificación de consultas y el análisis estratégico.

El routing requiere categorías de tareas, pruebas representativas y reglas para escalar cuando una petición queda fuera de las condiciones previstas.

La asignación debe revisarse cuando cambian los modelos, los precios o el comportamiento del workflow. Es una decisión operativa que se mantiene, no una elección que queda resuelta para siempre.

Caché, lotes y límites

La caché permite reutilizar determinadas partes del contexto ya procesadas cuando el servicio y el patrón de uso lo admiten. Puede reducir el coste de repetir instrucciones o documentación común.

Su utilidad depende de que ese contenido siga siendo válido y reúna las condiciones necesarias para su reutilización.

El procesamiento por lotes agrupa solicitudes que pueden esperar.

En servicios que ofrecen esta modalidad, puede mejorar la economía del volumen a cambio de una respuesta diferida.

La decisión depende del plazo de la tarea: una revisión programada de materiales admite una espera distinta de una interacción con un cliente.

Los límites contienen el coste de las ejecuciones que se prolongan.

Definir máximos de iteraciones, búsquedas o consumo evita que un sistema siga intentando resolver una tarea sin una perspectiva razonable de mejora.

Los límites contienen el coste de las ejecuciones que se prolongan.

Al alcanzar el límite, debe existir una salida: entregar el estado del trabajo, solicitar una decisión o detener el proceso.

Estas medidas permiten gestionar el consumo dentro de la arquitectura del workflow.

Su resultado debe comprobarse sobre entregas completas, porque ahorrar en una etapa y aumentar el retrabajo en otra puede empeorar la economía del conjunto.

Infraestructura propia o híbrida

En las conversaciones del Playbook, **la combinación de infraestructura local y servicios cloud aparece como una opción recurrente.**

Algunas empresas mantienen cargas de procesamiento complejas en servidores locales y utilizan servicios externos para otras tareas.

La distribución depende del volumen, los datos, la calidad requerida y la capacidad interna para operar cada parte del sistema.

Otras empresas han observado que el coste de operar en local resulta muy superior al de externalizar determinadas cargas. La comparación cambia al incorporar equipos, capacidad infrautilizada, energía, mantenimiento y talento especializado. Los servicios externos trasladan parte de ese esfuerzo al proveedor, con sus condiciones de precio, disponibilidad e integración. Una arquitectura híbrida permite combinar ambas opciones, aunque también añade complejidad de gestión.

La comparación debe realizarse sobre el coste total de propiedad y un nivel equivalente de servicio. El control sobre los datos, los tiempos de respuesta y la capacidad para mantener el sistema forman parte de la decisión. Internalizar una solución no acredita por sí solo una ventaja económica.

La viabilidad se demuestra cuando el workflow puede sostener el resultado que necesita el negocio a un coste que justifica su uso y su continuidad.

Internalizar una solución no acredita por sí solo una ventaja económica.

03 FIABILIDAD DEL RESULTADO

Generar un resultado no garantiza poder usarlo: los errores y el retrabajo limitan la delegación.

Un sistema puede completar todas sus tareas y entregar algo que todavía no sirve.

Una pieza puede respetar el formato y utilizar una oferta incorrecta. Un análisis puede estar bien redactado y apoyarse en una fuente desactualizada.

Una acción puede anunciarse como completada sin haberse ejecutado correctamente.

Esta distancia entre generación y aceptación consume tiempo y restringe la autonomía.

Si cada entrega exige reconstruir el razonamiento, comprobar todas las fuentes y corregir la ejecución, parte del trabajo reaparece en la revisión.

La fiabilidad necesita un estándar verificable. El equipo debe poder reconocer cuándo un resultado cumple las condiciones de uso, qué errores obligan a rechazarlo y qué decisiones siguen requiriendo criterio experto.

Para responder a este limitador, la comprobación del resultado debe formar parte del proceso.

Las siguientes iniciativas trasladan el criterio de calidad a distintos puntos del workflow: antes de ejecutar, durante la evaluación y en los ciclos de revisión y corrección.

Combinadas, permiten probar qué trabajo puede delegarse y qué decisiones siguen necesitando al equipo.

Context Engineering y Skills

Context Engineering organiza la información, las instrucciones y las herramientas que necesita el sistema para resolver una tarea. En este limitador, **su función es trasladar el estándar de trabajo**: fuentes vigentes, restricciones de marca, requisitos del entregable y criterios de aceptación.

Las Skills permiten empaquetar procedimientos y recursos reutilizables para actividades concretas. Una skill puede reunir cómo preparar un análisis o adaptar una pieza, qué información consultar y qué comprobaciones realizar. La utilidad depende de que esas instrucciones sean precisas y se mantengan actualizadas.

Un criterio que solo aparece al final, cuando una persona rechaza la entrega, llega demasiado tarde para orientar esa ejecución. Incorporarlo antes puede reducir correcciones evitables. Esto exige reconocer qué parte del juicio puede explicitarse y qué decisiones conservan una ambigüedad que requiere intervención humana.

La calidad empieza en las condiciones bajo las que se encarga el trabajo.

Evals y criterios de aceptación

Las evals permiten comprobar el comportamiento del sistema mediante tareas y criterios definidos. Antes del despliegue, ayudan a identificar en qué condiciones funciona.

Ante un cambio de modelo, instrucciones o herramientas, permiten contrastar si la mejora se mantiene y si aparecen regresiones.

La evaluación debe cubrir el recorrido que importa al negocio. En una campaña, puede requerir comprobar que la oferta coincide con la fuente aprobada, que las variantes respetan las restricciones de cada canal y que las acciones solicitadas se han ejecutado.

Una explicación convincente del agente no sustituye la comprobación del resultado.

Durante la operación, las validaciones actúan sobre cada entrega según su riesgo.

Algunas condiciones pueden comprobarse mediante reglas, como un formato o un dato que debe coincidir exactamente. Otras necesitan una evaluación más contextual o la revisión de un especialista.

La calidad empieza en las condiciones bajo las que se encarga el trabajo.

Elegir el método adecuado evita dedicar juicio experto a comprobaciones mecánicas y confiar decisiones complejas a controles insuficientes.

Conviene observar la proporción de entregas aceptadas a la primera, las causas de rechazo y el tiempo de corrección. El promedio de calidad puede ocultar fallos recurrentes en determinados canales, formatos o situaciones.

La delegación debe apoyarse en el comportamiento del sistema dentro de las condiciones en que va a utilizarse.

Revisión cruzada entre modelos

La revisión cruzada introduce otra perspectiva sobre el resultado. Un modelo puede examinar los supuestos, validar un proceso o resultado o buscar contradicciones en el trabajo de otro. Su función debe estar definida para que la revisión produzca una comprobación concreta.

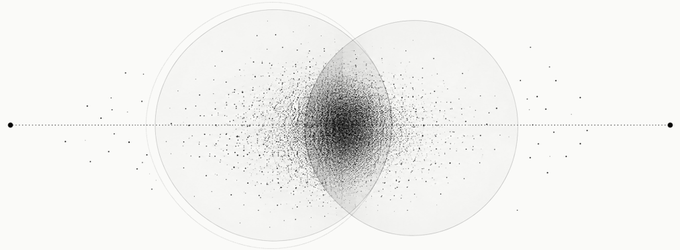
Un ejemplo concreto sería encargar a GPT-6 Astra un análisis de performance y utilizar Claude Opus 5.5 para revisarlo. El segundo modelo recibiría el análisis, los mismos datos de origen y una pauta de evaluación: comprobar cálculos, detectar conclusiones sin respaldo y cuestionar la recomendación de inversión.

La coincidencia entre modelos no constituye una garantía.

Si encuentra una discrepancia, debe señalar la evidencia y devolver una corrección verificable. Los papeles pueden invertirse según las pruebas del equipo.

La coincidencia entre modelos no constituye una garantía. Pueden compartir un error o apoyarse en la misma información incompleta.

Por eso, la revisión debe exigir evidencia y apoyarse en criterios explícitos. Si aparece una discrepancia relevante, el sistema necesita una regla para resolverla o escalarla.



Evaluator–Optimizer

El patrón Evaluator–Optimizer conecta generación, evaluación y corrección dentro del workflow.

En una arquitectura de agentes, la marca lo implementa configurando agentes especializados para producir, revisar y corregir, con instrucciones, herramientas y permisos propios.

El evaluador identifica incumplimientos concretos y devuelve indicaciones al agente que genera la entrega.

El circuito puede operar con autonomía dentro de los límites establecidos.

Su integración se diseña de principio a fin.

En un flujo de producción de campañas, el briefing activa la generación; un agente evaluador comprueba las piezas frente a los criterios de marca y de canal; el agente productor corrige lo señalado y el evaluador vuelve a comprobarlo.

Al cumplir el estándar, el resultado pasa a la siguiente etapa autorizada, como la aprobación final o la programación.

El sistema conserva el estado y entrega al equipo las excepciones que no puede resolver.

Este circuito puede reducir la intervención humana en ajustes previsibles cuando las deficiencias son reconocibles y las correcciones producen una mejora comprobable. Su diseño necesita condiciones de cierre. **Al cumplir el estándar, la entrega avanza.**

Si persiste un error, falta evidencia o se alcanza el límite de iteraciones, el proceso solicita intervención o se detiene.

Desbloquear el valor de la IA exige convertir capacidad de ejecución en trabajo terminado que la organización pueda utilizar y sostener.

La persona debería recibir el problema que queda por resolver y el contexto de los intentos realizados. Esa información permite decidir sin repetir toda la revisión.

El propio evaluador también necesita contraste: una instrucción de revisión mal definida puede aceptar errores o rechazar soluciones válidas.

Las correcciones recurrentes ofrecen una señal para mejorar el sistema. Si una misma indicación aparece en varias entregas, conviene analizar si debe incorporarse al contexto, a una skill o a una prueba. La mejora requiere comprobar que el cambio resuelve el problema y mantiene el comportamiento en otras situaciones. Corregir una respuesta no actualiza automáticamente el sistema.

LA AUTONOMÍA COMO DECISIÓN DE DISEÑO

Los tres limitadores se condicionan entre sí. Reducir la intervención humana puede aumentar el consumo de modelos.

Añadir comprobaciones puede mejorar la calidad y alargar el recorrido.

Una reducción de coste que eleva el retrabajo puede terminar empeorando el resultado económico.

La dirección necesita evaluar el conjunto: cuánto trabajo termina, cuánta atención exige, qué calidad alcanza y qué valor produce respecto a su coste. Estas medidas permiten decidir dónde ampliar la autonomía, dónde reforzar el sistema y dónde mantener una intervención humana deliberada.

Un enfoque de Soft Launch hace visibles esas relaciones mediante un despliegue gradual, en un ámbito que el equipo puede comprender y corregir.

Su aprendizaje adquiere valor cuando permite ampliar la delegación con evidencia sobre el funcionamiento, la calidad y el coste.

Desbloquear el valor de la IA exige convertir capacidad de ejecución en trabajo terminado que la organización pueda utilizar y sostener.

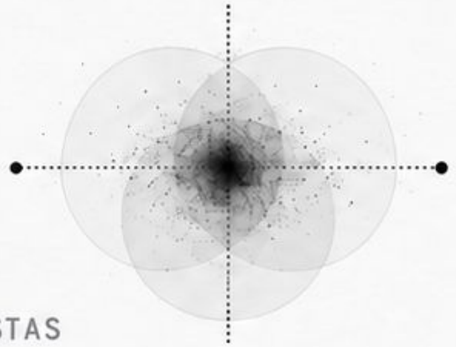
Desbloquear el valor de la IA

Los limitadores que separan la capacidad tecnológica del impacto económico.

01

Dependencia humana

La IA ejecuta más rápido, pero el trabajo sigue esperando la intervención humana.



RESPUESTAS

AI Factories · Orquestación multiagente
Encadenan tareas y reducen traspasos manuales.

Harness · Continuidad de ejecución
Hace avanzar el trabajo y recupera los fallos.

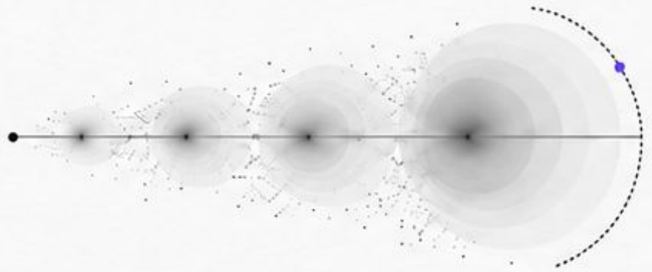
Brain · Contexto y memoria
Conserva contexto y decisiones sin repetir el brief.

Ejecución asíncrona · Escalado por excepción
Avanza solo y escala al humano las excepciones.

02

Viabilidad económica

El valor generado debe superar el coste total de obtener un resultado útil.



RESPUESTAS

AI Economics · FinOps
Vinculan coste, presupuesto y retorno por workflow.

Model Routing
Usa el modelo más económico que cumple la calidad.

Caché · Lotes · Límites
Reducen consumo, repeticiones y coste por tarea.

Infraestructura propia o híbrida
Ajusta el despliegue a volumen, calidad y coste total.

03

Fiabilidad del resultado

Generar un resultado no garantiza poder usarlo: los errores y el retrabajo limitan la delegación.



RESPUESTAS

Context Engineering · Skills
Hacen explícitos y reutilizables los criterios de trabajo.

Evals · Criterios de aceptación
Detectan fallos antes de aceptar el resultado.

Revisión cruzada · Modelos distintos
Contrasta modelos y exige evidencia para validar.

Evaluator–Optimizer
Corrige, reevalúa y escala al humano si es necesario.

HALLAZGO 06

Marketing First

Cuanto más amplía la IA lo que una empresa puede hacer,
más decisivo resulta determinar qué merece existir, para quién y por qué será elegido.
Marketing vuelve al centro de esas decisiones.

Centralidad estratégica

La IA transforma las condiciones sobre las que las empresas crean valor y compiten por ser elegidas.

La IA transforma las condiciones sobre las que las empresas crean valor y compiten por ser elegidas. Su impacto transformacional alcanza todas las capas de valor de las organizaciones: modelo de negocio, modelo de trabajo, modelo de talento y comportamiento del cliente.

Al cambiar lo que una organización puede ofrecer y la forma en que el mercado lo descubre y evalúa, se reabren decisiones fundamentales sobre propuesta de valor, posicionamiento y crecimiento.

Marketing First

La tesis que articulamos a partir de las conversaciones del estudio es que esta transformación devuelve centralidad estratégica al marketing.

La ampliación de capacidades necesita una dirección estratégica: identificar qué necesidades merecen atenderse, para quién desarrollar una oferta y qué diferencias pueden sostener una preferencia.

En ese punto, **la IA nos invita a recuperar el sentido fundacional de nuestro oficio.**

La ampliación de capacidades necesita una dirección estratégica:

identificar qué necesidades merecen atenderse, para quién desarrollar una oferta y qué diferencias pueden sostener una preferencia.

Relevance First. Dar dirección de mercado a la transformación

La oportunidad para nuestro oficio está en conectar las nuevas posibilidades de la empresa con necesidades relevantes del cliente. La aparición de servicios AI-native, nuevas formas de entrega y relaciones conversacionales exige decidir qué oferta construir, para quién, con qué posicionamiento y bajo qué modelo de relación. Marketing aporta esa orientación de mercado a la transformación del negocio.

Relevance First sitúa la pertinencia de la propuesta como criterio de inversión. Qué segmentos priorizar, qué problemas merecen resolverse y qué valor reconoce el cliente frente a sus alternativas. Comprender sus circunstancias de elección permite descubrir necesidades desatendidas, adaptar la arquitectura de oferta y abrir nuevos espacios de demanda.

Esta es la recuperación del sentido fundacional del marketing: comprender el mercado y participar en las decisiones que definen cómo competir. Las capacidades tecnológicas amplían las opciones. El conocimiento del cliente y de la categoría permite darles una dirección estratégica.



Las capacidades tecnológicas amplían las opciones. El conocimiento del cliente y de la categoría permite darles una dirección estratégica.

Differentiation & Value. Convertir capacidad en preferencia

Cuando producir resulta más accesible, aumenta la importancia de construir razones de elección. La abundancia dificulta acceder a la atención. La homogeneidad debilita la preferencia. Una empresa puede mejorar su ejecución y, al mismo tiempo, presentar una oferta o una comunicación cada vez más intercambiable con las de sus competidores.

La respuesta exige decidir qué diferencia merece sostener la marca y dónde se materializa: producto, servicio, conveniencia, experiencia o relación entre precio y valor. La diferenciación explica la aportación frente a otras alternativas. La distintividad permite reconocerla y atribuirla a una marca. Ambas contribuyen a conectar la oferta con el cliente y a construir una posición propia en el mercado.

Escalar la producción no garantiza preferencia. Su valor exige una diferenciación relevante y reconocible para el cliente.

La homogeneidad debilita la preferencia.

En nuestra conversación, José Barreiro identifica una tensión: la IA multiplica ideas, prototipos y adaptaciones a escala, pero esa abundancia se genera dentro de la empresa. En el mercado, ganar atención y construir confianza siguen siendo retos fundamentales. Sobre los contenidos sintéticos, señala:

«No está contribuyendo aún a que las marcas ganen notoriedad o generen más confianza por el mero hecho de producir contenidos sintéticos.»

José Barreiro · Cofundador y CEO de Iberian Media · Entrevista del estudio

Barreiro vincula el diferencial a las decisiones que orientan esa capacidad: la calidad de la idea, lo que merece comunicarse o descartarse y la personalidad de la marca. Su reflexión conecta la eficiencia de producción con una exigencia estratégica: que la actividad contribuya a construir valor para el cliente.

Conectar marca y cliente en los nuevos modelos de relación

La transformación del cliente amplía el campo de actuación del marketing. Cuando el descubrimiento, la comparación o el asesoramiento se desarrollan en entornos conversacionales, la marca necesita adaptar cómo presenta su valor y facilita la decisión. El contexto expresado por la persona puede orientar una relación más pertinente entre necesidad, propuesta y respuesta.

Top of Model extiende el posicionamiento hacia la representación de la marca en los sistemas de IA: con qué atributos aparece, para qué necesidades es considerada y frente a qué alternativas. Contextual Ads abre otra vía de participación comercial. En ambos casos, la relevancia de la oferta y las pruebas que sostienen su promesa condicionan la calidad de esa presencia.

El desafío abarca también la continuidad de la relación. Que el cliente pueda reconocer la marca, comprender la propuesta, resolver sus dudas y acceder a ella sin fricciones. Marketing conecta estas decisiones para que la nueva capacidad tecnológica se traduzca en una mejor experiencia de elección.

De la preferencia al valor económico

La contribución de marketing al P&L se concreta en las decisiones de mercado que ayuda a dirigir. Identificar demanda y ajustar la oferta puede abrir nuevas fuentes de ingresos. Una diferenciación valorada por el cliente puede sostener su disposición a pagar y reducir la dependencia del descuento. Mejorar la consideración, la conversión y la continuidad de la relación puede contribuir al crecimiento y al valor económico del cliente.

A esta contribución se suma el potencial multiplicador de la IA sobre la propia disciplina. **Aunque marketing aparece en el debate como una de las disciplinas más expuestas a la transformación, también puede ampliar sustancialmente su inteligencia e impacto.**

La capacidad de conectar datos, interpretar señales y contrastar hipótesis permite profundizar en el entendimiento del cliente, anticipar necesidades y evaluar oportunidades con mayor resolución. El potencial estratégico reside en convertir esa capacidad analítica en mejores decisiones sobre segmentos, propuestas y prioridades de crecimiento.

Decision Intelligence. De las señales a la inversión

La misma capacidad puede elevar la calidad de la asignación de inversión. La IA permite explorar escenarios de budget allocation, estimar la respuesta a distintos niveles de gasto y revisar el rendimiento esperado por canal, audiencia o iniciativa.

Combinada con medición incremental y criterio de negocio, puede orientar el presupuesto hacia oportunidades con mayor contribución económica. Marketing gana así capacidad para vincular sus decisiones de inversión con ingresos y margen, y defender ante dirección financiera dónde destinar el siguiente euro para generar mayor valor.

Estas son vías de contribución que deben comprobarse en cada negocio. Permiten situar la conversación de marketing en cuestiones de dirección: qué oportunidades financiar, qué propuesta desarrollar, qué posicionamiento defender y cómo transformar preferencia en ingresos y margen. El criterio estratégico se somete así a la prueba del resultado.

El vínculo con la cuenta de resultados comienza en esas decisiones.

Marketing First expresa esa oportunidad para nuestro oficio: orientar la adaptación de la empresa al mercado, construir una diferencia relevante y conectar marca y cliente de forma que genere valor económico. La transformación de la IA devuelve esas decisiones al centro de la estrategia.

VÍAS DE CONTRIBUCIÓN

Demanda y oferta

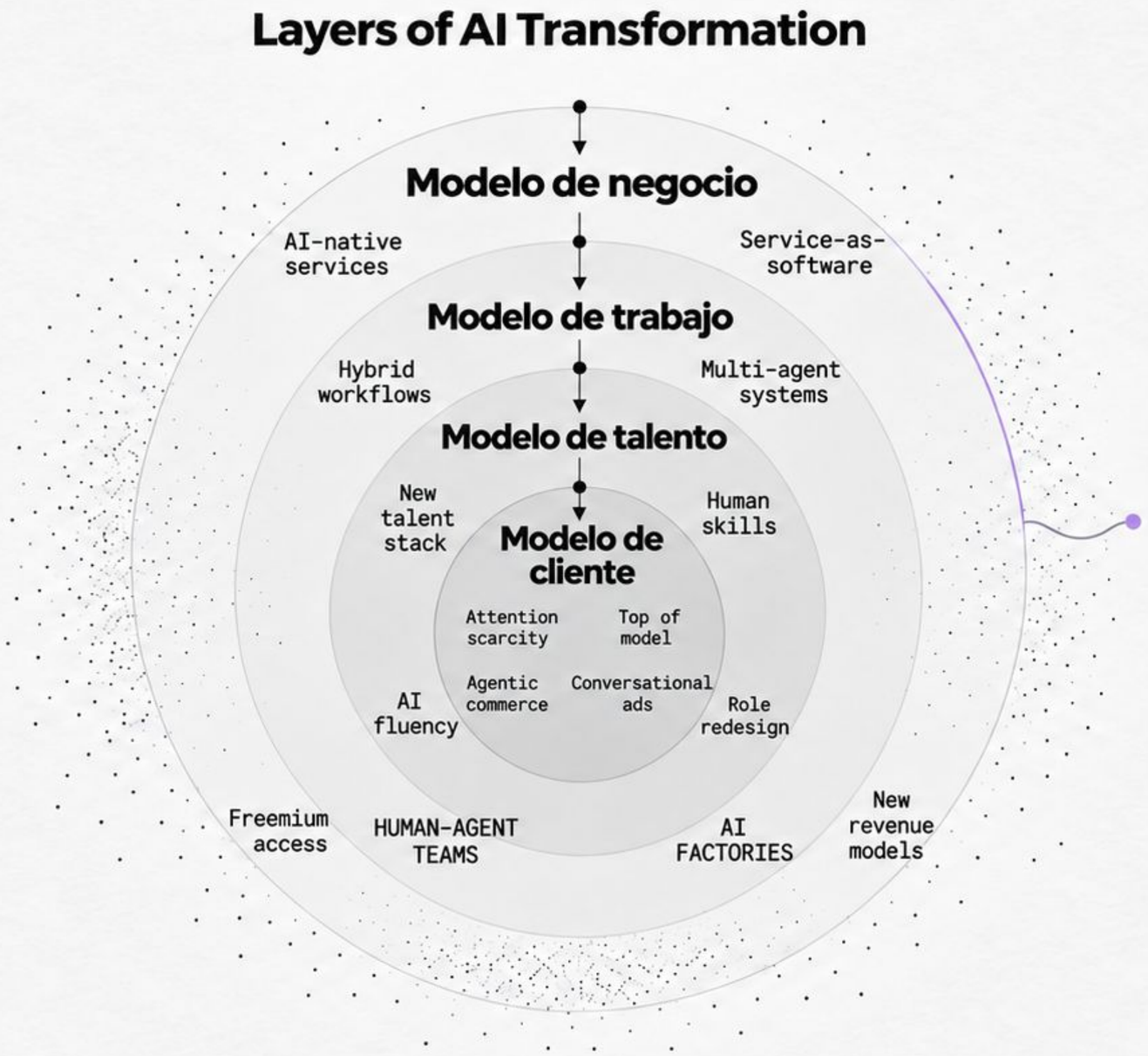
Ingresos

Diferenciación

Disposición a pagar

Relación con el cliente

Crecimiento



Centralidad estratégica

Marketing First

Relevance First

Differentiation & Value

Top of Model & Contextual Ads

HALLAZGO 07

Implementación y escalado de IA

Un framework para diseñar, testar y validar pilotos de IA en workflows, medir su impacto y escalar las soluciones que generan valor.

De piloto a escala

Una metodología de experimentación y despliegue que conecta pilotos acotados, validación del impacto y escalado progresivo de workflows con IA.

Entre las compañías del estudio que están obteniendo mejores resultados con IA, identificamos un sistema de implementación y escalado para diseñar, testear y validar pilotos de IA en workflows antes de ampliar su despliegue.

Un framework que articula una metodología con fases, pasos y condiciones de avance definidos. Su fórmula combina priorización de capacidades, pilotos acotados, ciclos cortos de validación y medición del impacto para orientar la inversión y escalar las soluciones que demuestran valor.

De la ambición estratégica a la capacidad de ejecución.

Este sistema conecta la priorización de capacidades y el backlog de retos de la compañía con pilotos acotados, diseño y prototipado de soluciones, pruebas de concepto y validación en condiciones reales.

Los ciclos cortos de validación y quick wins permiten contrastar las previsiones con los resultados y orientar la siguiente inversión. El valor de esta metodología reside en conectar las decisiones de negocio con el diseño de soluciones, la asignación de inversión y el impacto en resultados.

El avance hacia la escala se apoya en resultados validados.

Cada etapa reduce una incertidumbre relevante: la prioridad del reto, la viabilidad de la solución, su contribución económica y las condiciones necesarias para sostenerla a escala.

Las tres fases del framework

El framework comprende tres fases: **Definición estratégica, Solución y valor, y Despliegue y escalado.** A continuación se desarrolla su secuencia de trabajo: qué se aborda en cada fase, qué pasos comprende y qué resultados permiten avanzar.

01. Definición estratégica

1.1 Brainstorming estratégico y kickoff.

1.2 Backlog de retos y priorización de capacidades.

1.3 Definición y dimensionamiento del reto.

1.4 Piloto acotado.

1.5 Plan de valor e inversión: previsiones y medición del impacto.



02. Solución y valor

2.1 Diseño de la solución.

2.2 Prototipado del flujo o mockup.

2.3 Plan de experimentación.

2.4 Construcción y prueba de concepto.

2.5 Sandbox end-to-end.

2.6 Puesta en operación controlada.

2.7 Validación e iteración.

03. Despliegue y escalado

3.1 Despliegue progresivo.

3.2 Observabilidad y autonomía creciente.

3.3 Seguimiento del valor y asignación de inversión.

3.4 Transferencia a la operación.

Cada fase aporta resultados para decidir si avanzar, ajustar o detener la iniciativa. Los plazos orientan la planificación y se adaptan al alcance del piloto.

Como punto adicional, **Adoption & Capability Building** explica cómo consolidar la nueva capacidad dentro de la organización.

Fase 01 · Definición estratégica

Esta fase articula el diagnóstico, la priorización de capacidades y el dimensionamiento del reto. Su propósito es concentrar la inversión en una oportunidad relevante y traducirla en un piloto acotado, con una hipótesis de valor y un sistema de medición.

La fase comprende cinco pasos, desarrollados a continuación: 1.1 kickoff, 1.2 priorización, 1.3 dimensionamiento del reto, 1.4 piloto acotado y 1.5 plan de valor e inversión.

La inversión se compromete progresivamente, conforme se valida el potencial de la solución y la organización desarrolla las capacidades necesarias para operarla.

Los quick wins generan resultados tempranos y refuerzan la confianza en el proceso. Su contribución estratégica aumenta cuando dejan conocimiento, integraciones y capacidades reutilizables.

1.1 Brainstorming estratégico y kickoff. El kickoff reúne a los responsables de negocio, tecnología y operación para identificar necesidades, fricciones y oportunidades.

El brainstorming estratégico examina los procesos de la compañía: tareas repetitivas, tiempos de respuesta, información dispersa, problemas de calidad y oportunidades de crecimiento.

Las iniciativas se incorporan a un **backlog de retos de la compañía**, que permite gestionar una cartera de oportunidades y establecer una secuencia de actuación más allá del primer proyecto.

1.2 Priorización de capacidades. La priorización relaciona el impacto esperado con la viabilidad, el esfuerzo, la disponibilidad de datos y las dependencias operativas. Permite seleccionar dónde intervenir y qué capacidades desarrollar primero.

Los quick wins se eligen por su contribución inmediata y por su capacidad para preparar iniciativas posteriores.

La disciplina de inversión convierte los retos del negocio en una cartera de oportunidades: prioriza dónde intervenir, valida el potencial de cada solución y construye capacidades que amplían el valor de las siguientes iniciativas.

Fase 01 · Definición estratégica

Una intervención acotada puede generar valor temprano y desarrollar componentes necesarios para abordar retos de mayor alcance.

1.3 Definición y dimensionamiento del reto. El reto se formula en términos de negocio: qué problema existe, qué procesos y personas afecta, qué consecuencias genera y qué resultado se pretende alcanzar.

Se analiza el volumen de actividad, la dedicación de los equipos, la calidad del resultado y su incidencia actual en **ingresos y gastos**.

El diagnóstico se sustenta en datos de operación, registros de actividad y situaciones reales que permiten cuantificar el problema y establecer una referencia verificable frente a la que evaluar el impacto.

1.4 Piloto acotado. El piloto traduce el reto estratégico en una intervención delimitada y evaluable.

Se concreta el proceso, segmento, grupo de usuarios o volumen de actividad, junto con los responsables y las condiciones de éxito.

El alcance explicita las funcionalidades mínimas, los datos necesarios y las exclusiones de la prueba. También identifica las restricciones de acceso, privacidad y seguridad que condicionan su ejecución.

La prueba de concepto verifica la viabilidad de la solución. El piloto acotado permite evaluar su funcionamiento y su valor en condiciones reales antes de escalar. En esta fase se define el piloto. En la siguiente se construye y comprueba la solución antes de ejecutarlo.

Desde el inicio participan los equipos que asumirán la operación. Su conocimiento contribuye al diseño y su implicación inicia la transferencia de capacidades.

1.5 Plan de valor e inversión. Se proyecta la contribución económica de la solución y se establece cómo se comprobará: inversión inicial, costes de personal y tecnológicos, gastos recurrentes e impacto esperado en ingresos y gastos totales.

La previsión de resultados contempla **tres escenarios y un semáforo de decisión,** acompañado de la monitorización de KPIs para contrastar el rendimiento observado con el resultado esperado.

La proyección puede estructurarse a doce meses para estimar la contribución acumulada y el plazo de recuperación de la inversión.

Los **costes de personal** incluyen la dedicación necesaria para diseñar, construir, desplegar, mantener y supervisar la solución, incluido el tiempo del equipo de negocio.

Los **costes tecnológicos** recogen licencias, consumo de modelos, infraestructura e integraciones, diferenciando el coste de arranque del coste recurrente.

La proyección contempla ingresos adicionales, reducción de gastos, capacidad liberada y mejoras de calidad. También incorpora el efecto económico de los errores evitados.

Se distingue el tiempo ahorrado del ahorro económico efectivamente capturado y se explicita cómo se aprovechará esa capacidad.

Los tres escenarios permiten anticipar variaciones de resultados y costes bajo distintos supuestos. El semáforo establece las condiciones para avanzar, ajustar o detener la iniciativa.

La **monitorización de KPIs** conecta el desempeño operativo con la contribución al negocio y permite estimar el retorno y el plazo de recuperación de la inversión.

El análisis distingue los indicadores operativos de su traducción efectiva a la cuenta de resultados. El horizonte de proyección económica es independiente de las semanas necesarias para ejecutar el piloto.

Fase 02 · Solución y valor

Esta fase articula el diseño, la construcción y la validación de la solución, contrastando su viabilidad técnica, su desempeño operativo y su contribución al negocio.

Solución y valor · Tiempo orientativo: 5–8 semanas.

El proceso comprende siete pasos, presentados en el mapa del framework y desarrollados a continuación, conectados mediante **ciclos cortos de validación e iteración**. El plan de valor e inversión se actualiza a medida que se obtienen resultados.

2.1 Diseño de la solución. Se define la arquitectura del workflow: actividades, decisiones, responsabilidades, datos, herramientas e integraciones. Se establece qué ejecutará el sistema, dónde intervendrán las personas y qué situaciones requerirán supervisión.

El diseño examina distintas formas de resolver el reto y selecciona una arquitectura proporcional a sus necesidades. La complejidad se incorpora cuando aporta una mejora justificable en capacidad, calidad o resultados.

Antes de construir, se evalúan las soluciones disponibles y las experiencias comparables, contrastando su adecuación funcional, capacidad de integración y coste total. Esta exploración permite decidir **qué desarrollar, qué incorporar y qué reutilizar**.

2.2 Prototipado del flujo o mockup. El prototipado representa la experiencia y la lógica de funcionamiento antes de completar la construcción.

El mockup permite revisar las interacciones, los puntos de decisión y las dependencias entre personas y sistemas.

La participación de los futuros usuarios permite detectar fricciones y contrastar el encaje con la operación cuando todavía resulta sencillo modificar el diseño.

2.3 Plan de experimentación. Se concretan las hipótesis que se contrastarán, los casos de prueba, la duración de la evaluación y los resultados necesarios para avanzar. Se establecen métricas, umbrales de aceptación y condiciones para corregir o detener la prueba.

El plan incorpora situaciones habituales y casos límite, así como diferencias entre tareas y perfiles de usuario. Se evalúan funcionamiento técnico, impacto en negocio y preparación de la organización para operar la solución.

Fase 02 · Solución y valor

2.4 Construcción y prueba de concepto. La construcción convierte el diseño en una solución funcional. La prueba de concepto permite comprobar si los componentes elegidos pueden resolver los supuestos críticos del reto con el nivel de calidad y rendimiento requerido.

Se incorporan los datos, herramientas e integraciones necesarios, junto con mecanismos de registro y evaluación. Los fallos detectados orientan las iteraciones y se convierten en casos de prueba para verificar que las mejoras se mantienen.

La propia IA puede apoyar el prototipado, la configuración, la programación y la resolución de bloqueos técnicos, con revisión de los resultados por parte del equipo.

2.5 Sandbox end-to-end. La solución se prueba de extremo a extremo en un simulador interno o entorno controlado.

Se evalúa el funcionamiento conjunto de la experiencia de usuario, los flujos, los datos y las integraciones.

Las pruebas incluyen errores, excepciones y mecanismos de intervención humana. Permiten conocer los límites del sistema y comprobar la capacidad de la operación para detectar, resolver y recuperarse de una incidencia.

2.6 Puesta en operación controlada. La solución comienza a operar de forma limitada en entorno real, con usuarios, datos y condiciones de trabajo reales.

Se mantiene un alcance acotado y una autonomía controlada.

Esta etapa permite identificar fricciones que no aparecían en el simulador, comprobar la carga de supervisión y ajustar el funcionamiento antes de ampliar la exposición.

El sandbox permite realizar las pruebas integrales en un entorno controlado. La puesta en operación controlada contrasta el comportamiento de la solución en condiciones reales, antes de abordar su expansión.

2.7 Validación e iteración. Los resultados se contrastan con la situación de partida y, cuando el diseño de la prueba lo permite, con un **grupo de control**. Se evalúan calidad, productividad, costes e impacto en ingresos y gastos, junto con la experiencia de los equipos.

Cuando sea viable, se compara un grupo que opera con la solución con otro que mantiene el proceso habitual, bajo condiciones comparables, para estimar la mejora atribuible a la intervención.

La evaluación incorpora el esfuerzo de revisión y corrección necesario para obtener un resultado válido. Así se determina el rendimiento efectivo de la solución y se actualiza el plan de valor e inversión.

Las desviaciones orientan nuevas iteraciones. Antes de escalar, se comprueba que el resultado esperado puede sostenerse en las condiciones de uso evaluadas.

Fase 02 · Solución y valor

La decisión de escalado

El resultado del piloto debe sostenerse en las condiciones de uso evaluadas. El grupo de control, cuando sea viable, permite estimar la mejora atribuible a la intervención.

Avanzar. Se alcanzan los umbrales definidos y la operación está preparada.

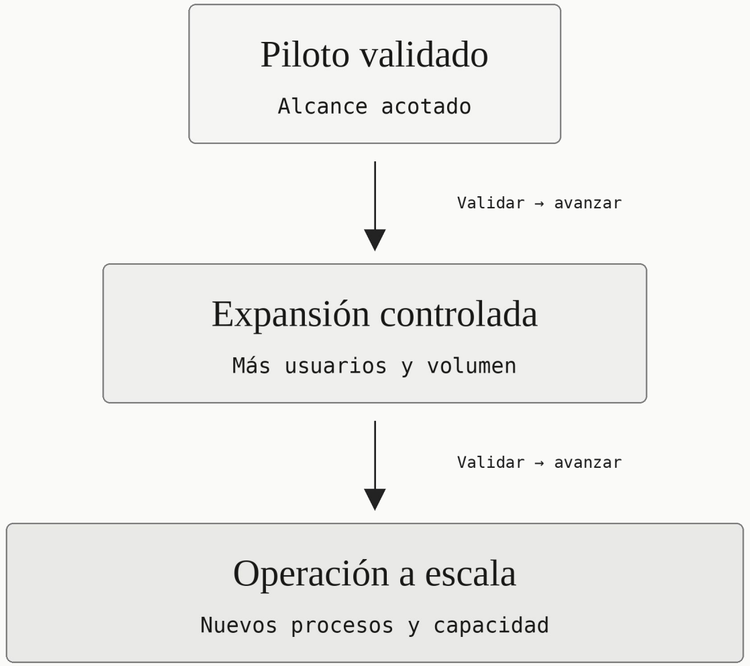
Ajustar. Las desviaciones requieren nuevas iteraciones y una nueva validación.

Detener. El rendimiento o el impacto no justifican ampliar la inversión.

Comprobar el sistema de extremo a extremo antes de ampliar su exposición.

Del piloto a la escala

Cada ampliación del alcance se apoya en resultados validados. La expansión incorpora nuevos usuarios, mayor volumen y nuevos procesos, con observabilidad y autonomía creciente.



El alcance crece con resultados validados

Fase 03 · Despliegue y escalado

El despliegue consolida la solución validada como una operación sostenida. La expansión se acompaña de observabilidad, responsabilidad operativa y autonomía creciente, con seguimiento de la contribución al negocio.

Esta fase comprende cuatro líneas de actuación: despliegue progresivo, observabilidad y autonomía creciente, seguimiento del valor y transferencia a la operación.

3.1 Despliegue progresivo. La solución amplía su alcance a nuevos usuarios, mayor volumen de actividad o nuevos procesos. Cada ampliación permite comprobar si el rendimiento se mantiene y qué ajustes exige el nuevo contexto.

El escalado contempla capacidad técnica, integraciones, soporte y preparación de los equipos.

Se preserva la posibilidad de limitar o revertir cambios cuando el comportamiento se aleja de los estándares establecidos.

Los resultados del piloto orientan la expansión y permiten identificar qué condiciones deben mantenerse al aumentar el alcance de la solución.

3.2 Observabilidad y autonomía creciente. La observabilidad permite conocer qué hace el sistema, cómo responde y dónde se producen desviaciones. El seguimiento reúne calidad, costes, tiempos de respuesta, incidencias y resultados de negocio.

La autonomía creciente se vincula a la fiabilidad demostrada y al riesgo de cada actividad. Se amplía progresivamente, manteniendo responsables, puntos de control y mecanismos de intervención.

3.3 Seguimiento del valor y asignación de inversión. El plan de valor e inversión se actualiza con resultados y costes reales, incluidos mantenimiento, supervisión y corrección.

Se comprueba si la contribución económica se sostiene al aumentar el volumen y si aparecen nuevas necesidades de inversión.

Esta información orienta dónde profundizar, qué capacidades reforzar y qué iniciativas del backlog abordar a continuación.

3.4 Transferencia a la operación. Se consolida la responsabilidad sobre el funcionamiento, la evaluación y la evolución de la solución. Los equipos disponen de procedimientos, conocimiento y competencias para gestionar el uso cotidiano y sus excepciones.

La solución se incorpora a la operación habitual con una responsabilidad explícita sobre sus resultados y su mejora continua.

El escalado posterior depende de los resultados y del alcance. Los rangos temporales del framework son referencias de planificación para un piloto acotado, sujetas a complejidad, integraciones y necesidades de validación.

Consolidar la capacidad operativa

La implementación no culmina con el despliegue tecnológico, sino con la incorporación efectiva de una nueva capacidad a la operación habitual de la organización.

Su consolidación se observa en el uso recurrente, la competencia de los equipos, la autonomía operativa y la continuidad de los resultados.

Adoption & Capability Building conecta la implementación con el modelo de adopción desarrollado en AI Hub.

La metodología adquiere valor acumulativo cuando cada iniciativa deja una base que mejora la siguiente: conocimiento del negocio, componentes reutilizables, integraciones, pruebas de evaluación y equipos con mayor capacidad de ejecución.

Despliegue · Tiempo orientativo: 1–2 semanas para la expansión inicial.

Consolidar la capacidad operativa

Los resultados del piloto orientan el escalado. Los aprendizajes del despliegue refinan la priorización. La capacidad transferida a los equipos permite sostener la operación y abordar retos de mayor complejidad.

El framework se consolida así como una disciplina de ejecución y mejora continua.

El resultado de una implementación se mide también por la capacidad que permanece en la organización: para generar valor, sostenerlo y volver a desplegarlo ante un nuevo reto.

Definición estratégica.

Priorizar capacidades, dimensionar el reto, delimitar el piloto y establecer el plan de valor e inversión.

Solución y valor.

Diseñar, prototipar, construir y validar la solución mediante ciclos cortos de experimentación.

Despliegue y escalado.

Ampliar el alcance con observabilidad, autonomía creciente y seguimiento del impacto.

Adoption & Capability Building.

Consolidar la adopción, las competencias, la autonomía operativa y la institucionalización de las nuevas capacidades.

El valor de cada implementación se multiplica cuando se convierte en una capacidad de la organización para sostener resultados, escalar soluciones y abordar nuevos retos.

The AI Value Priorities

7 palancas para convertir inteligencia en valor de negocio

IDENTIFICAR VALOR → MULTIPLICAR SU IMPACTO

01
Business Impact
Orientar la IA a productividad y resultados de negocio.

02
Hybrid Workflows
Rediseñar dirección, ejecución y gobernanza.

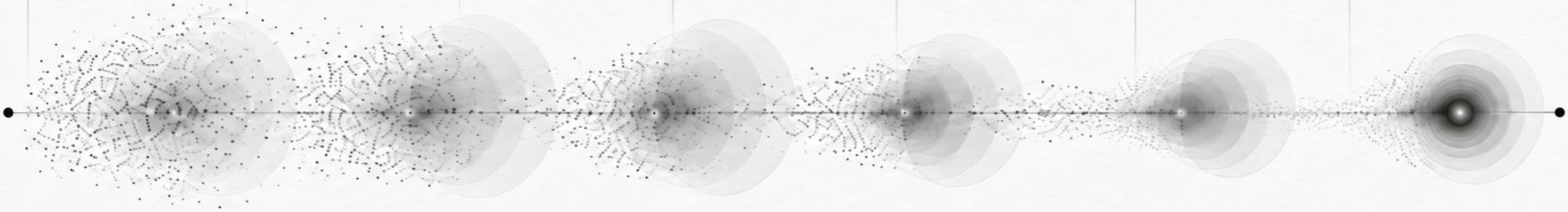
03
Owned Intelligence
Convertir conocimiento, datos y criterio propios en diferenciación.

04
Capacity Reinvestment
Destinar la capacidad liberada a trabajo de mayor valor.

05
AI Adoption & Knowledge Hub
Distribuir la experimentación y acumular el aprendizaje.

06
Unlocking AI Value
Resolver dependencia humana, viabilidad económica y fiabilidad.

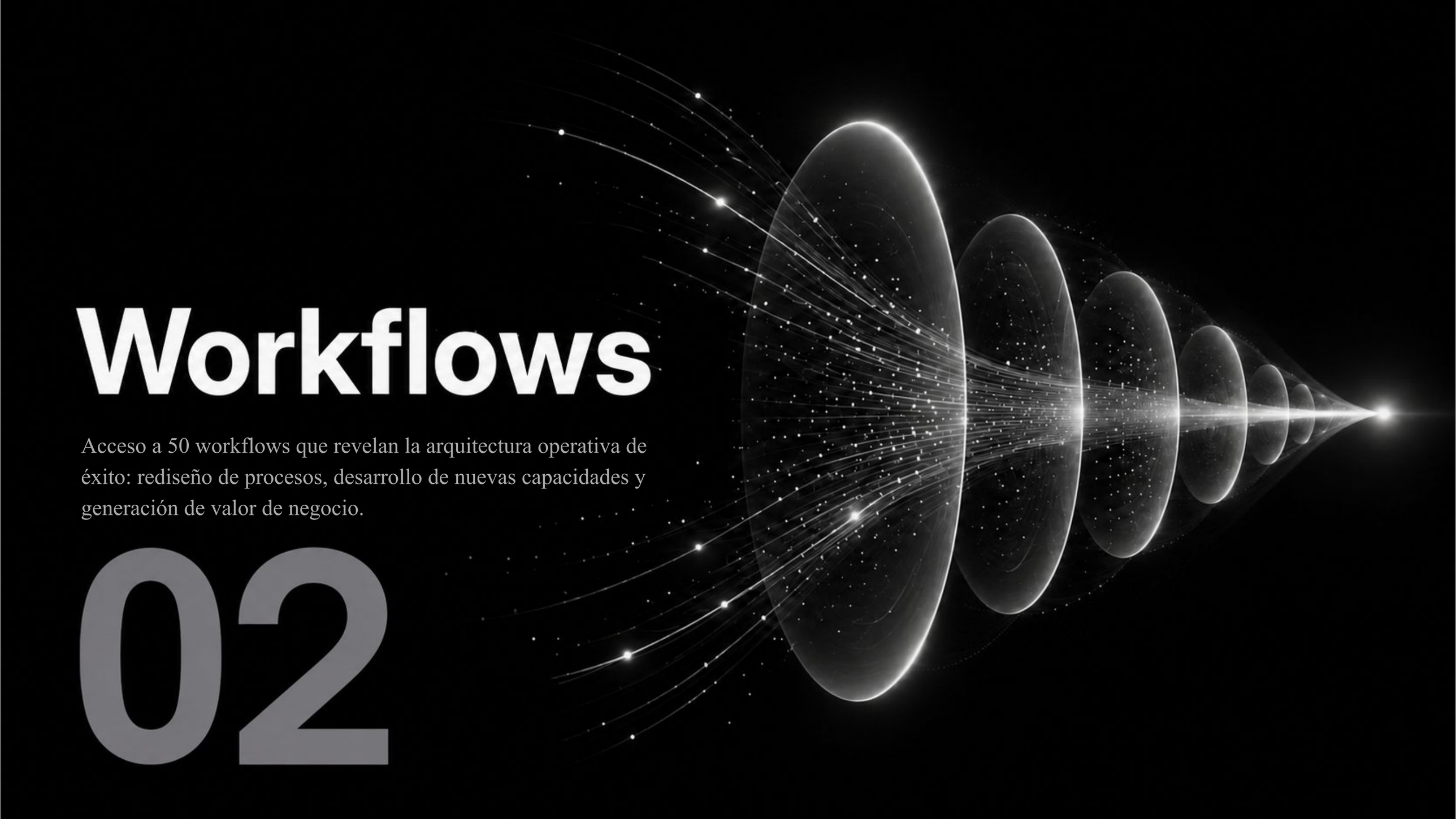
07
Marketing's Strategic Role
Recuperar centralidad mediante relevancia, diferenciación y valor.



Workflows

Acceso a 50 workflows que revelan la arquitectura operativa de éxito: rediseño de procesos, desarrollo de nuevas capacidades y generación de valor de negocio.

02



FAMILIA 01 / 09

Demand-to-Opportunity

IMPACTO COMERCIAL

×4,2

Oportunidades cualificadas (SQL)

De 5 a 21 por trimestre.

−73 %

Tiempo de prospección

De 22 a 6 horas semanales del equipo.

46 → 18

Días hasta la reunión

Desde el primer contacto.

OptimTech

Convertir señales públicas en oportunidades de venta.

Inteligencia comercial basada en señales para priorizar cuentas y activar conversaciones relevantes.

OptimTech analiza documentación pública con IA para identificar administraciones que necesitan sus soluciones de IA, priorizar cuentas y activar conversaciones comerciales. El equipo valida las cuentas, los primeros mensajes y el paso a ventas.

EL RETO

Dos personas para prospectar un mercado de más de 8.000 ayuntamientos.

×20 cuentas
De 120 a 2.400 analizadas al mes

3,1 % → 11,8 %
Respuesta al primer contacto

4 % → 13 %
Contactos a prospectos cualificados

3 → 14 / mes
Reuniones o demos realizadas

Comparación de los seis meses previos y posteriores a la implantación. Resultados declarados por OptimTech.

CASO 26

CONTEXTO

IA para detectar necesidades en documentación pública y convertirlas en prioridades comerciales.

TOOLS

Claude · Clay · Pipedrive · Sales Navigator · MailerLite

Soluciones de IA para administraciones públicas

De la señal de necesidad a la oportunidad cualificada.

De la evidencia de una necesidad a una conversación comercial con contexto y criterio.

INPUT	OUTPUT
Licitaciones, boletines, actas, presupuestos y transparencia. Catálogo de señales e ICP por vertical.	Oportunidad comercial cualificada con contexto sobre la necesidad.

01 Detectar necesidades

IA detecta · Equipo define señales

Lee unos 3.000 documentos públicos por semana y extrae señales por vertical: licitaciones, fondos, planes estratégicos o cambios en el equipo de gobierno. Identifica posibles necesidades a partir de esas evidencias.

Define y mantiene el catálogo de señales y el peso de cada una por vertical. Traduce el conocimiento del cliente en criterios.

OUTPUT

Señales de necesidad

Asociadas a cuentas y verticales.

02 Priorizar cuentas

IA puntúa · Equipo valida

Cruza las señales con los datos de cada entidad y calcula su encaje con el perfil de cliente ideal. Propone el decisor probable y el caso de éxito más parecido para orientar el contacto.

Revisa cada lunes unas 40 cuentas, descarta falsos positivos y ajusta criterios antes de autorizar el contacto.

OUTPUT

Ranking y ruta de activación

Encaje >70 %: contacto directo.
50–70 %: nurturing con contenidos.

03 Activar la conversación

IA redacta · Equipo aprueba

Redacta mensajes basados en la señal, propone contenido de apoyo y genera variantes A/B. Ejemplo: «Hemos visto que en el pleno de septiembre aprobasteis el nuevo plan de subvenciones…».

Aprueba el 100 % de los primeros mensajes: rigor normativo, tono institucional y pertinencia. Decide cadencia y variantes.

OUTPUT

Primer contacto contextualizado

Mensaje aprobado, con evidencia y contenido de apoyo.

04 Cualificar la oportunidad

IA clasifica · Equipo cualifica

Clasifica respuestas: interés, derivación, «ahora no» o falta de presupuesto. Detecta intención, como visitas repetidas a una vertical, actualiza la puntuación y sugiere la siguiente acción.

Atiende respuestas con interés en menos de 24 horas y decide cuándo el prospecto pasa a ventas como oportunidad cualificada.

OUTPUT

Oportunidad comercial

Contexto sobre la necesidad para ventas.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Signal Catalogue

APLICACIÓN

Traduce el conocimiento comercial en hechos observables que indiquen una necesidad. Define su relevancia por vertical y distingue las señales fuertes de las meramente informativas.

OUTPUT

Signal Catalogue

Señales y criterios de relevancia.

02 Evidence Map

APLICACIÓN

Vincula cada señal con una fuente, fecha y fragmento verificable. Conserva la evidencia que permite explicar por qué esa cuenta merece atención.

OUTPUT

Evidence Record

Evidencia trazable por cuenta.

03 Account Prioritisation

APLICACIÓN

Combina necesidad, encaje e interlocutor para ordenar cuentas. Define rutas de contacto y nurturing según la calidad de la evidencia y revisa los falsos positivos.

OUTPUT

Account Ranking

Prioridades y reglas de activación.

04 Contextual Activation

APLICACIÓN

Convierte la evidencia en un argumento comercial: qué ha ocurrido, qué necesidad sugiere y cómo puedes ayudar. Vincula cada mensaje con una prueba o contenido pertinente.

OUTPUT

Activation Matrix

Señal, argumento y contenido.

05 Decision Gates

APLICACIÓN

Asigna la decisión sobre la cuenta, el primer mensaje y el paso a ventas. Define qué debe comprobarse en cada punto y cómo se atienden las respuestas con interés.

OUTPUT

Decision Protocol

Criterios, responsables y plazos.

06 Performance Review

APLICACIÓN

Evalúa qué señales terminan en oportunidades cualificadas y cuánto esfuerzo requieren. Utiliza esa evidencia para ajustar pesos, umbrales y argumentos comerciales.

OUTPUT

Commercial Learning Review

Impacto y ajustes de criterio.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte el conocimiento del cliente en un sistema de detección de demanda.

Documentar qué hechos revelan una necesidad permite ampliar la cobertura comercial y decidir dónde concentrar el esfuerzo. El catálogo de señales acumula conocimiento cuando se contrasta con la respuesta real: cada oportunidad ayuda a afinar qué buscar, a quién priorizar y cuándo activar la conversación.

IMPACTO PREVISTO EN PREPARACIÓN

4,5 h → 24 min

Dedicación humana semanal

Para investigar 20 cuentas, preparar 30 mensajes y preparar 3 reuniones.

16 h

Liberadas en cuatro semanas

Ahorro previsto para esas tres tareas. Aproximadamente un 91 % menos de dedicación humana.

BASE SEMANAL

20 cuentas investigadas	**120 → 15 min**
30 mensajes preparados	**90 → 5 min**
3 reuniones preparadas	**60 → 4 min**

LAPERSONA · CAPTACIÓN B2B

Más capacidad para generar oportunidades B2B.

CAPTACIÓN CONECTADA, DE PRINCIPIO A FIN.

lapersona conecta investigación, contacto y seguimiento en un único workflow de captación. Cada etapa utiliza el contexto de la anterior. La IA prepara y ejecuta el trabajo autorizado, y el equipo dirige la audiencia, la narrativa y las decisiones comerciales.

El contexto de la cuenta se convierte en un activo que acompaña todo el proceso comercial.

ANTES

Investigación, mensajes y CRM fragmentados.

lapersona.ai

De la investigación al seguimiento comercial.

Cada etapa aprovecha la información y los resultados de la anterior.

INPUT	Oferta, perfil de cliente ideal (ICP), sectores, territorios, exclusiones e interacciones previas.	OUTPUT	Cuentas priorizadas, contactos con contexto y siguientes acciones comerciales preparadas.

EJEMPLO ILUSTRATIVO · Una empresa de servicios industriales quiere captar fabricantes españoles.

01 Investigar y priorizar cuentas

IA investiga · Equipo prioriza

El equipo fija criterios y exclusiones. La IA investiga cuentas y contactos, contrasta la identidad de la empresa y explica el encaje con fuentes. Distingue hechos de hipótesis comerciales. El equipo valida qué cuentas abordar.

Una ampliación de capital puede justificar investigar una cuenta. Por sí sola, no demuestra intención de compra.

OUTPUT

Account Brief

Encaje, señales, fuentes y selección validada.

02 Preparar y activar el contacto

Equipo autoriza · IA contacta

La IA convierte el research en mensajes con motivo, propuesta de valor y siguiente paso. El equipo aprueba narrativa, destinatarios, cadencia y reglas. La IA ejecuta el contacto autorizado en los canales conectados.

OUTPUT

Secuencia de contacto

Mensajes, canales y cadencia aprobados.

03 Preparar la reunión con contexto

IA prepara · Equipo dirige

Cuando hay interés, la IA reúne investigación y conversación previa en un meeting brief: contexto, preguntas y posibles necesidades. El equipo fija el objetivo de la reunión y contrasta la hipótesis comercial en la conversación.

OUTPUT

Meeting Brief

Historial, preguntas e hipótesis por contrastar.

04 Dar seguimiento y reactivar oportunidades

IA propone · Equipo valida

La IA usa notas y compromisos de reunión para preparar acciones y reactivar oportunidades pendientes. Adapta el seguimiento al historial. El equipo valida las propuestas y los compromisos comerciales.

OUTPUT

Plan de seguimiento

Notas, compromisos y siguientes acciones.

05 Revisar resultados y ajustar

IA analiza · Equipo ajusta

La IA analiza qué cuentas y mensajes logran respuestas cualificadas y propone ajustes. El equipo decide los cambios de audiencia y narrativa. El sistema conserva el contexto y los resultados para orientar el siguiente ciclo.

OUTPUT

Feedback Loop

Respuestas, incidencias y ajustes validados.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Market Definition

APLICACIÓN

Traduce la propuesta de valor en criterios de selección: qué cuentas priorizar, cuáles excluir y qué evidencias justifican iniciar el contacto. Utiliza esos criterios para orientar la investigación y la validación del equipo.

OUTPUT

Target Market Brief

Perfil de cliente y criterios de selección.

02 Account Intelligence

APLICACIÓN

Estructura un expediente de cuenta que conecte fuentes, señales e interacciones. Distingue hechos de hipótesis y utiliza el contexto acumulado para orientar cada mensaje, reunión y siguiente acción comercial.

OUTPUT

Account Brief

Evidencias, hipótesis e historial de la cuenta.

03 Connection Architecture

APLICACIÓN

Identifica las fuentes y conexiones disponibles. Verifica qué consultas, envíos y registros permite cada una.

OUTPUT

Connection Map

Fuentes, canales y acciones habilitadas.

04 Execution Governance

APLICACIÓN

Define narrativa, destinatarios y cadencia. Determina qué ejecuta la IA y qué acciones o compromisos requieren revisión.

OUTPUT

Execution Rules

Permisos, límites y puntos de aprobación.

05 Opportunity Management

APLICACIÓN

Define qué debe quedar resuelto después de cada interacción: información obtenida, compromisos adquiridos y siguiente avance esperado. Conserva ese contexto y asigna una acción concreta con responsable.

OUTPUT

Opportunity Record

Historial, siguiente acción y responsable.

06 Commercial Performance

APLICACIÓN

Define una referencia de tiempo y calidad antes de activar el flujo. Evalúa después cuentas aceptadas, mensajes utilizables, respuestas cualificadas y reuniones para decidir qué ajustar o ampliar.

OUTPUT

Commercial Scorecard

Capacidad, calidad y mejoras acordadas.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte la inteligencia de cuentas en capacidad de desarrollo comercial.

Integra investigación, conversaciones y próximos pasos en una memoria operativa por cuenta. Esa continuidad permite ampliar la cobertura y personalizar el avance comercial sin reconstruir el contexto en cada interacción. Orienta la capacidad liberada hacia el diagnóstico de necesidades, la relación y la negociación.

ESCENARIO DE PLANIFICACIÓN

120 → 15 min

Landing de captación

Dedicación humana para preparar la landing.

180 → 30 min

Cuatro posts + una newsletter

Dedicación humana para preparar las piezas.

60 → 10 min

Informe de resultados

Dedicación humana para preparar el informe.

6 h → 55 min

En estas tres tareas.

Hipótesis de planificación facilitadas por lapersona. No son mediciones.

LAPERSONA · WEBINAR B2B

Del briefing a la demanda cualificada.

ORQUESTACIÓN DE CAMPAÑAS B2B CON IA

lapersona propone un workflow para generar demanda en un webinar B2B. Conecta investigación de audiencia, contenidos, activación y seguimiento comercial. La IA utiliza el contexto y los resultados de cada etapa. El equipo valida el enfoque, aprueba la activación y decide las mejoras.

El contexto de campaña se convierte en un activo que acompaña todo el proceso.

ANTES

Briefings, piezas y seguimiento desconectados.

lapersona.ai

Un contexto que conecta toda la campaña.

La inteligencia de audiencia acompaña la campaña hasta el seguimiento comercial.

INPUT	OUTPUT
Objetivo, audiencia, propuesta de valor, tono, materiales disponibles y resultados anteriores.	Campaña activada, registros organizados y contexto para el seguimiento comercial.

ENFOQUE Y CONTENIDOS

01 Definir el enfoque de audiencia

IA investiga · Marketing valida

La IA analiza necesidades y preguntas de la audiencia y propone tema y mensajes. Marketing contrasta su relevancia con la propuesta de valor y valida qué problema abordará el webinar.

OUTPUT

Audience Brief

Necesidades, tema y mensajes validados.

02 Crear el sistema de contenidos

IA genera · Marketing revisa

Con el enfoque validado, la IA prepara landing, posts, newsletter, invitaciones y recursos visuales. El equipo revisa la coherencia entre piezas, el tono y la llamada a la acción antes de aprobar.

OUTPUT

Campaign Assets

Piezas por canal con una promesa común.

ACTIVACIÓN Y CUALIFICACIÓN

03 Orquestar la activación de campaña

Equipo autoriza · IA activa

El equipo fija calendario, destinatarios y permisos. lapersona distribuye las piezas mediante los canales conectados y dentro del alcance autorizado. La ejecución depende de las integraciones habilitadas.

OUTPUT

Activation Plan

Calendario, destinatarios y permisos aprobados.

04 Cualificar y conectar con ventas

Equipo fija criterios · IA cualifica

La IA organiza registros y respuestas según los criterios acordados y prepara el contexto para reuniones y seguimiento. Marketing y ventas definen qué señales justifican cada acción comercial.

OUTPUT

Sales Handoff

Registros, respuestas y contexto para seguimiento.

MEDICIÓN Y APRENDIZAJE

05 Incorporar resultados y aprendizajes

IA analiza · Equipo decide

La IA analiza visitas, registros y conversaciones cualificadas y propone mejoras. El equipo decide los cambios estratégicos. Los resultados alimentan el contexto de la siguiente campaña.

DECISIÓN DEL EQUIPO

El equipo conserva la decisión sobre audiencia, mensajes y activación.

OUTPUT

Learning Loop

Resultados y mejoras para la siguiente campaña.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Demand Definition

APLICACIÓN

Parte del objetivo de negocio y tradúcelo en una audiencia, una necesidad y una respuesta esperada. Define con ventas qué evidencias permiten pasar de registro a oportunidad comercial.

OUTPUT

Demand Criteria

Criterios de audiencia, encaje e interés comercial.

02 Campaign Context

APLICACIÓN

Construye un briefing que funcione como referencia compartida para toda la campaña. Conecta propuesta de valor, audiencia, tono y aprendizajes; registra las decisiones que deben mantenerse coherentes entre piezas y canales.

OUTPUT

Campaign Brief

Contexto compartido y actualizado.

03 Activation Architecture

APLICACIÓN

Identifica las integraciones disponibles y qué puede leer, preparar, publicar o enviar cada una.

OUTPUT

Integration Map

Conexiones y acciones habilitadas.

04 Execution Governance

APLICACIÓN

Asigna responsables y puntos de revisión. Define destinatarios, calendario y límites antes de activar.

OUTPUT

Approval Matrix

Permisos, responsables y aprobaciones por acción.

05 Sales Handoff

APLICACIÓN

Acuerda qué señales justifican el contacto, qué información recibe ventas y quién asume el siguiente paso.

OUTPUT

Sales Handoff Brief

Registro, señales, contexto y responsable.

06 Campaign Learning

APLICACIÓN

Separa eficiencia de producción y calidad de la demanda. Define qué quieres aprender, con qué indicadores y qué decisión informará el resultado; incorpora ese aprendizaje al briefing de la siguiente campaña.

OUTPUT

Performance Review

Resultados y aprendizajes reutilizables.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Conecta la generación de demanda con la capacidad de convertirla en negocio.

Orquesta audiencia, contenidos, activación y seguimiento con una misma lógica de go-to-market. La oportunidad está en reducir la pérdida de contexto entre marketing y ventas, sostener una propuesta coherente y utilizar las señales de cada contacto para decidir cómo hacer avanzar la relación comercial.

IMPACTO EN LA CAPACIDAD COMERCIAL

815

Leads evaluados automáticamente

De 1.056 recibidos: cobertura del 77,2 %.

203,8 h

De cualificación manual equivalentes

Estimación basada en 15 minutos de revisión por lead.

5,1

Semanas de capacidad SDR

Equivalencia del mismo tiempo estimado, no un resultado adicional.

Cifras acumuladas desde finales de mayo de 2026 hasta el corte comunicado. No se aporta una medición de ventas o conversión atribuible al agente.

MALT · GOLDFINDER

Leads priorizados. Menos revisión manual.

GoldFinder AI Agent · Inbound Qualification & Opportunity Recovery

Malt recibe un volumen importante de leads inbound de clientes. Algunos contactos con elevada intención de compra podían quedar mal clasificados o bloqueados en estados fríos, sin recibir el seguimiento necesario.

GoldFinder revisa semanalmente los nuevos leads de Salesforce, los contrasta con el People Score de Malt y detecta señales de intención. El agente identifica contactos que merecen reconsideración y publica una lista priorizada en Slack. El equipo SDR —desarrollo comercial— decide a quién contactar y cuándo.

ANTES → CON IA

De revisar y clasificar contactos manualmente a trabajar sobre una lista priorizada que también señala posibles oportunidades mal clasificadas.

QUALIFICATION

Evaluar el potencial comercial.

OPPORTUNITY RECOVERY

Reconsiderar leads en estados fríos.

SALES PRIORITIZATION

Orientar la atención del equipo SDR.

Del inbound acumulado a una prioridad comercial.

Cada lunes, GoldFinder revisa nuevos leads de Salesforce. Combina los criterios de priorización definidos por Malt con señales de intención de compra para identificar contactos con potencial y posibles errores de clasificación. La lista llega a Slack; la decisión de contacto permanece en el equipo SDR.

INPUT Nuevos leads inbound, People Score y reglas de rescate definidas por el equipo.

OUTPUT Lista priorizada en Slack para SDR, Demand Gen y Sales Operations.

01 Inbound Review

Revisar los nuevos contactos.

IA · revisa

Cada lunes, el agente revisa los nuevos leads inbound de clientes registrados en Salesforce. Esta revisión periódica establece el punto de partida de la cualificación automática.

QUÉ APORTA

Una cadencia de revisión del inbound que reduce la necesidad de evaluar cada contacto manualmente.

OUTPUT

Leads para evaluación

Leads que pasan a evaluación según los criterios comerciales de Malt.

02 Commercial Signal Assessment

Evaluar potencial e intención.

IA · evalúa

GoldFinder contrasta cada lead con el People Score, el sistema de priorización de Malt. Combina cuatro dimensiones:

- Contact fit: encaje del contacto.
- Affinity: afinidad con Malt.
- Engagement: interacción.
- Purchase intent: intención de compra.

El agente identifica también señales activas de intención.

OUTPUT

Evaluación comercial

Evaluación del potencial comercial conforme a los criterios definidos por el equipo.

03 Opportunity Recovery

Detectar oportunidades en estados fríos.

Equipo define reglas · IA detecta

El agente identifica leads que pueden estar mal clasificados o bloqueados en estados fríos. Las señales de intención permiten señalar contactos cuya clasificación merece revisarse.

CONTROL HUMANO DEL SISTEMA

El equipo define los criterios de scoring y las reglas de rescate. Esas reglas determinan qué situaciones debe detectar el agente.

OUTPUT

Oportunidades por revisar

Leads señalados para reconsideración comercial.

04 Sales Activation

Convertir la evaluación en una lista de trabajo.

IA prioriza · SDR decide

GoldFinder publica una lista priorizada en Slack para SDR, Demand Gen y Sales Operations. El equipo SDR utiliza esa información para decidir a quién contactar y en qué momento.

DECISIÓN HUMANA

El agente prioriza y genera alertas. El SDR conserva la decisión final sobre el contacto.

OUTPUT

Lista accionable

Una lista accionable que orienta el trabajo comercial hacia los contactos con mayor potencial.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Qualification Framework

APLICACIÓN

Define qué convierte un contacto en una oportunidad relevante. Separa encaje, afinidad, interacción e intención para evaluar qué aporta cada señal.

OUTPUT

Qualification Matrix

Dimensiones, criterios y evidencias de cualificación.

02

Signal-to-Status Map

APLICACIÓN

Cruza las señales comerciales con el estado del CRM. Identifica combinaciones que merecen revisión, como intención activa en un contacto clasificado como frío.

OUTPUT

Signal-to-Status Map

Señales, estados y posibles desajustes.

03

Opportunity Recovery Rules

APLICACIÓN

Establece qué activa una alerta de rescate, qué evidencia debe acompañarla y qué situaciones requieren revisión humana.

OUTPUT

Recovery Rules

Condiciones de inclusión, exclusión y revisión.

04

Sales Handoff Protocol

APLICACIÓN

Define quién recibe la lista, con qué frecuencia y qué información necesita para actuar. Asigna la revisión de cada alerta y el registro de la decisión.

OUTPUT

Sales Handoff Brief

Prioridad, motivo, evidencia y responsable.

05

Performance Scorecard

APLICACIÓN

Mide por separado cobertura, tiempo equivalente y progresión comercial. Comprueba cuántos leads señalados se aceptan, se contactan y avanzan a oportunidad.

OUTPUT

Performance Scorecard

Eficiencia, calidad de priorización y progresión comercial.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Incorpora la recuperación de oportunidades a tu estrategia de crecimiento.

Parte del potencial comercial reside en demanda ya captada que no ha recibido el seguimiento adecuado. Cruza señales de intención con los estados del CRM para revisar prioridades de forma continua y dirigir la capacidad comercial hacia contactos que merecen reconsideración. Evalúa esta capacidad por las oportunidades recuperadas y su progresión, además del tiempo liberado.

RESULTADOS DE CASOS EXTERNOS

SeatGeek · Simon AI

Audiencias predictivas

+70%

GTV por contacto enviado

GTV: volumen bruto de transacciones.

Frente a audiencias manuales.

Luxury Escapes · BrazeAI

Segmentación predictiva

+10%

Ingresos por usuario

Frente a segmentación por reglas.

Audience Opportunity Intelligence

Priorizar audiencias por su valor económico.

La IA descubre patrones de audiencia, estima intención y valor potencial y prioriza qué públicos activar cuando aparece una oportunidad comercial.

Conecta afinidades de mercado con comportamiento propio. Ordena las oportunidades por intención, valor económico y capacidad de activación; el equipo decide dónde invertir.

sergitrujillo

Priorización y activación de audiencias.

De los datos propios a decisiones de inversión y evidencia de valor incremental.

INPUT	OUTPUT
CRM, compras, web/app, señales de mercado y objetivo económico.	Audiencias activadas y decisiones basadas en valor incremental.

01 MAPEAR OPORTUNIDADES ACTIVABLES

Identificar dónde existe una oportunidad comercial.

IA identifica · Equipo interpreta

Analiza CRM, compras, web y app. Prioriza señales por impacto económico previsto y solidez de la evidencia. Las afinidades de mercado generan hipótesis, no identifican personas.

Con datos suficientes, modelos predictivos estiman propensión y valor futuro. El equipo valida necesidad, margen potencial, tamaño alcanzable y elegibilidad para activar cada público.

OUTPUT

Audience Opportunity Map

Públicos, hipótesis y vías de activación

02 PRIORIZAR LA INTERVENCIÓN ECONÓMICA

Decidir dónde invertir y cuándo no intervenir.

IA estima · Equipo decide

Define objetivo y horizonte. Contrasta propensión, alcance, margen, costes e incertidumbre. Una compra probable no demuestra que la intervención genere valor adicional.

Asigna oferta, mensaje, canal, momento y límite de inversión. Considera solapamientos y saturación. El equipo prioriza qué probar y qué excluir, con reglas de entrada y salida.

OUTPUT

Audience Investment Policy

Prioridades, acciones y límites de inversión

03 ACTIVAR, MEDIR Y RECALIBRAR

Convertir la experimentación en mejores decisiones.

IA actualiza · Equipo evalúa

Actualiza y activa públicos elegibles en CRM o plataformas publicitarias según sus reglas. Distingue segmentación directa de señales que orientan al algoritmo.

Define el control antes de activar. Mide contribución incremental descontando costes. Los resultados actualizan segmentos, mensajes y prioridades de inversión para mantener, escalar, corregir o detener.

OUTPUT

Incremental Value Evidence

Resultados y decisiones para el siguiente ciclo

03 · DEMO ILUSTRATIVA

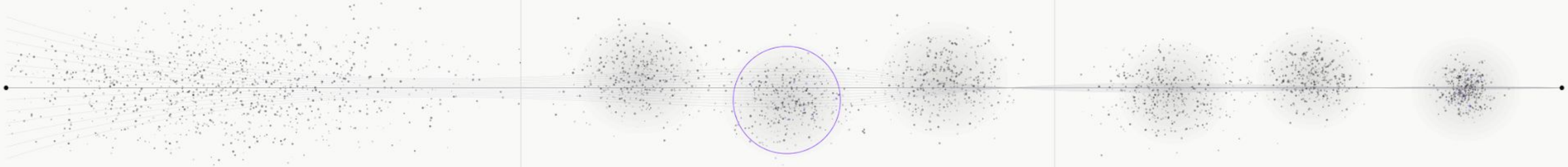
Audience Investment Map

De las señales de audiencia a las decisiones de inversión.

EXPLORACIÓN → CRITERIO DE ACTIVACIÓN

01 Descubrir audiencias

Detectar patrones en afinidades de mercado y datos propios. Formular una oportunidad que merezca explorarse.



SEÑALES Y AFINIDADES

02 Priorizar oportunidades

Contrastar valor potencial, confianza de la estimación y posibilidad real de activar cada público.

OPORTUNIDADES COMPARABLES

03 Decidir la activación

Elegir la siguiente acción según la evidencia disponible, el momento comercial y la elegibilidad del público.

ACCIÓN CONDICIONADA POR EVIDENCIA

Explorar

Señales insuficientes para invertir.

Construir una hipótesis de audiencia y precisar qué evidencia falta.

Experimentar

Oportunidad plausible y contrastable.

Definir una prueba con referencia de control y un criterio económico de éxito.

Activar

Público elegible y señal vigente.

Preparar la acción y su medición. Mantener, ampliar o revisar según resultados.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Economic Objectives

APLICACIÓN

Precisar qué resultado debe mejorar la selección de audiencias.

Acordar cómo se medirá su contribución económica y qué comparación permitirá evaluarla.

OUTPUT

Measurement Brief

Objetivo y criterio económico

02 Customer Data Integration

APLICACIÓN

Relacionar comportamiento, transacciones e identidad.

Separar señales exploratorias de datos propios utilizables para activar clientes.

OUTPUT

Customer Data Map

Señales, identidad y disponibilidad

03 Customer Segmentation

APLICACIÓN

Construir grupos interpretables.

Comprobar qué necesidad, comportamiento u oportunidad diferencia a cada público y si puede traducirse en una acción.

OUTPUT

Segmentation Framework

Segmentos y diferencias relevantes

04 Predictive Targeting

APLICACIÓN

Combinar propensión y valor esperado con coste e incertidumbre.

Priorizar según la oportunidad económica y la capacidad de activación.

OUTPUT

Audience Priority Matrix

Valor y prioridad relativa

05 Journey Orchestration

APLICACIÓN

Definir qué señal incorpora o retira a una persona de una audiencia.

Precisar qué intervención desencadena y bajo qué condiciones.

OUTPUT

Activation Playbook

Señales, acciones y condiciones

06 Incrementality Measurement

APLICACIÓN

Contrastar el valor adicional de la activación.

Utilizar la evidencia para revisar públicos, intensidad de contacto y asignación de recursos.

OUTPUT

Experiment Readout

Impacto y decisiones siguientes

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

La audiencia como decisión de inversión.

El valor estratégico aparece al conectar quién podría responder, qué contribución puede aportar y cuándo conviene intervenir. Marketing puede revisar sus prioridades conforme cambia la oportunidad y acumular evidencia sobre qué activaciones generan negocio adicional.

RESULTADOS DOCUMENTADOS POR ATHENAWORKS

MARKETING STACK EFFICIENCY

>50 %

de reducción del gasto mensual en herramientas de marketing

Vs. año anterior: stack consolidado y retirada de proveedores externos de generación de leads.

CRM DATA QUALITY

>3.600

contactos depurados en unos 3 días

Auditoría y limpieza del CRM. Incluye configuración del agente, ejecución por lotes e iteraciones.

CASO ATHENAWORKS

Escalar la captación B2B sin ampliar el equipo.

AGENTIC REVENUE OPERATIONS · MARKETING-LED

Un sistema de agentes automatiza la cualificación de leads y la preparación del outbound. Valida el encaje con el cliente ideal, enriquece contactos y prepara mensajes y seguimiento. Marketing codifica audiencias, criterios y tono en skills reutilizables. El equipo mantiene el control de cada envío.

Sin SDRs internos.

OPERATING LEVERAGE

1

persona por unidad de negocio

Opera audiencias, cualificación diaria, outbound, CRM y reporting.

athenaworks

DOS CIRCUITOS. UN CRITERIO COMPARTIDO.

Cualificación diaria y outbound conectados por skills, revisión humana y aprendizaje.

DIRECCIÓN · CODIFICAR A QUIÉN CONTACTAR Y CÓMO — Equipo define · IA estructura

Documentar el perfil de cliente ideal (ICP), las reglas de cualificación y exclusión, las guías de copy y tono y los errores a evitar. El conocimiento de marketing se convierte en skills reutilizables.

LEADS ENTRANTES

Rutina diaria
HubSpot

01	**VALIDAR EL ICP FIT** IA valida	Lee los nuevos leads de HubSpot. Descarta registros que no son leads válidos y comprueba su encaje con el perfil ideal en Apollo.
02	**ENRIQUECER Y CUALIFICAR** IA enriquece	Añade señales de crecimiento de la empresa con Clay. Aplica las reglas de cualificación definidas por el equipo.
03	**PERSONALIZAR EL OUTREACH** IA redacta · Equipo aprueba	Redacta un email personalizado, crea la tarea de seguimiento y notifica por Slack. El equipo revisa y aprueba el borrador.

PROSPECCIÓN OUTBOUND

Rutina de prospección
Apollo · Smartlead

01	**CONSTRUIR LA AUDIENCIA** IA identifica	A partir de un prompt, el agente de Apollo identifica empresas y contactos alineados con los criterios definidos por el equipo.
02	**DEPURAR ANTES DE ACTIVAR** IA filtra	Un segundo agente aplica exclusiones antes de descargar los contactos y cargarlos en Smartlead. Solo consume créditos con los que pasan el filtro.
03	**CONTROLAR LA DELIVERABILITY** IA monitoriza · Equipo decide	Un agente reporta rendimiento, salud de los buzones y riesgo de spam de cada secuencia. El equipo decide qué activar o corregir.

QUALITY GATE · Equipo revisa

Revisar cada borrador antes del envío. Muestrear datos y comprobar las alertas de Slack para detectar fallos.

LEARNING LOOP · Equipo valida · IA incorpora

Registrar hipótesis y fechas. Convertir los desvíos y errores detectados en nuevas exclusiones y guardrails.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Commercial Decision Design

APLICACIÓN

Definir qué empresas encajan y qué evidencia justifica el contacto.

Codificar ICP, cualificación, exclusiones y tono en skills reutilizables.

OUTPUT

Commercial Skill Portfolio

Criterios de encaje y comunicación.

02 Workflow Orchestration

APLICACIÓN

Diseñar inbound y outbound como circuitos distintos bajo un criterio común.

Conectar señales, agentes y sistemas con responsabilidades explícitas.

OUTPUT

Workflow Architecture

Activadores, dependencias y responsables.

03 Data Quality Gates

APLICACIÓN

Validar los registros antes de consumir créditos o activar contactos.

Definir exclusiones y revisar muestras para detectar errores que la automatización podría amplificar.

OUTPUT

Eligibility Rules

Admisión, exclusiones y calidad del dato.

04 Contact Governance

APLICACIÓN

Separar la preparación del contacto de la autorización del envío.

Asignar quién valida encaje, personalización y tono, y qué excepciones requieren intervención.

OUTPUT

Approval Protocol

Revisión, permisos y excepciones.

05 Operational Observability

APLICACIÓN

Hacer visibles los fallos de ejecución y el deterioro de las secuencias.

Revisar alertas, salud de los buzones y riesgo de spam antes de ampliar la actividad.

OUTPUT

Monitoring Framework

Señales, alertas y criterios de parada.

06 Continuous Learning

APLICACIÓN

Registrar hipótesis, resultados y costes por unidad de negocio.

Convertir errores en reglas y skills. Contrastar precisión, supervisión y coste para decidir qué consolidar o corregir.

OUTPUT

Learning Register

Evidencias y cambios de criterio.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El criterio de marketing se convierte en infraestructura comercial.

Codificar el conocimiento en skills permite aplicarlo a más decisiones sin repetir todo el trabajo de análisis. La capacidad de escalar depende de preservar la precisión y controlar el coste de supervisión. La supervisión aporta valor cuando sus correcciones se convierten en reglas reutilizables.

INTELIGENCIA DE COMPRADORES

Días → horas

Cribado inicial de compradores

Shortlist priorizada y razonada.

20 años

Conocimiento propio del mercado

Base de experiencia para interpretar el encaje.

+120

Operaciones

Conocimiento acumulado sobre compradores, tesis y operaciones previas.

Rhombus

20 años de conocimiento. Una shortlist en horas.

IA y conocimiento propio para identificar compradores con encaje estratégico y preparar una aproximación relevante.

Identificar qué fondos, industriales o family offices encajan de verdad con el target. La IA conecta el conocimiento propio del mercado con información externa reciente y devuelve un score de fit y una razón de encaje.

ANTES

Revisión manual de la base de datos y memoria de operaciones pasadas.

MÁS TIEMPO DE VALOR

Shortlists más amplias y consistentes. Mejor primer contacto y más tiempo para relación y negociación.

RHOMBUS

DEL CONOCIMIENTO DEL MERCADO A UNA SHORTLIST DE COMPRADORES CON ENCAJE ESTRATÉGICO.

Del perfil anonimizado a una shortlist priorizada y razonada, con contexto reciente para preparar el contacto.

INPUT	OUTPUT
Perfil anonimizado del target + base interna de compradores, tesis y operaciones previas.	Ranking + score de fit + justificación y orden de contacto validado.

01 EXTRACT THE TARGET PROFILE

Equipo + perfil · IA + estructuración

La IA convierte el perfil del target en variables comparables. Estructura el perfil en las variables clave que definirán el encaje.

Sector CNAE; rango de facturación / EBITDA; geografía; racional estratégico.

OUTPUT

Target Profile

Variables comparables para evaluar el encaje.

02 MATCH AGAINST THE BUYER UNIVERSE

IA + datos internos

Compara el target con cada comprador conocido. Contrasta sus variables con el perfil de cada comprador de la base.

Tesis de inversión, adquisiciones previas, sectores objetivo y capacidad financiera.

OUTPUT

Buyer Ranking

Score de fit y justificación: por qué encaja cada comprador.

03 ENRICH THE TOP MATCHES

IA + datos externos

Añade contexto fresco antes del contacto. Para los primeros de la lista, busca información pública reciente para enriquecer la lectura.

Movimientos corporativos, otras adquisiciones y declaraciones públicas. Entorno controlado, datos anonimizados y sin uso para entrenamiento.

OUTPUT

Buyer Context

Información reciente sobre los candidatos prioritarios.

04 HUMAN REVIEW + CONTACT ORDER

Equipo + decisión final

El dealmaker valida lo que el modelo no puede saber. El equipo revisa la shortlist, corrige falsos positivos y añade criterio cualitativo.

Relaciones personales, timing, conflictos de interés y orden final de contacto. Aproximación, relación y negociación: 100 % humano.

OUTPUT

Contact Order

Shortlist validada y secuencia final de aproximación.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Define the Strategic Fit

APLICACIÓN

Traduce el perfil de la compañía en variables comparables y criterios de encaje. Relaciona sector, dimensión, geografía y racional estratégico con las características que debe reunir un comprador.

OUTPUT

Buyer Fit Framework

Variables y criterios de encaje estratégico.

02

Activate Proprietary Market Intelligence

APLICACIÓN

Estructura tesis de inversión, operaciones previas y conocimiento de compradores para que puedan intervenir en cada análisis. Conserva la procedencia de la información y distingue hechos de valoraciones internas.

OUTPUT

Buyer Intelligence Base

Conocimiento propio y procedencia de la información.

03

Build an Explainable Buyer Ranking

APLICACIÓN

Exige una justificación específica para cada candidato. El ranking debe permitir al equipo entender qué sostiene el encaje, detectar inconsistencias y revisar la prioridad propuesta.

OUTPUT

Ranked Buyer Shortlist

Prioridad y razones de encaje por comprador.

04

Enrich for Commercial Relevance

APLICACIÓN

Actualiza los candidatos prioritarios con movimientos corporativos y señales recientes que puedan modificar su interés o la forma de aproximarse a ellos.

OUTPUT

Buyer Context Brief

Señales recientes y contexto para el contacto.

05

Apply Dealmaker Judgment

APLICACIÓN

Contrasta la prioridad analítica con relaciones, timing y conflictos de interés. El equipo determina el orden de contacto y adapta la aproximación al contexto de cada comprador.

OUTPUT

Contact Prioritisation Plan

Orden de contacto y criterio de aproximación.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

La experiencia acumulada se convierte en una ventaja sistemática de originación.

Estructurar el conocimiento propio permite utilizarlo de forma consistente en cada búsqueda de compradores. La IA amplía la capacidad de análisis y hace explícitas las razones de encaje; el equipo concentra su atención en interpretar el contexto, abrir relaciones y conducir la operación.

FAMILIA 02 / 09

Growth Experimentation & Conversion

IMPACTO DEL CASO

+50%

Mejora de conversión a Premium

En las primeras pruebas con Emma.

El objetivo de negocio: aumentar la conversión de usuarios a la suscripción Premium.

Emma, la tutora de inglés con IA

Convertir una experiencia gratuita con IA en suscripciones de pago.

Rediseñar la experiencia de aprendizaje para impulsar la conversión a Premium.

ABA English incorpora tutoría conversacional con IA a su experiencia formativa: transforma ejercicios de respuesta grabada, similares a un dictado, en conversaciones con Emma. El alumno puede plantear dudas, salirse del guion y recibir respuestas.

CON EMMA

El alumno practica mediante una conversación que admite preguntas y respuestas fuera del guion.

CONTROL HUMANO

El equipo diseña la experiencia, revisa su calidad y decide cómo evolucionarla a partir del feedback y los resultados.

1 sistema. 4 pasos.

Cómo ABA diseña y evalúa la tutoría con IA para convertir más usuarios en suscriptores Premium.

INPUT

Ejercicio de inglés previo a la compra

El alumno graba una respuesta, en una dinámica similar a un dictado.

+ OBJETIVO DE NEGOCIO

Demostrar el valor del aprendizaje con ABA y mejorar la conversión a la suscripción Premium.

01 REDESIGN THE LEARNING EXPERIENCE

Transformar un ejercicio de respuesta grabada en tutoría conversacional.

Equipo diseña · IA conversa

El equipo rediseña la práctica para que el alumno pueda interactuar con Emma. La IA responde a preguntas y permite salir del guion del ejercicio, acercando la experiencia a una clase de inglés.

La hipótesis de conversión: que el usuario experimente una ayuda más valiosa antes de decidir si contrata Premium.

OUTPUT

CAPACIDADES DE LA EXPERIENCIA

- ✓ Practicar inglés mediante una conversación.
- ✓ Plantear dudas durante el ejercicio.
- ✓ Recibir respuestas fuera de la secuencia prevista.

02 VALIDATE BEFORE LAUNCH

Someter la experiencia a control de calidad antes de exponerla a usuarios.

Equipo prueba y valida

El equipo realiza pruebas en preproducción para revisar la calidad de las respuestas de Emma y validar el funcionamiento de la interacción. Comprueba que la experiencia responde al diseño previsto antes de lanzarla.

Esta fase establece el control humano sobre la experiencia que después se evaluará en términos de conversión.

OUTPUT

VALIDACIÓN PREVIA

- ✓ Calidad de las respuestas de la tutora.
- ✓ Funcionamiento de la interacción.
- ✓ Correspondencia con la experiencia diseñada.

03 MEASURE CONVERSION & FEEDBACK

Evaluar la experiencia con usuarios reales y medir la contratación de Premium.

IA conversa · Equipo mide

Emma mantiene la conversación con el alumno. Al finalizar, ABA solicita feedback y mide la conversión a compra. También analiza si los alumnos regresan y siguen utilizando el producto.

El equipo combina la valoración declarada con el comportamiento observado: cómo perciben la experiencia, si contratan Premium y si continúan usando ABA.

OUTPUT

SEÑALES DE EVALUACIÓN

- ✓ Feedback al finalizar la experiencia.
- ✓ Conversión a la suscripción Premium.
- ✓ Retorno y continuidad de uso.

04 REFINE & SCALE

Priorizar mejoras y decidir qué experiencias ampliar.

Equipo prioriza y decide

El equipo contrasta el feedback con los datos de conversión y uso para identificar qué mejorar y qué experiencias merece la pena ampliar.

Los resultados orientan la siguiente iteración del producto: la IA ejecuta la interacción; el equipo conserva las decisiones sobre diseño, calidad y evolución.

OUTPUT

DECISIONES DEL EQUIPO

- ✓ Qué aspectos de la experiencia mejorar.
- ✓ Qué experiencias seguir desarrollando.
- ✓ Qué experiencias ampliar.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

PRINCIPIO REPLICABLE

Permitir que el usuario experimente el beneficio antes de comprar, y decidir qué escalar combinando calidad, conversión y continuidad de uso.

01 IDENTIFY THE VALUE MOMENT

APLICACIÓN

Identifica qué necesita experimentar el usuario para comprender el valor de tu oferta antes de contratarla.

OUTPUT

Value Proposition

Beneficio observable y decisión de compra que debe facilitar.

02 DESIGN THE INTERACTION

APLICACIÓN

Diseña una interacción con IA que permita experimentar ese beneficio. Define qué hará el agente y qué debe resolver el usuario durante la prueba.

OUTPUT

Interaction Flow

Tarea del usuario, función del agente y experiencia de valor.

03 SET THE QUALITY GATE

APLICACIÓN

Establece qué debe revisar el equipo antes del lanzamiento y comprueba las respuestas y el funcionamiento de la experiencia.

OUTPUT

Quality Gate

Criterios de aceptación y responsable de validación.

04 CONNECT EXPERIENCE TO CONVERSION

APLICACIÓN

Combina feedback con datos de compra. Define la referencia de comparación y el periodo de medición para interpretar el resultado.

OUTPUT

Measurement Framework

Feedback, conversión, referencia y periodo de medición.

05 SCALE WITH EVIDENCE

APLICACIÓN

Utiliza los resultados para priorizar mejoras y decidir qué ampliar. Observa también si el usuario continúa utilizando el producto después de la primera interacción.

OUTPUT

Experimentation Roadmap

Mejoras priorizadas por calidad, conversión y continuidad de uso.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Diseña nuevas ofertas de entrada al negocio con IA.

La IA amplía las posibilidades del lead magnet: permite ofrecer una primera experiencia de servicio que responde, orienta y resuelve una necesidad concreta del usuario. Explora qué beneficio puedes entregar gratuitamente para demostrar tu propuesta de valor, generar confianza y abrir una vía de contratación hacia tu oferta de pago.

Product Hackers

Más conversión sin perder calidad de cualificación.

La IA recupera información empresarial para reducir la fricción del formulario y mantener el criterio de cualificación.

Product Hackers convierte sector, número de empleados y región en campos opcionales. Cuando faltan en el CRM, un agente busca información pública de la empresa y completa el registro para aplicar el criterio de cualificación existente.

ANTES

Tres campos obligatorios añadían fricción a la captación.

+16 %

Más conversión del formulario

Mejora aproximada en un test A/B de dos semanas desde ads: misma landing de lead magnet y presupuesto similar.

3

Campos que pasan a opcionales

Sector, número de empleados y región. El agente completa los datos ausentes y se mantiene el criterio MQL.

SEPARAR CAPTACIÓN Y CUALIFICACIÓN PARA REDUCIR LA FRICCIÓN.

Del formulario simplificado al lead enriquecido y cualificado con las mismas reglas de MQL.

INPUT	OUTPUT
Nombre de empresa + registro del CRM. Variables disponibles y campos pendientes.	Registro enriquecido y datos para evaluar el paso a MQL.

01 SIMPLIFICAR LA CAPTACIÓN

Marketing + diseño del formulario

Sector, empleados y región pasan de obligatorios a opcionales en los formularios de contacto y descarga.

El equipo mantiene los datos que necesita para cualificar. Traslada la búsqueda empresarial al agente para reducir el esfuerzo del usuario.

OUTPUT

Lead captado

Menos fricción y registro disponible en el CRM.

02 ACTIVAR EL AGENTE

Automatización + n8n + CRM

El flujo comprueba si faltan sector, empleados o región. Solo esos registros elegibles pasan al agente, que parte del nombre de la empresa.

Se excluyen casos que no encajan, como freelances. El enriquecimiento responde a una carencia concreta de información.

OUTPUT

Enrichment Request

Empresa identificada y variables que faltan.

03 RECUPERAR DATOS FIABLES

Agente de IA + LLM

El agente consulta la web pública sin limitar las fuentes: páginas corporativas, directorios o notas de prensa. El prompt exige datos recientes y el formato exacto del CRM.

Si no hay datos públicos suficientes o la información es dudosa, deja el campo en blanco. Así reduce el riesgo de falsos positivos.

OUTPUT

Registro enriquecido

Los datos no concluyentes permanecen vacíos.

04 CUALIFICAR CON CRITERIO

Marketing + reglas de MQL

La cualificación utiliza el número de empleados según el sector. El equipo conoce qué tamaños suelen corresponder a un lead cualificado. Este tamaño se correlaciona con la facturación.

El equipo probó el agente con leads entrantes y revisó sus aciertos antes de pasarlo a producción. Se conserva la lógica de cualificación.

OUTPUT

Evaluación de MQL

Datos para evaluar el paso a contacto cualificado por marketing.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Qualification Decision Model

APLICACIÓN

Explicita qué variables determinan el encaje comercial y cómo se combinan. Alinea Marketing y Ventas sobre el criterio de cualificación antes de automatizar la recuperación de datos.

OUTPUT

Qualification Matrix

Variables y criterios de encaje.

02

Progressive Data Capture

APLICACIÓN

Distingue los datos imprescindibles para identificar al contacto de los que pueden recuperarse después. Simplifica el formulario sin eliminar la información que necesita la decisión comercial.

OUTPUT

Minimum Capture Schema

Datos de entrada y enriquecimiento posterior.

03

Enrichment Eligibility Rules

APLICACIÓN

Activa el enriquecimiento únicamente cuando falten variables relevantes y la empresa pueda identificarse. Define exclusiones y evita consultas que no puedan mejorar la cualificación.

OUTPUT

Enrichment Rules

Elegibilidad, exclusiones y disparadores.

04

Evidence & Data Quality Standards

APLICACIÓN

Establece requisitos de actualidad, formato y suficiencia de la evidencia. Conserva el campo vacío cuando la información no permita una conclusión fiable.

OUTPUT

Data Acceptance Criteria

Evidencia, formato y gestión de la incertidumbre.

05

Conversion & Qualification Validation

APLICACIÓN

Evalúa el acierto del enriquecimiento y el efecto del formulario sobre conversión, MQL y reuniones. Escala cuando la reducción de fricción mantenga la utilidad comercial de los registros.

OUTPUT

Experiment & Rollout Plan

Prueba, evaluación y despliegue gradual.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

La captación mejora cuando el negocio deja de pedir al usuario información que puede recuperar por sí mismo.

Separar captura y enriquecimiento permite reducir el esfuerzo de entrada y conservar la información necesaria para decidir. El valor consiste en mejorar la conversión sin debilitar el sistema de cualificación que conecta Marketing con Ventas.

cabify

IMPACTO EN CONVERSIÓN

+14 %

en conversión a viaje

Mejora declarada por Cabify frente a grupos de control que reciben contenidos genéricos.

QUÉ CAMBIA EN EL CRM

01 **Comprender la prioridad**
Sensibilidad al precio o al tiempo según el tipo de viaje.

02 **Adaptar el argumento**
Contenidos relacionados con la sensibilidad identificada.

03 **Evaluar su eficacia**
Conversión a viaje frente a una comunicación genérica.

Fuente: Javier Arenillas, Global Head of Media de Cabify.

Más conversión al entender qué importa en cada viaje.

Contextual CRM Personalization

Una misma persona puede priorizar llegar rápido al aeropuerto y ahorrar al volver del trabajo. Su motivo para elegir Cabify cambia según la situación.

Cabify, la plataforma de movilidad que conecta pasajeros y conductores, utiliza sus datos y modelos de machine learning para categorizar a los usuarios según su sensibilidad al precio y al tiempo por tipo de viaje. Esa información orienta el contenido de sus comunicaciones de CRM.

EL RETO DE MARKETING

Elegir qué beneficio comunicar cuando una misma persona tiene prioridades distintas según el viaje.

LA LÓGICA DEL CASO

Customer insight	CRM activation	Business outcome
Qué valora el usuario en ese contexto	Qué beneficio comunica la marca	Qué mejora en conversión a viaje

CASO 05

CONTEXTO

Personalización de CRM con machine learning: adaptar el mensaje a la prioridad del usuario en cada viaje para mejorar la conversión.

cabify

Plataforma de movilidad.

cabify

Activar la inteligencia de cliente en el CRM.

Cabify utiliza el conocimiento de su operación para orientar las comunicaciones de CRM. La sensibilidad al precio y al tiempo según el viaje permite adaptar el contenido; el grupo de control permite comparar su rendimiento.

INPUT		OUTPUT	
	Datos del negocio y sensibilidad del usuario según el tipo de viaje.		Comunicaciones personalizadas y conversión comparada con contenidos genéricos.

01	**CUSTOMER INTELLIGENCE** Transformar datos operativos en inteligencia de cliente.	El negocio conecta la demanda de pasajeros con la oferta de conductores. Cabify dispone de datos y modelos de machine learning, entre ellos modelos de predicción de demanda y variabilidad del precio.	CONEXIÓN CON MARKETING Ese conocimiento operativo sustenta una segmentación que conecta las prioridades del usuario con los argumentos de CRM.	OUTPUT **Información que sustenta la categorización por sensibilidad al precio y al tiempo.**
02	**CONTEXTUAL SEGMENTATION** Reconocer la prioridad según el viaje.	Los usuarios se segmentan según su sensibilidad al precio y al tiempo por tipo de viaje. La preferencia puede cambiar entre situaciones para una misma persona.	EJEMPLO DEL CASO Aeropuerto: puede priorizar el tiempo y aceptar pagar más. Vuelta del trabajo: puede priorizar el precio y aceptar tardar más.	OUTPUT **Una sensibilidad vinculada al usuario y al tipo de viaje.**
03	**CRM ACTIVATION** Traducir la prioridad del cliente en un argumento de comunicación.	Cabify personaliza sus comunicaciones de CRM con esa información. Quienes son sensibles al precio para un caso de uso reciben contenidos relacionados con esa sensibilidad.	REGLA DE PERSONALIZACIÓN La misma lógica se aplica a quienes priorizan el tiempo: el beneficio comunicado se adapta a la sensibilidad identificada.	OUTPUT **Contenidos alineados con lo que resulta relevante en cada contexto.**
04	**CONTROLLED EVALUATION** Evaluar la personalización frente a un grupo de control.	Las comunicaciones cuentan con grupos de control que reciben contenidos genéricos. Cabify compara su rendimiento con el de las comunicaciones personalizadas.	RESULTADO DECLARADO +14 % en conversión a viaje frente al grupo de control.	OUTPUT **Una comparación del efecto comercial de adaptar el contenido a la sensibilidad del usuario.**

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Customer Strategy

APLICACIÓN

Define la conversión objetivo y los contextos en los que cambia la prioridad del cliente. Formula qué mejora comercial esperas al adaptar la comunicación.

OUTPUT

Strategic Brief

Objetivo, contextos de uso e hipótesis de valor.

02 Segmentation Design

APLICACIÓN

Relaciona señales de uso con prioridades del cliente. Define cómo estimarlas mediante reglas o modelos y cuándo la evidencia es insuficiente para personalizar.

OUTPUT

Segmentation Framework

Señales, prioridades y criterios de asignación.

03 Messaging Strategy

APLICACIÓN

Traduce cada prioridad en un beneficio y un argumento de CRM. Especifica qué mensaje corresponde a cada contexto y qué condición activa su uso.

OUTPUT

Messaging Matrix

Contexto, beneficio, argumento y activación.

04 Experiment Design

APLICACIÓN

Formula una hipótesis y compara mensajes personalizados con contenido genérico. Fija antes del lanzamiento los grupos, el KPI, la duración y el criterio de decisión.

OUTPUT

Test Plan

Hipótesis, control, medición y criterio de éxito.

05 Test & Learn

APLICACIÓN

Analiza los resultados por contexto. Documenta qué mantener, ajustar o retirar y prioriza las siguientes pruebas antes de ampliar la personalización.

OUTPUT

Learning Agenda + plan de escalado

Próximas pruebas y condiciones para ampliar la aplicación.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte el conocimiento de la operación en conversión.

Utiliza el conocimiento de la operación para identificar qué valora el cliente en cada situación y orientar el argumento de CRM. La oportunidad está en conectar inteligencia de negocio y activación comercial: comunicar el beneficio relevante y contrastar su efecto en conversión frente a contenidos genéricos.

GOBIK

RESULTADO EN CONVERSIÓN

2,5×

la tasa de conversión a compra

Entre quienes interactúan con el asistente frente a quienes no lo utilizan.

BASE DE COMPARACIÓN

Ambos grupos: sesiones de más de 30 segundos. Comparación observada entre usuarios con y sin interacción.

CÓMO SE GENERA EL VALOR

Contexto de uso → Prestaciones necesarias
→ Productos recomendados

GUIDED SELLING · ASESORAMIENTO EN E-COMMERCE

Convertir dudas de producto en decisiones de compra.

Del conocimiento técnico de la prenda al asesoramiento que ayuda a elegir.

Gobik integra un asistente de IA en las fichas de su ropa ciclista. Interpreta el uso que plantea cada cliente, resuelve dudas y recomienda prendas con la información del catálogo y los criterios de la marca.

LA PALANCA — Reducir la incertidumbre en el momento de compra.

En la ficha de producto
Sin salir del recorrido de compra

Recomendación contextual
Según la necesidad expresada

Respuesta inmediata
Sin atención manual por consulta

Criterio de marca
Datos, reglas y supervisión

GOBIK®

Del catálogo al asesoramiento de compra.

Del contexto del ciclista a una elección de producto mejor informada.

INPUT

Catálogo + instrucciones de la marca

Información técnica y criterios de recomendación.

ACTIVACIÓN

Consulta en la ficha de producto

El usuario pregunta mientras evalúa la prenda.

01 PREPARAR EL CRITERIO

Equipo · Define el criterio

Dar al asistente la información del catálogo y las instrucciones que orientan su comportamiento. El equipo conserva la responsabilidad sobre la calidad de los datos y los criterios con los que se aconsejan productos.

LÓGICA DE RECOMENDACIÓN

El asesoramiento parte de las prestaciones de las prendas. El criterio de marca permite relacionarlas con el uso que plantea el cliente.

OUTPUT

Base de producto y criterios para orientar las respuestas.

02 INTERPRETAR LA NECESIDAD

Usuario consulta · IA interpreta

El cliente plantea su duda sin abandonar la ficha de producto. La IA interpreta qué necesita: puede preguntar por una característica técnica, una combinación de prendas o qué producto conviene para su contexto de uso.

EJEMPLO APORTADO POR GOBIK

«Soy ciclista y suelo salir a rodar por Barcelona durante las mañanas. ¿Qué tipo de maillot me recomiendas?»

OUTPUT

Necesidad identificada: elegir un maillot para ese contexto.

03 ORIENTAR LA ELECCIÓN

IA · Recomienda productos

Cruzar la necesidad con el conocimiento de producto. En el ejemplo, el asistente relaciona el rango de temperatura habitual de Barcelona por la mañana con el rango óptimo de uso de las prendas y recomienda 2–3 productos.

CRITERIO DE ENCAJE

Traducir el contexto a prestaciones. También resuelve dudas sobre transpirabilidad, impermeabilidad y combinación de productos.

OUTPUT

Respuesta inmediata y productos acordes con la necesidad.

04 SUPERVISAR LA CALIDAD

Equipo · Supervisa la calidad

Revisar las respuestas y mantener la calidad de la información y de los criterios de recomendación. La responsabilidad del equipo es que el asesoramiento se corresponda con las prestaciones y el uso adecuado del producto.

RESPONSABILIDAD HUMANA

La IA responde y aconseja con la información disponible. El equipo conserva el criterio sobre la calidad del asesoramiento.

OUTPUT

Información, recomendaciones y respuestas bajo supervisión.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Purchase Friction

APLICACIÓN

Recoge las preguntas que frenan la elección y vincula cada una con la decisión pendiente: prestaciones, adecuación al uso o combinación con otros productos. Prioriza las dudas que impiden avanzar hacia la compra.

OUTPUT

Friction Map

Pregunta, contexto, decisión pendiente y prioridad.

02 Product Knowledge

APLICACIÓN

Relaciona cada contexto de uso con las prestaciones necesarias y los productos adecuados. Asigna una fuente fiable a cada atributo para fundamentar las recomendaciones y evitar prestaciones no acreditadas.

OUTPUT

Knowledge Matrix

Uso, prestaciones, productos y fuentes.

03 Recommendation Logic

APLICACIÓN

Codifica qué datos permiten recomendar, qué alternativas deben excluirse y cuándo pedir una aclaración. Si falta evidencia sobre una prestación, evita afirmarla. Vincula cada recomendación con la necesidad expresada.

OUTPUT

Recommendation Rules

Encaje, exclusiones, aclaraciones y fundamento.

04 Advice Validation

APLICACIÓN

Prueba consultas reales y casos ambiguos con un experto de producto. Revisa exactitud, utilidad y coherencia; detecta respuestas plausibles que no ayudan a elegir. Convierte los fallos en ajustes y valida antes de ampliar el uso.

OUTPUT

Evaluation Set

Consultas, respuesta esperada, fallos y criterio de aceptación.

05 Conversion Measurement

APLICACIÓN

Registra interacción y compra. Compara tasas, volumen y periodo; revisa la calidad de las recomendaciones. Distingue asociación de efecto causal: para atribuir el impacto, utiliza un control aleatorio.

OUTPUT

Measurement Plan

Conversión, muestra, periodo y calidad de recomendación.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convertir la complejidad técnica en una ventaja comercial.

Cuanto más especializado es un producto, más depende su venta de que el cliente entienda por qué encaja con su uso. Codificar ese criterio permite llevar el asesoramiento a cada ficha y ampliar la cobertura comercial sin dedicar atención individual a cada consulta. La oportunidad está en capturar demanda cuya decisión queda frenada por dudas de adecuación.

IMPACTO PREVISTO EN EL NEGOCIO

60 %

Trabajo delegado al sistema

Objetivo: liberar tiempo comercial al delegar cualificación, cotización y consultas.

+25 %

Conversión a póliza

Estimación frente al grupo de control: de lead cualificado a póliza emitida.

100 %

Leads con oferta preparada

Todos los leads derivados llegan con producto, precio y contexto. Criterio del flujo.

Sun Tzu · Aseguradora de salud

El sistema cualifica y cotiza.
El equipo cierra.

Un onboarding conversacional transforma el interés en una oportunidad comercial cualificada, con producto y precio preparados para el cierre.

Sun Tzu conecta la conversación con el catálogo, el motor de tarificación y las promociones vigentes. El sistema identifica necesidades, recomienda una cobertura y resuelve dudas antes de derivar al equipo comercial.

ANTES

Un formulario recogía el contacto. El equipo debía llamar, cualificar, explicar coberturas y cotizar antes de poder cerrar.

CONTEXTO

Captación y conversión en seguros de salud. Un mismo contexto entre la conversación digital y el cierre comercial.

Consultora de crecimiento

Del interés a una oportunidad lista para cerrar.

Qué prepara el sistema, dónde interviene el equipo y cómo se evalúa el impacto.

INPUT

Necesidades del usuario, catálogo, tarifas y promociones vigentes.

RESULTADO

Una oportunidad cualificada y cotizada para el equipo comercial.

01 CUALIFICAR LA NECESIDAD

Identificar qué cobertura encaja con cada persona.

IA pregunta · Usuario aporta contexto

El recorrido empieza en web o WhatsApp, por pantallas, texto o voz. Recoge los datos necesarios sobre las personas a asegurar, su situación y sus prioridades de cobertura.

OUTPUT

Needs Profile

Necesidades y prioridades identificadas.

02 RECOMENDAR Y COTIZAR

Convertir la necesidad en una propuesta concreta.

IA recomienda · Motor calcula

El sistema contrasta las necesidades con el catálogo. El motor de tarificación calcula el precio y aplica las promociones permitidas; la IA explica la oferta sin inventar condiciones.

OUTPUT

Quoted Offer

Producto y precio preparados.

03 RESOLVER Y PREPARAR

Reducir incertidumbre antes de la conversación comercial.

IA resuelve · Equipo atiende excepciones

La IA aclara coberturas, carencias y copagos, ajusta la recomendación y recoge un cuestionario preliminar. Los casos sensibles o sin respuesta en la base de conocimiento pasan al equipo.

OUTPUT

Sales Handoff

Contexto comercial completo.

04 DERIVAR Y CERRAR

Concentrar la intervención humana en formalizar la venta.

Equipo valida · Equipo cierra

El equipo recibe necesidades, producto recomendado, cotización y respuestas previas. Completa el cuestionario requerido, gestiona las excepciones y realiza el alta y la emisión de la póliza.

OUTPUT

Policy Issuance

Alta y póliza formalizadas.

05 CONTRASTAR Y APRENDER

Medir conversión y esfuerzo comercial frente al modelo anterior.

Equipo evalúa · Equipo decide

Una prueba controlada compara ambos recorridos: leads cotizados, pólizas, prima emitida y tiempo por póliza. El equipo revisa conversaciones; el agente de CRO por clusters está en construcción.

OUTPUT

Performance Review

Evidencia para decidir escalado.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 → 02 → 03 → 04 → 05

Operating Model Design

APLICACIÓN

Rediseña el reparto del trabajo según repetición, juicio y riesgo.

Delega la preparación comercial. Reserva las excepciones y el cierre al equipo, con responsabilidades y criterios de escalado explícitos.

OUTPUT

Operating Model Blueprint

Responsabilidades y límites definidos

Product & Pricing Governance

APLICACIÓN

Ancla la recomendación en el catálogo y las reglas comerciales vigentes.

Separa el cálculo del precio de su explicación: el motor tarifa y la IA argumenta, dentro de límites verificables.

OUTPUT

Offer Rulebook

Reglas de oferta verificables

Conversational Design

APLICACIÓN

Diseña cada interacción para resolver una decisión de compra.

Mantén el contexto entre canales. Transfiere necesidades, oferta y objeciones al equipo para continuar la venta sin repetir la cualificación.

OUTPUT

Conversation Blueprint

Recorrido y derivación definidos

Controlled Experimentation

APLICACIÓN

Aísla el efecto del nuevo recorrido con un grupo de control comparable.

Define potencia, significancia y criterios de parada. Mide conversión a póliza, prima emitida y tiempo comercial por venta.

OUTPUT

Experiment Protocol

Hipótesis y evaluación acordadas

Continuous Improvement

APLICACIÓN

Convierte conversaciones y objeciones en conocimiento comercial reutilizable.

Valida cambios del recorrido sin alterar producto ni precio. Escala cuando mejoren la conversión y la eficiencia comercial.

OUTPUT

Learning & Scale Plan

Aprendizaje y escalado definidos

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Escalar la conversión sin escalar la carga comercial.

La IA prepara la venta cuando existe intención de compra y concentra la capacidad humana en el cierre. El potencial económico combina más pólizas por el mismo tráfico con menos esfuerzo comercial por póliza.

REFERENCIA EXTERNA

Mastercard

+9,5 %

Tasa de conversión

Homepage personalizada según intención de compra predictiva.

+7 %

Ingresos por visitante

Resultados de un mismo test de personalización web.

AI-Powered Adaptive Web Experience

Una web que se adapta.

Más valor en cada visita.

La IA interpreta el contexto de cada visita y selecciona contenidos, módulos y recomendaciones para mejorar la conversión y el valor por visitante.

El equipo define qué puede cambiar y qué objetivo debe optimizarse. El sistema combina alternativas de contenido según las señales disponibles y registra la experiencia mostrada.

La experimentación permite comprobar qué decisiones aportan valor adicional frente a una experiencia de control.

ANTES

Una misma página atendía necesidades distintas: descubrir, comparar o volver a comprar. La experiencia apenas cambiaba con el contexto de la visita.

Del contexto de cada visita a la siguiente mejor experiencia.

Qué señales interpreta la IA, qué decisiones permite el equipo y cómo se comprueba su impacto.

INPUT	Llega una visita con señales de contexto.	OUTPUT	Experiencia adaptada + resultado medido.

01 INTERPRETAR INTENCIÓN Y CONTEXTO

Identificar qué necesita la visita en ese momento.

IA interpreta · Equipo define las señales

Origen de la sesión, consulta, productos vistos, interacciones y datos propios con permisos.

La IA estima afinidades, intención y necesidades probables; no necesita conocer la identidad de la persona.

SEÑALES DISPONIBLES

Canal y dispositivo · Navegación e interacciones · Datos propios permitidos

OUTPUT

Contexto + hipótesis de intención

Necesidades e intención probable

02 SELECCIONAR LA MEJOR EXPERIENCIA

Elegir una alternativa válida para ese contexto.

IA selecciona · Equipo fija los límites

El modelo puntúa alternativas elegibles: bloque, orden, mensaje o recomendación según objetivo de negocio.

La web muestra la combinación permitida. Puede reordenar componentes sin rediseñar todo el sitio.

DECISIONES DE EXPERIENCIA

Mensaje y contenido · Orden de los módulos · Recomendaciones relevantes

OUTPUT

Página adaptada + decisión registrada

Contenido elegido por contexto

03 DEMOSTRAR VALOR Y MEJORAR

Medir la contribución adicional al negocio.

Equipo contrasta · IA actualiza

Registrar exposición y resultado: descubrimiento, carrito, conversión, ingreso o margen frente a control.

El sistema explora opciones, actualiza el rendimiento por contexto y el equipo retira lo que no aporta.

EVIDENCIA PARA DECIDIR

Comparación frente a control · Resultado por contexto · Alternativas que aportan valor

OUTPUT

Evidencia + política de mejora

Aprendizajes para siguientes decisiones

MOCKUP ILUSTRATIVO

Una web. Tres contextos. Tres experiencias.

La IA adapta contenido, navegación y recomendaciones a la intención de cada visita.

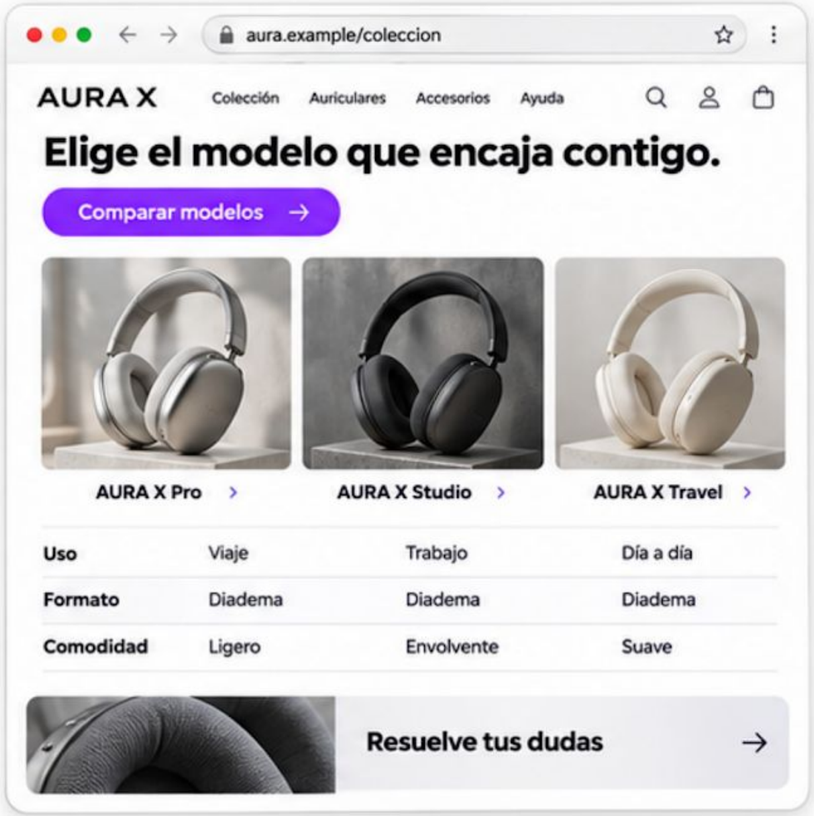
01 / EXPLORAR

Primera visita desde búsqueda



02 / COMPARAR

Ha consultado varios modelos



03 / VOLVER A COMPRAR

Cliente con compra anterior



Cambian el mensaje, la llamada a la acción y el orden de los módulos.

SEÑALES DE CONTEXTO → **IA + REGLAS DE MARCA** → **EXPERIENCIA MOSTRADA**

Resultado observado → Aprendizaje → Siguiente decisión

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Decision Design

APLICACIÓN

Elegir qué decisión de experiencia se quiere mejorar y vincularla a un resultado económico: conversión, ingreso o margen por visitante.

OUTPUT

Decision Brief

Decisión y valor objetivo

02 Customer Intelligence

APLICACIÓN

Seleccionar las señales que permiten distinguir necesidades y contextos.

Definir qué información estará disponible cuando deba tomarse la decisión.

OUTPUT

Signal Map

Señales y contexto disponible

03 Modular Experience Design

APLICACIÓN

Preparar alternativas de contenido y módulos compatibles con marca, catálogo y disponibilidad.

Establecer qué combinaciones son elegibles y cuál será la experiencia por defecto.

OUTPUT

Experience Library

Módulos y alternativas elegibles

04 Decision Policy

APLICACIÓN

Definir cómo se selecciona una alternativa según el contexto y el objetivo.

Registrar qué se mostró y bajo qué condiciones para poder evaluar la decisión.

OUTPUT

Decision Policy

Reglas, prioridades y límites

05 Incrementality Measurement

APLICACIÓN

Comparar la experiencia adaptativa con una referencia de control.

Medir su contribución adicional al negocio mediante un experimento definido de antemano.

OUTPUT

Experiment Plan

Hipótesis, control y métricas

06 Continuous Optimization

APLICACIÓN

Revisar resultados por contexto, detectar deterioros y retirar alternativas que dejan de aportar valor.

Asignar responsables de actualizar contenidos y criterios de decisión.

OUTPUT

Optimization Backlog

Mejoras priorizadas por impacto

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Decidir qué experiencia web crea más valor en cada contexto.

La personalización de la navegación web adquiere valor estratégico cuando conecta contexto, decisión y resultado. Una biblioteca modular y un sistema de experimentación permiten mejorar de forma continua la experiencia web y aprovechar mejor la inversión que lleva visitantes a la web.

FAMILIA 03 / 09

Lifecycle Value Expansion

RENTABILIDAD POR RETENCIÓN

+31 %

Seguros de salud

Primas y margen conservados, menos descuentos y mayor permanencia.

+26 %

Cadenas de gimnasios

Cuotas conservadas y menor necesidad de captar socios para sustituir bajas.

+27 %

Seguridad y alarmas

Ingresos conservados, contratos más largos y menores costes de reposición comercial.

Symanto · Juan Carlos Alcaide

Retener más clientes. Proteger el margen.

DON'T GO® · AGENTE IA DE RETENCIÓN

Symanto convierte la metodología de negociación de Juan Carlos Alcaide en un agente IA de retención, construido sobre SymantoAssist, para atender a clientes que quieren cancelar un servicio o una suscripción.

La IA interpreta intención, emoción y motivos de baja, deriva al agente idóneo y lo guía en tiempo real con respuestas personalizadas y límites de concesión según el valor del cliente.

ANTES

Información fragmentada y descuentos de última hora.

CASO 33

CONTEXTO

DON'T GO® combina la metodología de negociación de Juan Carlos Alcaide con la tecnología de Symanto para orientar la retención hacia el valor conservado.

symanto

Compañía de IA especializada en comportamiento humano.

JCA symanto

De la baja a la retención rentable.

Comprender el motivo para elegir la intervención que conserva al cliente y su valor.

INPUT	OUTPUT
Llamada, chat o WhatsApp con intención o riesgo de baja.	Respuesta de retención personalizada y aprendizaje por motivo y segmento.

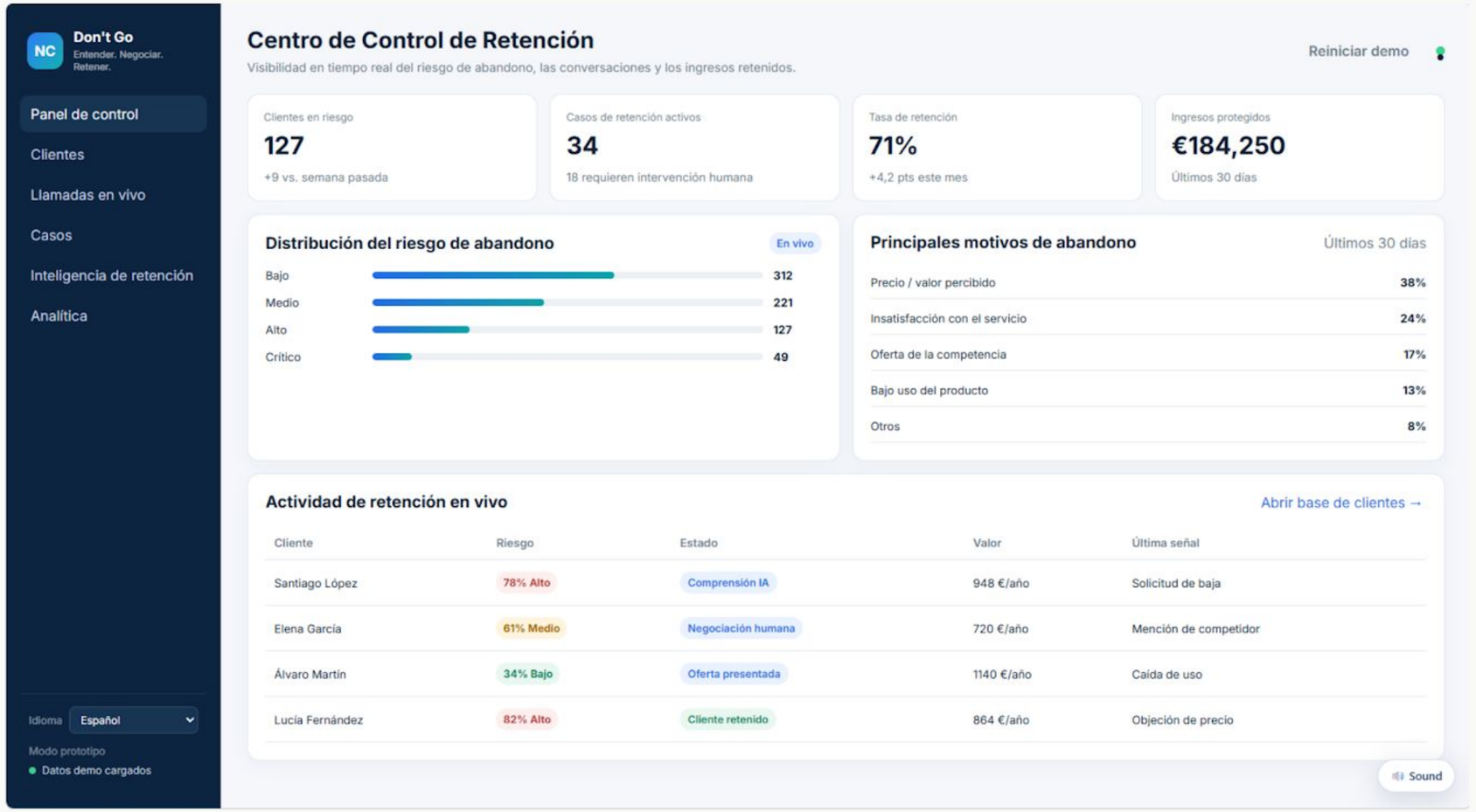
01	**INTERPRETAR LA INTENCIÓN** Identificar qué está detrás de la solicitud de baja.	IA interpreta La IA analiza el lenguaje, la emoción y las señales de abandono. Identifica el motivo probable de baja para orientar el siguiente paso.	OUTPUT **Intención y motivo probable** Diagnóstico del riesgo de abandono
02	**DERIVAR EL CASO** Asignar la conversación con el contexto necesario.	IA deriva El sistema dirige el caso al agente idóneo según el perfil y el motivo de baja. Le entrega el contexto y el enfoque recomendado para iniciar la conversación.	OUTPUT **Agente asignado y contexto** Asignación especializada del caso
03	**LEER LA CONVERSACIÓN** Actualizar la asistencia mientras evoluciona la negociación.	IA escucha y analiza La IA identifica cambios emocionales y señales de negociación durante la conversación. Actualiza la información con la que se prepara la respuesta.	OUTPUT **Señales de conversación** Evidencia para orientar la negociación
04	**RECOMENDAR LA ACCIÓN** Proponer una respuesta dentro de los límites comerciales.	IA recomienda · Equipo fija límites La metodología de Juan Carlos Alcaide orienta la recomendación: resolver el problema, ajustar el servicio o negociar una concesión. Marketing y CX fijan ofertas y límites según el valor del cliente.	OUTPUT **Next best action y límites** Intervención y concesiones admisibles
05	**NEGOCIAR Y DECIDIR** Resolver el caso con criterio comercial y conocimiento del cliente.	Agente negocia y decide El agente valora la recomendación y el contexto, negocia con el cliente y decide cómo cerrar el caso. El resultado queda registrado para evaluar la intervención.	OUTPUT **Decisión y resultado** Resolución y trazabilidad comercial
06	**INCORPORAR APRENDIZAJES** Mejorar las siguientes intervenciones.	IA analiza · Marketing y CX ajustan El análisis por motivo y segmento permite identificar qué intervenciones funcionan. Marketing y CX utilizan los resultados para actualizar ofertas, criterios y recomendaciones.	OUTPUT **Aprendizajes por segmento** Evidencia para optimizar la retención

03 · EL SISTEMA EN LA PRÁCTICA

Una vista compartida de la retención.

Riesgo, conversaciones y valor retenido en el panel de DON'T GO.

DEMOSTRACIÓN · DATOS ILUSTRATIVOS



RIESGO DE ABANDONO

Distribución del riesgo y motivos de baja para interpretar dónde se concentra la necesidad de intervención.

CONVERSACIONES ACTIVAS

Seguimiento del estado de cada caso y de los momentos de intervención del equipo.

VALOR CONSERVADO

Lectura conjunta de actividad, retención e ingresos para conectar la operación con su objetivo económico.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 RETENTION STRATEGY

APLICACIÓN

Selecciona un motivo de baja y un segmento donde exista valor recuperable.

Define el objetivo económico y la experiencia que debe ofrecer la intervención.

OUTPUT

Retention Brief

Objetivo y perímetro de intervención

02 CHURN DRIVER ANALYSIS

APLICACIÓN

Clasifica las causas de abandono y las señales de intención.

Distingue qué situaciones requieren resolver un problema, ajustar el servicio o negociar una alternativa.

OUTPUT

Churn Driver Map

Causas de abandono priorizadas

03 CUSTOMER ECONOMICS

APLICACIÓN

Establece las concesiones admisibles según el valor esperado del cliente y el coste de retenerlo.

Traduce ese criterio en límites aplicables durante la conversación.

OUTPUT

Retention Offer Matrix

Concesiones según valor del cliente

04 NEXT BEST ACTION

APLICACIÓN

Relaciona cada situación con una respuesta y el contexto que necesita el agente.

Define cuándo escalar el caso y convierte la metodología de negociación en decisiones operativas.

OUTPUT

Decision Rules

Criterios de actuación y escalado

05 INCREMENTALITY MEASUREMENT

APLICACIÓN

Compara con un grupo de control la permanencia y el valor conservado, descontando las concesiones.

Define una ventana de observación adecuada al servicio.

OUTPUT

Impact Assessment

Valor incremental neto de concesiones

06 CONTINUOUS IMPROVEMENT

APLICACIÓN

Revisa qué intervenciones funcionan por motivo y segmento.

Utiliza los resultados para actualizar ofertas, recomendaciones y criterios de escalado.

OUTPUT

Optimization Roadmap

Mejoras priorizadas por impacto

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convertir el conocimiento del cliente en decisiones de retención que protegen margen.

Integrar motivos de baja, metodología de negociación y valor del cliente permite orientar cada intervención hacia una respuesta económicamente sostenible. Marketing y CX pueden transformar lo aprendido en las conversaciones en mejores ofertas, servicios y reglas de decisión.

CUSTOMER VALUE IMPACT · EJEMPLO NUMÉRICO

RECOMPRA · 90 DÍAS

+25 %

Tasa de recompra

Del 24 % al 30 % · +6 pp

CROSS-SELLING · 90 DÍAS

+50 %

Compra de una segunda categoría

Del 8 % al 12 % · +4 pp

Cohortes comparables de 1.000 clientes elegibles.

pp = puntos porcentuales.

LIFECYCLE VALUE EXPANSION · MODELO DE REFERENCIA

Recompra, retención y Customer Lifetime Value.

AGENTIC LIFECYCLE MARKETING

Rutinas automatizadas para anticipar la próxima necesidad.

Un agente conecta compras, patrones de consumo e interacciones. Anticipa cuándo cada cliente puede necesitar reponer, renovar o ampliar su solución.

Convierte esas señales en audiencias dinámicas y coordina remarketing, emails, mensajes y llamadas. Cada respuesta mejora la siguiente decisión para impulsar la compra recurrente y el valor del cliente.

¿Qué necesita este cliente ahora y qué debemos activar?

CROSS-SELLING

Añadir una solución complementaria.

UPSELLING

Ampliar la solución, el formato o el servicio.

CASO

CONTEXTO

Anticipar la próxima necesidad de cada cliente y activar recompra, renovación o venta cruzada para ampliar su valor a lo largo de la relación.

De la inteligencia de cliente a la expansión de valor.

El agente conecta señales y acciones. El equipo define la estrategia y gobierna los límites.

Equipo define el criterio de negocio

Definir ciclos de compra, horizonte de valor, margen mínimo, ofertas, canales, permisos y presión comercial. El brief aprobado gobierna cada activación.

Diaria: actualizar audiencias · Por evento: recalcular la acción · Semanal: revisar resultados

01	**FUENTES DE INTELIGENCIA DEL CLIENTE** Unificar señales del cliente. Equipo define · IA estructura	Conecta compras, catálogo o contratos y CRM. Incorpora comportamiento digital y conversaciones cuando existen. Construye un perfil actualizado con frecuencia, valor, necesidades y señales de cada cliente: la base de la inteligencia predictiva.	OUTPUT **Customer Value Intelligence** mapa de clientes, señales y oportunidades.
02	**ANTICIPAR DEMANDA Y RECOMPRA** Prever la próxima necesidad. Modelos estiman · IA prioriza	Estima la probabilidad y la ventana de recompra, identifica afinidad con productos complementarios y detecta oportunidades de ampliación o renovación. Cada oportunidad queda acompañada de sus señales y del nivel de confianza.	OUTPUT **Opportunity Window** Una ventana de oportunidad por cliente, con motivo y prioridad.
03	**DECIDIR QUÉ ACTIVAR** Priorizar la siguiente acción. IA propone · Equipo valida	Prepara un plan priorizado: qué clientes abordar, con qué acción, cuándo y por qué canal. Selecciona recompra, cross-selling, upselling o retención según necesidad, evidencia y margen. Aplica límites de contacto y exclusiones; el equipo valida las excepciones.	OUTPUT **Activation Plan** Plan de activación por audiencia, con acción, momento, canal y prioridad.
04	**PREPARAR AUDIENCIAS Y MENSAJES** Preparar cada contacto. IA prepara · Equipo aprueba	Construye audiencias por momento y necesidad, con entradas y salidas automáticas. Prepara anuncios de remarketing, emails, mensajes y briefings de llamada. Usa catálogo y argumentos aprobados. El equipo valida nuevas ofertas y narrativas.	OUTPUT **Dynamic Audiences** Audiencias listas para sincronizar y piezas ajustadas a cada necesidad.
05	**ACTIVAR Y COORDINAR LOS CANALES** Sincronizar la intervención. IA coordina · Equipo interviene	Activa dentro de los permisos y límites aprobados. Una compra retira al cliente de esa audiencia; una incidencia pausa la presión comercial. Coordina Ads y CRM para evitar contactos duplicados. Las llamadas y los compromisos quedan en el equipo.	OUTPUT **Coordinated Activation** Una acción coordinada, con responsable, trazabilidad y reglas de parada.
06	**MEDIR Y ACUMULAR APRENDIZAJE** Convertir resultados en criterio. IA analiza · Equipo ajusta	Revisa recompra, cross-selling, retención y margen cuando madura la ventana de compra. Compara con grupos de control para estimar efecto incremental. Guarda qué funcionó y en qué contexto. El equipo valida los ajustes de estrategia y reglas.	OUTPUT **Decision Memory** evidencia para mejorar audiencias, momentos y acciones.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Product Lifecycle Intelligence

APLICACIÓN

Mapear consumo, caducidad y renovación por producto. Separar vencimientos conocidos de ventanas estimadas de reposición. Validar las estimaciones con histórico y consumo.

OUTPUT

Lifecycle Forecast

Ciclo y ventana por producto.

02 Audience Intelligence

APLICACIÓN

Cruzar ciclo de producto, recencia, afinidad y riesgo para definir audiencias. Fijar objetivos, margen y horizonte. Distinguir valor histórico y valor futuro estimado.

OUTPUT

Audience Asset Map

Audiencias y criterios de valor.

03 Data & Channel Integration

APLICACIÓN

Unificar cliente y producto entre compras, CRM y catálogo. Verificar calidad, actualización, stock y permisos de contacto. Conectar solo los canales autorizados.

OUTPUT

Connected Customer Profile

Lectura y acción autorizadas.

04 Decision Policy

APLICACIÓN

Definir elegibilidad, margen, prioridad y presión comercial. Separar reglas, predicción y ejecución. Incluir excepciones, aprobación humana y la opción de no contactar.

OUTPUT

Next Best Action

Reglas, límites y aprobaciones.

05 Lifecycle Orchestration

APLICACIÓN

Actualizar audiencias al ritmo del ciclo. Reaccionar a compras e incidencias, coordinar canales y evitar duplicados. Validar ofertas y mensajes antes de ampliar autonomía.

OUTPUT

Operating Routines

Activaciones y registro de cambios.

06 Incrementality & Learning

APLICACIÓN

Pilotar con un grupo de control aleatorio. Medir valor incremental neto de costes al completar el ciclo. Vigilar bajas y reclamaciones. Registrar resultados y ajustar.

OUTPUT

Decision Memory

Piloto medido para escalar con criterio.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Anticipar la necesidad.
Desarrollar la relación.

Cada cliente entra por su momento y su necesidad. Cada nueva señal puede cambiar la siguiente acción.

Customer Value Intelligence · Replenishment & Demand Sensing · Next Best Action · Audience Orchestration · Personalized Activation · Decision Memory

IMPACTO EN RETENCIÓN

9×

Churn nueve veces inferior

Clientes gestionados frente a no gestionados del segmento de alto riesgo de Field Sales. Tasas de abandono medidas durante seis meses.

Comparación entre grupos, no antes/después.

−30 %

Tiempo medio operativo (TMO)

Reducción del TMO en el equipo de fidelización.

Mónica Olivé

Predicción + IA generativa para fidelizar clientes.

Predicción e IA generativa para preparar cada conversación de fidelización y personalizar el seguimiento.

Sobre un modelo predictivo ya existente, una compañía tecnológica de anuncios clasificados añadió IA generativa para preparar el contexto de cada cliente y el email de seguimiento. El gestor revisa, conversa y envía.

ANTES

Gestión reactiva e información dispersa para preparar cada llamada.

ADOPCIÓN · 4 MESES

Formación y acompañamiento para integrar el flujo en el uso habitual.

CASO COMPARTIDO POR
MÓNICA OLIVÉ

De la predicción a la intervención de retención.

Del riesgo detectado a una intervención de fidelización con contexto.

INPUT	Cartera de clientes y modelo predictivo de churn y Next Best Action.	OUTPUT	Intervención de fidelización y seguimiento personalizado.

01 Detectar el riesgo

Modelo predice · Equipo mantiene criterios

El modelo identifica clientes que pueden dejar la compañía: ese es el riesgo de churn. Next Best Action recomienda la acción de fidelización.

Customer Intelligence mantiene el modelo. El sistema aporta una recomendación para la gestión del cliente.

OUTPUT

Cliente prioritario

Riesgo y acción recomendada.

02 Preparar la conversación

IA sintetiza · Gestor define el enfoque

Copilot Studio y Power Automate reúnen datos de Dynamics 365, Genesys y uso del producto en un customer brief: un resumen accionable para preparar la llamada.

El gestor revisa el resumen y decide el enfoque. El contexto reunido sirve de base para preparar la conversación.

OUTPUT

Customer Brief

Resumen revisado y enfoque de la llamada.

03 Conducir la llamada

Gestor conduce la conversación

El gestor conversa con el cliente. La IA no interviene en esta fase: la preparación previa sirve de apoyo a una interacción íntegramente humana.

La relación con el cliente y el juicio durante la conversación permanecen en manos del gestor.

OUTPUT

Conversación de fidelización

Conducida por el gestor.

04 Personalizar el seguimiento

IA redacta · Gestor revisa y envía

Después de la llamada, la IA genera un borrador de email basado en la recomendación del modelo. El gestor lo revisa, ajusta el tono y lo envía.

El gestor valida el tono y la voz de marca. La propuesta de redacción de la IA requiere revisión y envío.

OUTPUT

Seguimiento personalizado

Email revisado y enviado.

05 Medir la retención

Equipo evalúa resultados

El equipo sigue los resultados en Tableau. Analiza el churn de los clientes gestionados frente a los no gestionados de alto riesgo y la eficiencia operativa.

El churn compara grupos durante seis meses. El TMO mide el tiempo medio operativo del equipo de fidelización.

OUTPUT

Retention Review

Seguimiento de retención y carga operativa.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Retention Decisioning

APLICACIÓN

Traduce el riesgo de abandono y la acción recomendada en reglas de intervención. Define qué clientes priorizar, qué respuesta activar y cómo distribuir la capacidad del equipo.

OUTPUT

Intervention Framework

Criterios de prioridad y actuación.

02 Customer Context Intelligence

APLICACIÓN

Conecta historial, interacciones y uso del producto en un brief orientado a la decisión. Selecciona el contexto que permite al gestor interpretar la situación y preparar una conversación relevante.

OUTPUT

Customer Brief

Contexto y puntos de atención.

03 Human–AI Operating Model

APLICACIÓN

Distribuye responsabilidades entre predicción, preparación y relación con el cliente. La IA reúne contexto y propone borradores; el gestor determina el enfoque, conduce la conversación y autoriza el seguimiento.

OUTPUT

Decision Rights Map

Decisiones, responsables y controles.

04 Retention Impact Measurement

APLICACIÓN

Diseña una comparación que permita interpretar la contribución de la intervención. Documenta grupos, riesgo inicial y periodo; mide por separado retención y eficiencia operativa.

OUTPUT

Measurement Framework

Comparación e indicadores.

05 Adoption & Enablement

APLICACIÓN

Integra el flujo en la operativa del equipo con formación aplicada, acompañamiento y responsables de soporte. Utiliza las incidencias de uso para mejorar el brief y consolidar una práctica consistente.

OUTPUT

Enablement Plan

Formación, soporte y revisión.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

La capacidad de retener crece cuando la predicción se convierte en una intervención mejor preparada.

Detectar riesgo solo genera valor cuando el equipo puede actuar sobre él. Conectar la recomendación con el contexto del cliente reduce la preparación y permite dedicar más atención a la conversación. La oportunidad consiste en convertir la inteligencia de cliente en una capacidad operativa de fidelización.

FAMILIA 04 / 09

Creative Supply Chain

wallapop

PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA

5.000 €

Producción con IA

Coste de producción de la campaña.

200.000 €

Producción tradicional

Estimación para resolver el mismo brief.

97,5 %

Ahorro estimado

Frente a la producción tradicional.

‹1 mes

Plazo de producción

Tres spots y adaptaciones multiformato.

Wallapop · Motor

Producción creativa a escala.

Una nueva estructura de costes.

Wallapop convierte la dirección creativa en un sistema reutilizable que permite producir distintas historias y formatos con IA, reducir el esfuerzo de ejecución y mantener la consistencia de marca.

Para su campaña de Motor, el equipo define una referencia visual común y las reglas que deben compartir todas las piezas. Esa base organiza la generación de imágenes, su animación y las adaptaciones posteriores.

El trabajo creativo inicial se aprovecha en toda la campaña.

ANTES

La producción tradicional exigía una inversión incompatible con los recursos disponibles. El reto era preservar la ambición creativa con un presupuesto y un plazo mucho menores.

wallapop

La arquitectura de una producción creativa escalable.

Qué decisiones se fijan al inicio, qué ejecución se delega en IA y cómo se mantiene la coherencia entre historias, formatos e iteraciones.

INPUT	OUTPUT
Brief de Motor + objetivo de marca + formatos.	Tres spots y adaptaciones con identidad común.

01 DEFINIR LA IDEA DE CAMPAÑA

Conectar las historias con un concepto común.

Equipo define · IA apoya

El equipo fija la intención de campaña y explora una estructura narrativa común. La IA apoya la ideación; el criterio creativo determina qué une las historias.

OUTPUT

Concepto común de campaña

02 FIJAR LA REFERENCIA VISUAL

Concentrar las decisiones que gobiernan la producción.

Equipo dirige · IA explora

El master frame fija composición, personaje, iluminación y presencia de marca. Esta imagen de referencia establece qué debe permanecer consistente en cada pieza.

OUTPUT

Referencia visual y reglas

03 GENERAR CADA HISTORIA

Desarrollar variantes sin perder la identidad común.

IA genera · Equipo selecciona

La IA genera el fotograma principal de cada historia a partir del master frame. El equipo selecciona las imágenes que respetan las reglas y expresan la situación prevista.

OUTPUT

Fotogramas de las tres historias

04 PRODUCIR EL MOVIMIENTO

Trasladar la referencia visual a secuencias de vídeo.

Equipo dirige · IA anima

Las imágenes se convierten en secuencias de vídeo. La dirección del movimiento y la cámara mantiene la continuidad con la composición y el lenguaje visual definidos.

OUTPUT

Secuencias de vídeo

05 ADAPTAR A CADA FORMATO

Extender la campaña a sus soportes de salida.

Equipo define · IA adapta

La misma base creativa se adapta a 16:9, 9:16, 1:1 y piezas cortas. Las versiones preservan la presencia de marca y la lectura de cada historia.

OUTPUT

Versiones por formato

06 CORREGIR CON CRITERIO

Resolver desviaciones conservando lo que funciona.

Equipo evalúa · IA itera

El equipo identifica qué elemento falla y orienta la corrección sobre ese punto. La IA genera nuevas versiones manteniendo las decisiones creativas ya resueltas.

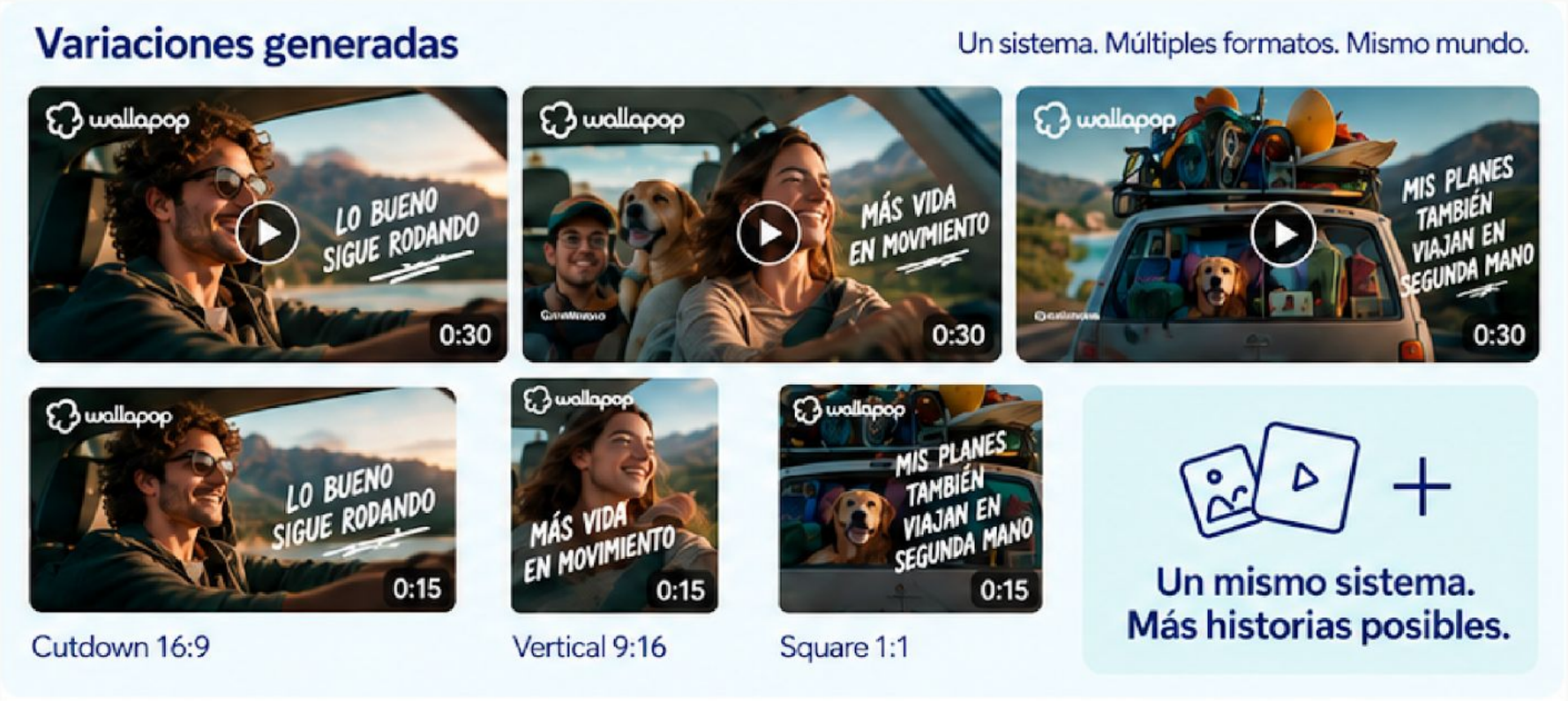
OUTPUT

Piezas ajustadas

03 · EL SISTEMA EN LA PRÁCTICA

Tres historias. Una misma referencia visual.

La composición común mantiene la identidad de campaña mientras cambian los protagonistas y la situación.



COMPOSICIÓN

Un encuadre frontal compartido.

PERSONAJES

Cada historia cambia sus protagonistas.

ILUMINACIÓN

Una referencia de luz común.

MARCA

Criterios compartidos de presencia visual.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 CREATIVE STRATEGY

APLICACIÓN

Define el cambio de percepción que debe conseguir la campaña y la idea que conecta sus historias.

Establece qué debe permanecer reconocible en cualquier ejecución.

OUTPUT

Creative Brief

Objetivo y criterio creativo

02 MODULAR CONTENT DESIGN

APLICACIÓN

Separa los elementos fijos de marca de las variables narrativas.

Construye una referencia visual que permita cambiar situaciones y formatos sin reconstruir la identidad de campaña.

OUTPUT

Creative System Specification

Reglas y referencias visuales

03 WORKFLOW ORCHESTRATION

APLICACIÓN

Organiza las dependencias entre concepto, imagen, vídeo y adaptación.

Valida la referencia antes de multiplicar versiones para evitar que un error inicial se propague por toda la producción.

OUTPUT

Production Workflow

Secuencia, dependencias y responsables

04 BRAND GOVERNANCE

APLICACIÓN

Traduce el criterio de marca en condiciones de aceptación observables.

Asigna quién resuelve desviaciones creativas, quién evalúa riesgos y quién autoriza la publicación.

OUTPUT

Approval Framework

Criterios de aprobación

05 PRODUCTION ECONOMICS

APLICACIÓN

Evalúa el coste por pieza aprobada y por nueva variante, incluyendo dirección, generación, revisión y retrabajo.

Compara alternativas con el mismo alcance de producción.

OUTPUT

Production Scorecard

Coste, tiempo y calidad

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Desacoplar la escala creativa del crecimiento de costes.

Un sistema creativo reutilizable permite distribuir la inversión en dirección entre múltiples piezas y reducir el trabajo adicional que exige cada variante. La oportunidad es ampliar la cobertura de campaña sin reproducir toda la carga operativa, concentrando el talento en el concepto, la diferenciación de marca y las decisiones de calidad.

IMPACTO DEL CASO

4 días

Spot de un minuto

Idea aprobada. Adaptaciones fuera del plazo.

+24%

Facturación de la categoría infantil

+9%

Encargos de la categoría infantil

Un spot en cuatro días.
Una oportunidad a tiempo.

Producción con IA para una oportunidad comercial.

Con septiembre como fecha de salida, la marca necesitaba mostrar a niños jugando, perdiendo o rompiendo sus gafas. La dirección creativa fue humana. La IA hizo viable la pieza sin rodaje con menores.

La historia conecta con una oferta de multiposesión: segunda gafa y una tercera extra durante un año.

+5 % niños atendidos	TV · digital · tiendas	Un antes y un después	Dirección humana
Ejercicio 2025–26	Adaptaciones por soporte	Este caso de éxito impulsó otra campaña con IA para la Fundación ALAIN AFFLELOU · 2026	Concepto con apoyo de IA

Datos facilitados por ALAIN AFFLELOU. Resultados de categoría del ejercicio 2025–26, sin atribución aislada a la campaña.

CASO 02

CONTEXTO

Producción audiovisual con IA: creación de un spot sin rodaje con menores y adaptación a distintos soportes.

TOOLS

Magnific · Nano Banana

ALAIN AFFLELOU
Óptica y audiología.

ALAINAFFLELOU

De la idea al spot. Del spot a cada canal.

Qué hace el equipo, qué produce la IA y qué deja preparado cada paso.

INPUT

Una oferta para los imprevistos infantiles

Segunda gafa y una tercera extra durante un año.

+ RETO DE PRODUCCIÓN

Mostrar aventuras con gafas reales, sin rodaje con menores y llegar a septiembre.

01 DEFINIR EL CONCEPTO CREATIVO

Convertir una realidad familiar en una historia que explique la oferta.

Equipo define · IA apoya

El equipo define, con apoyo de IA, el insight, el mensaje y la emoción: niños que pierden o rompen gafas en un himno a la aventura de crecer. El humor y la canción tranquilizan a las familias.

DECISIONES HUMANAS

- ✓ Historia y mensaje
- ✓ Emoción y tono
- ✓ Conexión con la multiposesión

OUTPUT

Concepto creativo que guía la producción.

02 CONSTRUIR EL UNIVERSO AUDIOVISUAL

Transformar el concepto en personajes, escenas y sonido.

Xiaolongbao dirige · IA genera

Con guion humano, el estudio dirige la creación en Magnific de escenas, locución, música, voces y gráficos. Cada personaje tiene una biografía que guía su personalidad, vestuario y peluquería.

PRODUCCIÓN CON IA

- ✓ Escenas y gráficos
- ✓ Personajes con identidad
- ✓ Canción, voz y efectos

OUTPUT

Material visual y sonoro de la campaña.

03 INTEGRAR EL PRODUCTO REAL

Incorporar las gafas de la marca de forma coherente en las escenas.

IA integra las monturas reales

La integración de Nano Banana permite introducir las monturas reales en el universo generado y mantener su diseño entre escenas. Resuelve cómo mostrar el producto dentro de la historia.

RETO DE MARCA

- ✓ Monturas reales
- ✓ Diseño reconocible
- ✓ Coherencia entre escenas

OUTPUT

Pieza con las gafas reales integradas.

04 ADAPTAR EL SPOT A CADA CANAL

Convertir la pieza original en versiones para los soportes de campaña.

Equipo adapta por canal

A partir de la pieza original, el equipo realiza adaptaciones para televisión, canales digitales y pantallas de tienda. La campaña despliega la misma idea en distintos formatos.

SOPORTES DE SALIDA

- ✓ Televisión
- ✓ Canales digitales
- ✓ Pantallas de tienda

OUTPUT

Adaptaciones de campaña por canal.

SPOT DE UN MINUTO EN CUATRO DÍAS · IDEA APROBADA · ADAPTACIONES FUERA DEL PLAZO.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

PRINCIPIO REPLICABLE

Convertir la dirección creativa en un sistema de referencias:
definir qué puede variar y qué debe permanecer consistente antes de extender la producción.

01 Creative Strategy

APLICACIÓN

El equipo define objetivo comercial, oferta y audiencia. Fija fecha de lanzamiento, canales, restricciones de producción y criterio de éxito. Convierte esas decisiones en el encargo que guiará el proceso.

OUTPUT

Creative Brief

Brief estratégico.

02 Dirección creativa

APLICACIÓN

El equipo conecta insight, historia y oferta, con apoyo de IA en la exploración. Define mensaje, emoción y guion; decide cómo música, voz y recursos visuales refuerzan la promesa comercial.

OUTPUT

Concepto creativo y guion

03 Visual Development

APLICACIÓN

El equipo fija biografía, apariencia y referencias del producto real. Define qué puede variar y qué debe mantenerse. La IA genera una escena piloto; el equipo comprueba continuidad y fidelidad.

OUTPUT

Character Bible + referencias de producto

Biblia de personajes y producto real.

04 Pipeline de producción

APLICACIÓN

El equipo dirige la IA en Magnific y Nano Banana para generar escenas e integrar el producto real. Selecciona y monta imagen y sonido; corrige desviaciones de producto, personajes y continuidad.

OUTPUT

Máster audiovisual

05 Adaptación multicanal

APLICACIÓN

El equipo define formato, duración, encuadre y sonido por canal. Adapta el máster preservando mensaje y producto. Entrega versiones con sus especificaciones y planifica su tiempo por separado.

OUTPUT

Delivery Package

Versiones y especificaciones por canal.

06 Measurement Framework

APLICACIÓN

El equipo separa eficiencia operativa, rendimiento de campaña y evolución comercial. Define KPI y registra tiempos y resultados. Formula qué quiere aprender, con qué prueba y qué decisión informará.

OUTPUT

Plan de medición + Learning Agenda

KPI, hipótesis y próximas pruebas.

Fuente: ALAIN AFFLELOU / Xiaolongbao Studios. Guía, reparto de tareas, escena piloto y plan de medición: elaboración editorial.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Gestiona time-to-market end-to-end.

Alinea decisiones creativas, producción y adaptaciones con la ventana comercial. Prioriza la IA donde reduzca el plazo hasta la activación: el valor diferencial está en convertir velocidad de ejecución en capacidad para capturar oportunidades de negocio a tiempo.

EL DOBLE DIGITAL EN PRODUCCIÓN

Horas

POR NUEVA SERIE DE IMÁGENES

Antes, una sesión llevaba días o semanas.

Decenas

DE VARIACIONES DE JULIA

Nuevos vestuarios y escenarios sin repetir el rodaje.

Desde 3 días

PARA CREAR EL DOBLE DIGITAL

Preparación, entrenamiento y validación inicial.

KAUAI · DOBLE DIGITAL

Un doble digital.
Un actor disponible siempre.

Un doble digital amplía la capacidad de producción de marca con nuevos vestuarios, expresiones y escenarios.

Kauai convierte la imagen de Julia en un activo creativo reutilizable. A partir de fotografías reales, prepara un doble digital para generar nuevos vestuarios, expresiones y escenarios.

El equipo dirige la creación, revisa el parecido y retoca las imágenes seleccionadas. Marketing gana capacidad para renovar contenido con menor dependencia de agendas y producción física.

ANTES	NECESIDAD	CON IA
Cada nueva situación exigía coordinar agenda, localización, equipo y desplazamientos.	Producir variedad con una misma persona reconocible y coherente con la marca.	Reutilizar el doble para generar nuevas escenas bajo dirección y revisión humanas.

kauai®

Preparar la identidad. Multiplicar las escenas.

Cómo preparar una identidad reutilizable y convertirla en imágenes bajo dirección creativa humana.

INPUT

Fotografías de Julia

Referencias variadas para aprender sus rasgos y su apariencia. La calidad del material condiciona la fidelidad del doble.

01 CURATE THE REFERENCES

EQUIPO · SELECCIÓN DEL MATERIAL

El equipo reúne y selecciona fotografías que muestran a Julia en distintas tomas. Construye una base visual representativa de la persona para que el aprendizaje no dependa de una sola imagen o situación.

OUTPUT

REFERENCE SET

Fotografías seleccionadas para preparar el doble.

02 TRAIN THE DIGITAL DOUBLE

EQUIPO + IA · ENTRENAMIENTO

El equipo utiliza las referencias para entrenar a la IA en los rasgos y la apariencia de Julia. El objetivo es recrearla de forma reconocible cuando cambien el vestuario, la expresión o el entorno.

OUTPUT

DIGITAL DOUBLE

Identidad preparada para generar nuevas escenas.

03 CREATIVE DIRECTION & GENERATION

EQUIPO + IA · PRODUCCIÓN

El equipo define escenario, vestuario, expresión y pose: por ejemplo, playa al atardecer o traje en una oficina. La IA genera propuestas utilizando el doble como referencia de identidad, sin repetir la sesión para cada alternativa.

OUTPUT

CREATIVE VARIATIONS

Propuestas visuales para revisión.

04 RETOUCH & SELECT

EQUIPO · CONTROL DE CALIDAD

El equipo revisa el parecido y la coherencia de marca, corrige mediante retoque y selecciona las imágenes apropiadas. Su criterio determina qué propuestas pueden utilizarse y cuáles necesitan nuevos ajustes.

OUTPUT

APPROVED ASSETS

Selección final de imágenes revisadas y retocadas.

kauai®

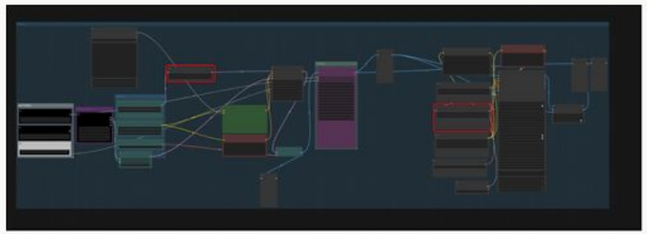
Una identidad. Nuevas escenas.

01 · REFERENCIAS REALES





02 · PROCESO DE GENERACIÓN



03 · REFERENCIA Y DOBLE DIGITAL

REFERENCIA



DOBLE DIGITAL



REFERENCIA



DOBLE DIGITAL



La IA permite ampliar la producción de contenido con una misma identidad, reduciendo la dependencia de agendas y sesiones fotográficas.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Creative Mandate

APLICACIÓN

Elige una persona y una necesidad de contenido. Define qué imágenes necesitas, para qué canales y qué debe permanecer reconocible aunque cambie el escenario.

OUTPUT

Creative Brief

Objetivo, canales, escenas y criterios de marca.

02 Identity Foundation

APLICACIÓN

Reúne fotografías variadas y de calidad. Acuerda con la persona los usos de su doble digital y asigna quién autorizará las imágenes finales.

OUTPUT

Identity Dataset

Referencias seleccionadas y alcance de uso acordado.

03 Identity Validation

APLICACIÓN

Prepara el doble y prueba tres escenas con cambios de vestuario, expresión o entorno. Comprueba si mantiene la identidad antes de ampliar la producción.

OUTPUT

Identity Test Set

Tres escenas para validar identidad y consistencia.

04 Creative Governance

APLICACIÓN

Asigna un responsable de revisar parecido, expresión, luz y coherencia de marca. Decide qué imágenes se aceptan, cuáles requieren retoque y cuáles deben regenerarse.

OUTPUT

Approval Matrix

Criterios de aceptación y responsables de aprobación.

05 Production Economics

APLICACIÓN

Compara tiempo y coste por imagen aprobada frente a una sesión convencional. Incluye preparación del doble, generación, revisión y retoque para evaluar el proceso completo.

OUTPUT

Production Scorecard

Tiempo, coste por imagen aprobada y volumen.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El valor del doble digital se acumula con cada nueva producción.

La preparación inicial crea una base reutilizable. Su valor depende de cuántas piezas aprobadas permite producir y de cuánto reduce el esfuerzo total, incluida la dirección, la revisión y el retoque.

ALCANCE Y CAPACIDAD OPERATIVA

5 **Mercados**

Un mismo sistema de marca.

5 **Idiomas**

Solo salen cifras aprobadas.

Autonomía

Para el equipo de Ventas

Propuestas sin esperar a Marketing.

Shakers

From Brand Guide to Operating System

Shakers convirtió su criterio de marca en skills de IA. Ahora Ventas crea propuestas on-brand, en cinco idiomas, sin depender de Marketing para cada entrega.

Marketing codifica diseño, tono, datos oficiales e idiomas en Claude Skills. Ventas aporta el contexto comercial y genera propuestas, fichas de talento y otros materiales con plantillas reutilizables. Las cifras no aprobadas no salen; el equipo valida y envía.

ANTES

Cada propuesta requería trasladar y aplicar el criterio de marca con intervención de Marketing.

UN MISMO CRITERIO, DISTINTOS MATERIALES

Propuestas comerciales · Fichas de talento
Notas de prensa · Presentaciones para eventos

Del criterio de marca a la autonomía comercial.

Un sistema de skills convierte el contexto de cada oportunidad en materiales listos para revisar y enviar.

INPUT

Criterio de marca, datos aprobados, plantillas y contexto comercial.

OUTPUT

Materiales on-brand, personalizados por decisor y en cinco idiomas.

01 CODIFY THE CRITERIA

Convertir el criterio de marca en instrucciones reutilizables.

Marketing codifica el criterio

Marketing traslada el manual de marca a Claude Skills: diseño, tono, datos oficiales y boilerplate.

Skills: Brand · Voice · Facts · Language.

OUTPUT

Brand Skills

02 BUILD ASSET SYSTEMS

Crear formatos para las necesidades comerciales recurrentes.

Equipo + IA crean plantillas

Una plantilla para cada necesidad recurrente.

Propuestas comerciales con business case.
Fichas de talento.
Notas de prensa.
Presentaciones para eventos.

OUTPUT

Asset Templates

03 ADD BUSINESS CONTEXT

Ajustar cada material al interlocutor y a la oportunidad.

Ventas aporta el contexto

El comercial solo aporta el contexto de la oportunidad.

Ejemplo de input:
Propuesta para el CTO de un banco en Italia.

OUTPUT

Commercial Brief

04 GENERATE + REVIEW

Producir materiales coherentes con la marca.

IA genera y comprueba

Claude genera el asset y lo revisa contra la marca. Las cifras no aprobadas no salen.

Comprobaciones:
Identidad visual.
Tono e idioma.
Cifras aprobadas.

OUTPUT

Reviewed Asset

05 HUMAN DECISION + LEARNING LOOP

Incorporar las correcciones al sistema de trabajo.

Equipo valida y mejora

Ventas valida y envía. Si un error se repite, Marketing corrige la skill y la mejora llega a todo el equipo.

OUTPUT

Updated Skill Library

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Use Case Prioritization

APLICACIÓN

Selecciona una entrega recurrente con volumen suficiente y criterios de calidad estables.

Delimita el primer caso por tipo de pieza, equipo y necesidad comercial.

OUTPUT

Use Case Brief

02 Knowledge Codification

APLICACIÓN

Haz explícitas las decisiones que toma el experto: qué acepta, qué descarta y qué cambia según el cliente.

Incorpora ejemplos y contraejemplos para convertir criterio tácito en instrucciones utilizables.

OUTPUT

Expert Knowledge Base

03 Context Architecture

APLICACIÓN

Separa identidad, tono, datos y reglas de marca del contexto de cada oportunidad: interlocutor, mercado, idioma y objetivo.

Asigna responsables de mantener ambos niveles.

OUTPUT

Context Specification

04 Modular Skill Design

APLICACIÓN

Organiza el conocimiento en componentes reutilizables por función.

Define qué aporta cada skill y cómo se combina con las demás para producir distintos materiales.

OUTPUT

Skill Library

05 Quality Assurance

APLICACIÓN

Establece criterios de aceptación para marca, contenido, cifras y contexto comercial.

Distingue las comprobaciones automáticas de las decisiones que requieren revisión del equipo.

OUTPUT

Quality Standards & Test Set

06 Continuous Improvement

APLICACIÓN

Registra las correcciones y distingue errores puntuales de fallos recurrentes.

Actualiza la fuente, la plantilla o la skill correspondiente y comprueba la mejora en nuevas ejecuciones.

OUTPUT

Improvement Backlog

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El criterio de marca se convierte en una capacidad distribuida.

Marketing puede ampliar su influencia al codificar las decisiones que aseguran calidad y coherencia. Ventas gana autonomía para personalizar materiales, mientras Marketing gobierna los estándares y mejora el sistema que utiliza toda la organización.

RESULTADO COMERCIAL DE LA CAMPAÑA

15

hot leads generados

Contactos de alto interés comercial para Cabify Ads.

DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

+225.000

impresiones en medios especializados

QUÉ HACE LA IA

Suno genera y edita versiones; Producer varía pistas de forma controlada; ElevenLabs apoya ajustes de voz. El equipo dirige, selecciona y corrige el audio: la generación requiere producción y acabado humanos.

Convertir datos fríos en emociones con música e IA.

«A Solas» · UNREALITY para Cabify.

Cabify Ads es el producto publicitario de Cabify: conecta a marcas con pasajeros durante sus viajes. UNREALITY crea «A Solas» para hacer sentir sus beneficios técnicos y captar el interés de marcas y agencias.

La música hace sentir el 100% Share of Voice, hasta dos minutos de atención y el Brand Safety sin cambiar cómo se nombran. El equipo crea la idea, la letra y la melodía; la IA amplía su ejecución musical y visual.

EL RETO Hacer sentir el beneficio sin cambiar ni una palabra.

LA IDEA MARCA LA DIRECCIÓN. LA IA AMPLÍA LO QUE PUEDE CREARSE.

TOOLS

LLM: Claude y ChatGPT · Música: Suno, ElevenLabs y Producer de Google · Imagen/vídeo: Midjourney, Nano Banana 2, Seedream, Firefly y Kling · Diseño: Adobe Illustrator, Lightroom y Photoshop · DAW: Logic Pro · Audio: Adobe Audition.

PRODUCTO DE CABIFY
cabify ads | Unreality

De los beneficios a las canciones.

Dirección creativa, composición y producción híbrida para hacer sentir los beneficios de Cabify Ads.

INPUT	100% Share of Voice, hasta dos minutos de atención y Brand Safety: los beneficios se nombran literalmente.	OUTPUT	Tres canciones completas, con artistas ficticios, identidades visuales e historias propias.

DIRECCIÓN CREATIVA HUMANA

Dos condiciones: nombrar el beneficio tal cual y contar historias de estar «a solas».

01 Definir la dirección creativa

Equipo define

El equipo elige el género que mejor expresa el beneficio. Explora tango o bolero, pero busca un pop real y cantable, lejos del cliché publicitario. El relato: estar «a solas», no historias de amor.

02 Componer la base original

Equipo compone

El equipo escribe letras y estribillos, y compone una melodía sencilla. La estructura pop (verse, pre-chorus, chorus) orienta y controla la IA. La base humana evita la composición automática.

03 Generar versiones dirigidas

IA genera · Equipo selecciona

El prompt combina dirección musical y estilo: guía y deja espacio a la IA. El equipo afina las voces para evitar un sonido genérico; genera y selecciona versiones por su intención creativa.

04 Refinar las pistas seleccionadas

Equipo refina con IA

El equipo crea covers y variantes, separa el material en pistas e itera por voces e instrumentos. En estudio genera segmentos, ajusta arreglos y corrige errores sobre la versión elegida.

05 Producir el máster final

Equipo produce

De 50 a 100 pistas seleccionadas pasan a Logic Pro. El equipo recorta y combina el material en una edición creativa. Después completa la producción, mezcla y masterización de la canción.

06 Construir el universo narrativo

Equipo crea con IA

El equipo desarrolla con IA al artista ficticio: nombre, personalidad, identidad visual, portadas e historia. La canción gana un universo propio, que puede continuar con nuevos temas y contenidos.

TRES BENEFICIOS. TRES UNIVERSOS MUSICALES.



BACHATA

100 % de share of voice

El Share Of Voice Total

Bailar muy juntos y no ver a nadie: hacer sentir el 100% Share of Voice.



CHANSON DE LOS 70

Hasta 2 minutos de atención

Dos Minutos de Verdad

Dos minutos frente a dos segundos: descaro y seducción respetuosa.



POP

Brand safety

Me Gusta que me Vean Contigo

Un selfie con alguien inesperado: Brand Safety en una historia pop y bailable.

EL CRITERIO HUMANO DA DIRECCIÓN. LA IA AMPLÍA LAS POSIBILIDADES CREATIVAS.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Fijar el objetivo y los mensajes

APLICACIÓN

Fijar audiencia, objetivo comercial y beneficios literales. Mantener esas palabras en la letra y acordar cómo medir el resultado de campaña.

OUTPUT

Brief

con objetivo, audiencia y mensajes aprobados.

02

Definir el territorio creativo

APLICACIÓN

Elegir el género por su capacidad de hacer sentir el beneficio. Explorar alternativas y fijar tono, emoción y límites narrativos antes de generar.

OUTPUT

Creative direction

por beneficio y pieza.

03

Aportar material original

APLICACIÓN

Escribir estribillos y letras con estructura pop. Componer una melodía sencilla que exprese la intención y permita dirigir y controlar la IA.

OUTPUT

Base musical y narrativa

que guía la generación.

04

Iterar con criterio musical

APLICACIÓN

Combinar dirección musical y estilo en el prompt. Afinar las voces, seleccionar versiones e iterar por pistas sobre lo que funciona. Corregir los pasajes concretos.

OUTPUT

Selección de pistas

y decisiones de revisión.

05

Finalizar y dar continuidad

APLICACIÓN

Editar creativamente el material en Logic Pro; completar arreglos, mezcla y máster. Dar a cada artista una identidad visual y narrativa coherente.

OUTPUT

Máster y universo creativo

listos para activar.

06

Conectar activación y resultados

APLICACIÓN

Definir cómo cada canal lleva al contacto comercial. Medir alcance, clics y leads en un periodo común. Acordar qué significa conversión y qué cualifica un hot lead.

OUTPUT

Plan de activación

y medición de la demanda.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Haz de la propuesta de valor un activo de marca.

La oportunidad está en convertir argumentos técnicos en experiencias que despierten interés comercial. Conserva el beneficio literal y utiliza la IA para ampliar su expresión musical y visual. Un universo creativo propio permite dar continuidad a la campaña; conectar su activación con leads cualificados permite evaluar su contribución al negocio.

PRODUCCIÓN DEL MISMO LOTE

≈200

Adaptaciones para redes sociales

Variantes por ciudad y formato de un contenido mensual.

5–6 h

Producción manual estimada

Referencia de Kike para elaborar el lote.

15–20 min

Ejecución del workflow

Configuración inicial: 30–45 min.
Revisión humana adicional.

Tiempos estimados facilitados por Update.

Update

Más contenido local.
Menos producción manual.

Un workflow de producción adapta el contenido mensual de una cadena de ITV a cada ciudad y formato.

Cada mes, una cadena de ITV publica recordatorios sobre las matrículas que deben pasar la inspección. Update automatiza unas 200 adaptaciones gráficas mediante un workflow de Magnific, bajo unas directrices creativas comunes.

El sistema organiza las variables y compone textos y logos mediante un nodo de diseño para producir el lote en distintos formatos.

ANTES

Las pequeñas adaptaciones se encargaban a un proveedor y acumulaban tiempos de comunicación y producción.

CASO 34

CONTEXTO

Producción recurrente de contenido local: un mensaje mensual se adapta a distintas ciudades y formatos mediante un workflow de Magnific.

TOOLS

Magnific

Diseño gráfico, web y audiovisual.

Del contenido mensual a cada ciudad y formato.

Qué define el equipo, qué automatiza el sistema y qué se comprueba antes de utilizar las piezas.

INPUT	OUTPUT
Contenido del mes + ciudades + formatos de publicación.	Lote de adaptaciones locales preparado para revisión.

01 DEFINIR LAS VARIABLES

Traducir el encargo en una matriz de producción.

Equipo define

El equipo concreta el mensaje mensual, las ciudades y los formatos necesarios. Determina qué elementos se mantienen y cuáles deben cambiar en cada pieza.

MENSAJE DEFINIDO POR EL EQUIPO

El workflow no decide qué vehículos deben pasar la ITV.

OUTPUT

Contenido y variables definidos

02 CONFIGURAR EL FLUJO

Convertir las directrices creativas en reglas de ejecución.

Equipo configura

Update conecta las entradas y las operaciones mediante nodos de Magnific. Configura las reglas de composición para reutilizar el flujo cuando cambian los datos del mes.

REGLAS REUTILIZABLES

Las variables cambian dentro de una dirección creativa común.

OUTPUT

Workflow preparado

03 PRODUCIR LAS ADAPTACIONES

Ejecutar el lote con una composición consistente.

Sistema compone

El nodo de diseño automatiza la colocación de textos y logos. El workflow produce las variantes por ciudad y formato: unas 200 adaptaciones de un mismo contenido mensual.

AUTOMATIZACIÓN DE DISEÑO

La composición de textos y logos no se atribuye a generación con IA.

OUTPUT

Lote de piezas locales

04 COMPROBAR LAS PIEZAS

Revisar el resultado antes de utilizarlo.

Equipo comprueba

Kike sitúa la comprobación en el equipo. La revisión permite detectar incidencias en el resultado del lote antes de su uso.

APLICACIÓN AL NEGOCIO

La Guide concreta cómo definir responsables y criterios de aceptación.

OUTPUT

Piezas revisadas

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 CONTENT OPERATIONS

APLICACIÓN

Identifica una familia de contenido recurrente y cruza mensajes, ciudades y formatos.

Prioriza las combinaciones que realmente se publican para dimensionar el lote.

OUTPUT

Production Matrix

02 MODULAR CONTENT DESIGN

APLICACIÓN

Separa los elementos de marca que deben permanecer estables de los campos que cambian.

Define una referencia aprobada y las reglas de composición de cada formato.

OUTPUT

Content Specification

03 WORKFLOW ORCHESTRATION

APLICACIÓN

Conecta las entradas con las operaciones de producción.

Prueba combinaciones representativas y resuelve las excepciones antes de ejecutar el lote completo.

OUTPUT

Validated Workflow

04 QUALITY ASSURANCE

APLICACIÓN

Define los controles de texto, ciudad, formato y legibilidad.

Establece el responsable de revisión y el recorrido de las correcciones.

OUTPUT

Acceptance Criteria

05 PRODUCTION ECONOMICS

APLICACIÓN

Mide el coste y el tiempo por pieza aprobada, incluyendo preparación, ejecución, revisión y retrabajo.

Evalúa cuánto se amortiza la configuración al reutilizar el flujo.

OUTPUT

Production Scorecard

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convertir la dirección creativa en capacidad de producción reutilizable.

Al incorporar las reglas de diseño a un flujo, cada nueva combinación de ciudad y formato puede aprovechar una configuración existente. Esto permite ampliar la cobertura local y concentrar el trabajo profesional en el concepto, las excepciones y la calidad final.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

≤8 h/semana

Gestión del mismo contenido

Frente a casi toda una jornada.

+40

Entrevistas convertidas en contenido

En directo durante un evento.

Mismo equipo

Más canales

Blog, LinkedIn, X y YouTube con publicación continua.

Orbitant

From Internal Knowledge to Content Operating System

Un sistema editorial que captura conocimiento interno y lo convierte en contenido multicanal, sin depender de que Marketing esté en cada conversación.

Orbitant convirtió el conocimiento que ya existe dentro de la organización en un sistema capaz de detectarlo, transformarlo en contenido y llevarlo hasta revisión sin depender de que Marketing esté presente en cada conversación.

ANTES

El contenido dependía de que Marketing estuviera presente en las conversaciones donde se generaba el conocimiento.

MERCURIA · AGENTE INTERNO DE MARKETING

Captura conocimiento del equipo, coordina la producción de contenidos y los lleva a revisión antes de publicar.

ORBITANT

DEL CONOCIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN A UNA OPERACIÓN CONTINUA DE CONTENIDOS.

Mercuria conecta captura, orquestación y producción por canal con revisión y autorización antes de publicar.

INPUT	OUTPUT
Conocimiento de sesiones, reuniones, entrevistas, demos y canales internos.	Contenido adaptado por canal, revisado y autorizado para publicar.

01 CAPTURE THE KNOWLEDGE

IA + captura de conocimiento

Mercuria vive donde ya trabaja el equipo. Captura contenido relevante de sesiones de formación, charlas y conferencias, entrevistas en eventos, demos, all-hands y canales internos.

Fuentes: Slack, Zoom, Granola, Notion y Drive.

OUTPUT

Knowledge Capture

Conocimiento disponible para producir contenido.

02 TRIGGER THE AGENT

Equipo + activación · IA + ejecución

Arranca de forma reactiva o proactiva. Reactiva: @Mercuria en Slack → planificación en Notion → grabación o transcript → generación de contenido.

Proactiva: calendario o tarea programada y detección de eventos externos.

OUTPUT

Content Request

Petición directa o activación programada.

03 ORCHESTRATE THE SOURCES

IA + orquestación · Tools

Un primer modelo decide las herramientas y el orden: búsqueda de recursos, consultas en BBDD, Notion y herramientas externas, búsquedas web y revisión de borradores.

Petición → herramientas y orden → ejecución. Originales referenciados, no copiados.

OUTPUT

Source Plan

Fuentes y secuencia de ejecución.

04 WRITE FOR EACH CHANNEL

IA + producción · Skills

Un segundo modelo se dedica solo a escribir. Aplica el tono definido y Skills por canal: blog, LinkedIn, newsletter, X y YouTube.

Genera un prompt de imagen y tres variantes. Producción multilingüe respetando el tono.

OUTPUT

Channel Drafts

Borradores adaptados a cada canal.

05 HUMAN REVIEW + FEEDBACK

Equipo + revisión · IA + iteración

El borrador vuelve al responsable: draft en Notion → aviso por Slack → edición de la persona → correcciones que vuelven al agente.

Ningún borrador cambia de estado sin pasar por una persona.

OUTPUT

Reviewed Content

Contenido revisado y feedback integrado.

06 HUMAN APPROVAL + PUBLISH

Equipo + aprobación · Policy

Solo escribe donde tiene permisos; resto de servicios, solo lectura. Canales y sitios en allowlist, límites de gasto e inferencia local. Policy check antes de cada acción externa.

Validación determinista; memoria con aprobación humana; knowledge versions y auto-evals.

OUTPUT

Approved Publication

Solo se publica contenido aprobado.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Embed the Agent in the Flow of Work

APLICACIÓN

Integra la captura en los espacios donde se genera conocimiento. Define qué conversaciones, documentos y eventos tienen valor editorial y cómo llegan al sistema sin añadir una nueva rutina al equipo.

OUTPUT

Knowledge Capture Map

Fuentes, señales y puntos de captura.

02

Separate Orchestration from Execution

APLICACIÓN

Separa la selección de fuentes y herramientas de la producción del contenido. Define qué recibe y entrega cada componente para poder mejorar el sistema sin reconstruir todo el flujo.

OUTPUT

Agent Architecture

Componentes, funciones e interfaces.

03

Codify Editorial Expertise into Skills

APLICACIÓN

Convierte tono, estructura y criterios de canal en instrucciones reutilizables. Mantén una base de conocimiento común y adapta su expresión a cada formato, audiencia e idioma.

OUTPUT

Editorial Skills Library

Criterios reutilizables por canal.

04

Govern Actions, Not Just Outputs

APLICACIÓN

Establece permisos, destinos autorizados y puntos de aprobación para cada acción externa. La revisión del texto y la autorización para publicarlo deben quedar resueltas dentro del proceso.

OUTPUT

Action & Approval Policy

Permisos, destinos y aprobaciones.

05

Make the Knowledge Layer Portable

APLICACIÓN

Conserva conocimiento, reglas editoriales e instrucciones en formatos independientes del modelo. Separa esta base de los conectores para cambiar de tecnología sin perder el aprendizaje acumulado.

OUTPUT

Portable Knowledge Architecture

Conocimiento e instrucciones portables.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El conocimiento interno se convierte en una capacidad de distribución.

La organización puede ampliar su presencia editorial al conectar el conocimiento que ya produce con un sistema capaz de capturarlo, transformarlo y llevarlo a publicación. El activo acumulativo está en las fuentes, las instrucciones y el criterio editorial que permanecen aunque cambie la tecnología.

PRODUCTIVIDAD Y CAPACIDAD EDITORIAL

60 %

Menos tiempo de desarrollo

Reducción aproximada en el desarrollo de la serie de LinkedIn Live.

FORMATO REUTILIZABLE

3 sesiones

De 15 minutos.

La IA acelera la ideación, el contenido y el plan de promoción.

Nokia

Convertir conocimiento experto en influencia comercial.

IA para desarrollar una serie de LinkedIn Live alineada con las prioridades de ventas.

Nokia utiliza NokiaGPT para transformar prioridades comerciales en «Telecom Unplugged», una serie de LinkedIn Live para ejecutivos del sector telecom. Marketing define el brief; la IA estructura la serie y su promoción. Los ponentes validan los contenidos antes de su difusión.

EL RETO

Menos eventos en verano y fatiga de webinars: tres sesiones breves para mantener la relevancia ante sus clientes.

De las prioridades de negocio a una serie de contenido ejecutivo.

Un mismo brief conecta temas, sesiones y promoción para dar coherencia a toda la serie y reducir el trabajo de desarrollo.

INPUT	OUTPUT
Prioridades de ventas + Executive Content Brief.	Serie validada + Organic Activation Plan.

01 Definir el foco comercial

Ventas prioriza · Marketing define

Ventas prioriza analítica, observabilidad y redes programables. Marketing define una serie para ejecutivos de telecom: tres sesiones breves para mantener la relevancia de Nokia en verano.

Marketing decide el formato; ventas, la relevancia comercial.

OUTPUT

Executive Content Brief

Audiencia, objetivo, temas y formato.

02 Desarrollar la propuesta

Marketing dirige · IA estructura

Marketing concreta audiencia, objetivo, formato y entregables en el prompt. NokiaGPT genera la arquitectura de la serie y las fichas por sesión: títulos, resúmenes, aprendizajes y puntos de discusión.

Equilibrar visión estratégica, rigor técnico y claridad ejecutiva.

OUTPUT

Series Framework

Narrativa común y ficha por sesión.

03 Validar el rigor técnico

Ponentes contrastan · Marketing integra

Marketing revisa los resúmenes y puntos de discusión con cada ponente. El experto comprueba la precisión técnica; marketing incorpora su feedback antes de preparar la difusión.

Cada ponente responde por la precisión técnica de su sesión.

OUTPUT

Contenido validado

Resúmenes y puntos de discusión revisados.

04 Preparar la difusión

IA propone · Marketing activa

La IA propone un plan de promoción orgánica. Marketing prepara emails en Marketo y posts para una audiencia regional.

OUTPUT

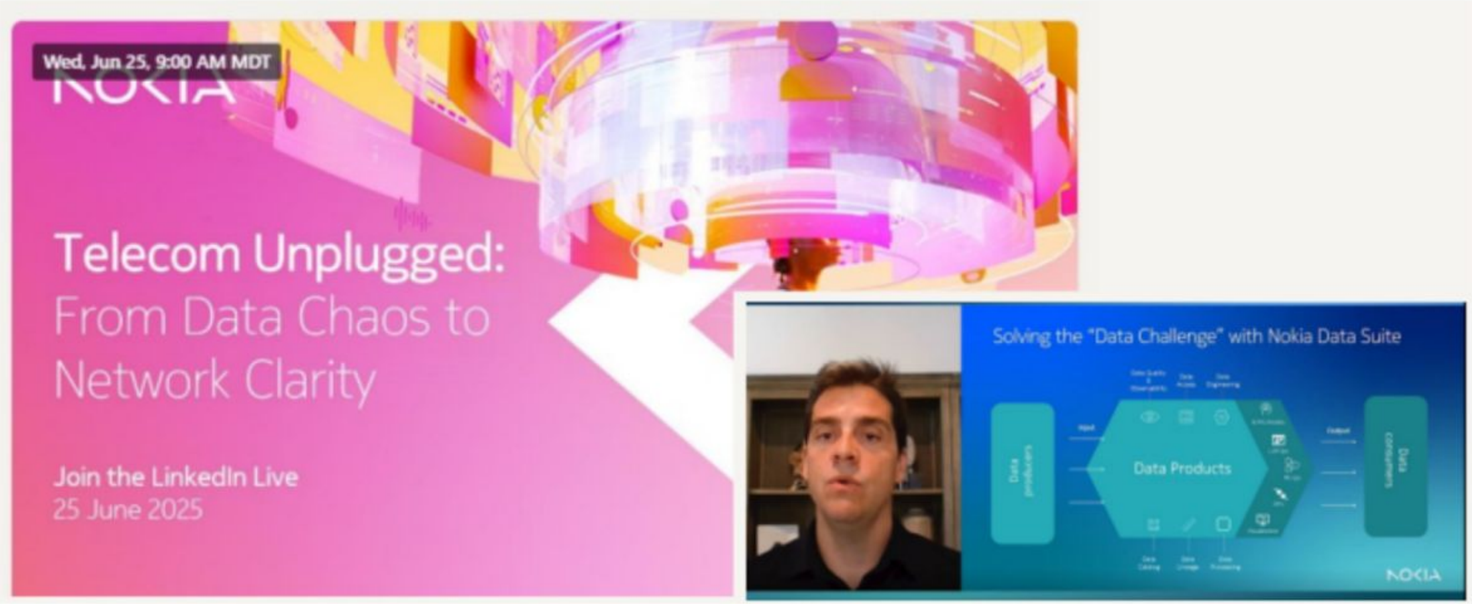
Organic Activation Plan

Emails y posts para la serie.

Telecom Unplugged: del brief a la activación.

Una serie ejecutiva de LinkedIn Live desarrollada a partir de prioridades comerciales.

PIEZAS DEL CASO



Invitación a la serie y ejemplo de sesión. Visuales del documento original de Nokia.

BRIEF PARA NokiaGPT

OBJETIVO

Mantener a Nokia presente ante sus clientes durante el verano.

AUDIENCIA Y FORMATO

Ejecutivos de telecom. Tres sesiones de 15 minutos, de junio a agosto.

TEMAS DE VENTAS

Analítica, observabilidad y redes programables.

CRITERIO EDITORIAL

Visión estratégica, relevancia técnica y claridad.

ENTREGABLES

Título, resumen, aprendizajes clave y puntos de discusión por sesión.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Commercial–Editorial Alignment

APLICACIÓN

Traduce las prioridades de ventas en una propuesta editorial relevante para la audiencia. Define qué problema de negocio abordar, qué perspectiva aportar y qué conversación comercial se pretende abrir.

OUTPUT

Executive Content Brief

Prioridad, audiencia y propuesta de valor.

02

Series Architecture

APLICACIÓN

Diseña una narrativa común y una función específica para cada sesión. Dirige a la IA con el nivel técnico, los aprendizajes esperados y los entregables para desarrollar una serie coherente y reutilizable.

OUTPUT

Series Framework

Narrativa y estructura por sesión.

03

Expert Editorial Assurance

APLICACIÓN

Establece la revisión experta de afirmaciones, ejemplos y puntos de discusión. Contrasta precisión técnica, relevancia para el decisor y claridad ejecutiva; incorpora las correcciones antes de activar la difusión.

OUTPUT

Validated Content Pack

Contenido contrastado por los ponentes.

04

Audience Activation Strategy

APLICACIÓN

Convierte el contenido validado en una propuesta de participación por sesión. Articula los argumentos de invitación, adapta emails y publicaciones al contexto regional y coordina su secuencia de activación.

OUTPUT

Audience Activation Plan

Mensajes, canales y calendario.

05

Performance & Reusability

APLICACIÓN

Evalúa por separado eficiencia de desarrollo, respuesta de la audiencia y conversaciones comerciales. Identifica qué estructura, instrucciones y materiales pueden reutilizarse ante nuevas prioridades de ventas.

OUTPUT

Series Performance Review

Resultados y componentes reutilizables.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Construye una capacidad editorial conectada con la agenda comercial.

Traducir las prioridades de ventas en briefs, estructuras de contenido y criterios de revisión permite desarrollar nuevas series con mayor consistencia. La IA acelera esa capacidad; el conocimiento comercial y experto determina su relevancia. El valor acumulativo reside en reutilizar el sistema editorial para responder a distintas audiencias y oportunidades de negocio.

CAPACIDAD Y CRECIMIENTO

COSTE EVITADO Y AUDIENCIA DEL CASO

+2.000 €

Coste de edición evitado al mes

Estimación de Eric: presupuestos de 50–300 €/vídeo y dos publicaciones semanales.

+10.000

Suscriptores en menos de un mes

Canal de YouTube de Eric. Publicación de dos vídeos por semana.

+300.000

Visualizaciones en un vídeo

Otros vídeos superan las 85.000 visualizaciones. El canal ya genera captación.

Un solo experto. La capacidad de todo un equipo.

ONE-PERSON MARKETING

Eric convierte su criterio de edición en un sistema de IA que transforma grabaciones en vídeos, podcasts, anuncios y publicaciones para redes. Una sola persona lleva el marketing de Executive Lab.

El experto aporta el conocimiento, supervisa la calidad y elige qué publicar. El sistema asume la producción y ayuda a analizar resultados y generar nuevas ideas.

EL RETO

Sostener contenido y captación con una sola persona.

CASO 10

CONTEXTO

Convertir criterio experto en capacidad de producción multiformato, con supervisión humana y aprendizaje sobre el rendimiento del contenido.

TOOLS

Claude Code
FFmpeg
Codex
Whisper
Remotion
rsc-harness

Eric Risco

AI Tech Lead @ Andorra Telecom

Un criterio. Una fábrica de contenidos.

El conocimiento se graba una vez. El sistema lo convierte en piezas para varios canales.

INPUT	Grabaciones en bruto, incluso multicámara, y criterios de edición documentados.	OUTPUT	Vídeos, podcasts, anuncios y contenido social, con selección y supervisión del experto.
SISTEMA PROPIO	Monorepo: construido y mantenido con rsc-harness, un meta-arnés para Claude Code o Codex.		
CLAVE OPERATIVA	Iteración previa para incorporar criterio. Supervisión humana para mantener el estándar.		

BASE DEL SISTEMA

CICLO DE PRODUCCIÓN Y ACTIVACIÓN

MEJORA CONTINUA

01 DOCUMENTAR EL CRITERIO

Experto · Define el criterio

Parte de vídeos de youtubers como referencia de edición. Mediante prueba y error documenta su forma de editar: contenido muy didáctico y retención como criterio prioritario.

OUTPUT

Criterio propio incorporado al sistema.

02 GRABAR EL CONOCIMIENTO

Experto · Aporta conocimiento

Graba con naturalidad, a cámara y micro abiertos, incluso con varias cámaras. Entrega el material sin recortar. La experiencia y el conocimiento del experto alimentan el contenido original.

OUTPUT

Grabación en bruto como fuente de contenido.

03 SELECCIONAR Y EDITAR

IA · Selecciona y edita

Whisper transcribe para cortar por contenido. Claude Code dirige la edición según el criterio documentado: FFmpeg ejecuta los recortes y Remotion añade esquemas y animación.

OUTPUT

Vídeo sin silencios y fragmentos seleccionados.

04 MULTIPLICAR FORMATOS

IA · Adapta formatos

A partir del mismo crudo, genera el vídeo del canal, el podcast de Executive Lab, anuncios y publicaciones. Una única fuente alimenta las distintas necesidades de contenido del marketing.

OUTPUT

Piezas adaptadas a cada formato y canal.

05 SUPERVISAR Y ACTIVAR

Experto valida · IA apoya la activación

El experto revisa la calidad, descarta las ediciones que no le convencen y selecciona las mejores piezas. La IA también apoya la gestión de redes y anuncios. El contenido activa la captación.

OUTPUT

Contenido seleccionado y listo para su difusión.

06 MEDIR Y REORIENTAR

IA analiza · Experto ajusta

El sistema ayuda a analizar las métricas del canal y a generar nuevas ideas. La retención es la métrica principal. El experto supervisa los resultados y afina su criterio de edición.

OUTPUT

Métricas, nuevas ideas y criterio afinado.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Expertise Codification

APLICACIÓN

Codifica el criterio del experto: enfoque, ritmo, tono y retención. Conecta ejemplos aprobados y descartados con reglas que el sistema pueda reutilizar.

OUTPUT

Editorial Playbook

Criterios, referencias y reglas de descarte.

02 Source-to-Asset Workflow

APLICACIÓN

Diseña la captura de conocimiento y conecta transcripción, edición y adaptación. Define qué formatos debe producir cada grabación y qué calidad exige cada canal.

OUTPUT

Content Production Map

Fuente original, formatos y especificaciones.

03 Editorial Quality Gate

APLICACIÓN

Fija los puntos de revisión y quién decide publicar. Contrasta fidelidad al conocimiento original, claridad y calidad; registra correcciones para afinar el criterio.

OUTPUT

Review & Approval Rules

Responsable, checklist y revisión de errores.

04 Content-to-Demand

APLICACIÓN

Asigna a cada pieza una audiencia, un canal y una siguiente acción. Conecta la distribución con una vía medible de captación para distinguir alcance de oportunidad comercial.

OUTPUT

Activation Matrix

Pieza, audiencia, canal y conversión.

05 Performance Learning

APLICACIÓN

Compara tiempo y retrabajo con la situación inicial. Revisa retención, audiencia y captación; utiliza las señales para actualizar las reglas de edición y los próximos contenidos.

OUTPUT

Learning Scorecard

Capacidad liberada, resultados y decisiones.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte criterio experto en apalancamiento operativo.

El conocimiento propio puede alimentar múltiples formatos sin multiplicar en la misma proporción la dedicación del experto. El valor económico depende de la capacidad liberada, el coste de supervisión y la captación que esa producción sostiene. Codificar el estándar permite reutilizarlo; medir el rendimiento permite mejorarlo.

IMPACTO DEL WORKFLOW

20 h/mes

Ahorro estimado del equipo

32 h → 12 h de dedicación humana.

2,5× → 3,4×

Crecimiento en ROAS

Retorno de la inversión publicitaria.

Agentic Creative

Escalar la capacidad creativa con un agente inteligente.

Un agente analiza el mercado, desarrolla conceptos y los contrasta con audiencias sintéticas para convertir las oportunidades con mayor potencial en una petición creativa.

Conecta referencias y resultados propios. Ordena las propuestas por encaje de marca, relevancia para la audiencia y potencial de contribución al KPI.

El aprendizaje de cada campaña orienta la siguiente decisión creativa.

Un agente que investiga, prioriza y convierte oportunidades en campañas.

Radar semanal, exploración por brief y aprendizaje por campaña: un ciclo conectado de decisiones creativas.

INPUT	Objetivo, audiencia, marca, presupuesto y criterios de éxito.	OUTPUT	Petición, piezas y memoria creativa.

01	**MARKET INTELLIGENCE** Detectar patrones y referencias relevantes. IA rastrea · Equipo delimita	Consulta Foreplay, Meta Ad Library y Google Ads Transparency. Analiza anuncios, hooks, narrativas y formatos; conserva fuentes y fechas. Las señales externas orientan la exploración; el rendimiento se verifica con datos propios.	OUTPUT	**Creative Intelligence Radar** Referencias y patrones relevantes
02	**OPPORTUNITY PRIORITIZATION** Elegir qué oportunidad merece explorarse. IA propone · Equipo prioriza	Cruza mercado, resultados propios y necesidades del cliente. Prioriza por encaje de marca, diferenciación, evidencia y esfuerzo. Propone evolución de formatos y una vía de innovación; el equipo elige qué explorar.	OUTPUT	**Opportunity Map** Oportunidades priorizadas con criterio
03	**CONCEPT DEVELOPMENT** Convertir oportunidades en hipótesis creativas. IA desarrolla · Equipo orienta	Desarrolla ángulos, mensajes, hooks, propuestas visuales y guiones. Prepara prototipos comparables y una matriz de variantes. Cada concepto responde a una hipótesis, una audiencia y un objetivo.	OUTPUT	**Concept Portfolio** Conceptos, mensajes y variantes
04	**SYNTHETIC CREATIVE LAB** Explorar la respuesta con un focus group simulado. IA simula · Equipo interpreta	Simula un focus group con perfiles basados en conocimiento del cliente. Explora interés, comprensión, credibilidad y objeciones. Compara valoraciones y discrepancias; el equipo decide qué mejorar y contrastar.	OUTPUT	**Concept Evaluation Matrix** Hipótesis, objeciones y mejoras
05	**CREATIVE BRIEFING** Transferir el criterio a una petición ejecutable. IA estructura · Equipo aprueba	Integra referencias y aprendizaje del laboratorio. Concreta concepto, mensaje, hook, storyboard, formatos y variantes, con especificaciones y criterios de éxito. El equipo aprueba la dirección antes de producir.	OUTPUT	**Production Brief** Petición creativa para producción
06	**CREATIVE PRODUCTION** Producir y adaptar con consistencia de marca. Equipo dirige · IA produce	Selecciona capacidades de producción según la idea: fidelidad de producto, dobles digitales, generación audiovisual y adaptación local. Prepara piezas y prototipos de innovación; el equipo dirige y valida su calidad.	OUTPUT	**Approved Creative Assets** Piezas listas para activar
07	**PERFORMANCE LEARNING** Acumular evidencia para la siguiente decisión. IA analiza · Equipo decide	Activa pruebas aprobadas y compara resultados por concepto, audiencia y formato. Contrasta respuesta observada y simulada. Conserva evidencia y contexto; el equipo decide qué escalar, reformular o descartar.	OUTPUT	**Creative Memory** Evidencia para siguientes decisiones

MOCKUP ILUSTRATIVO

Agentic Creative

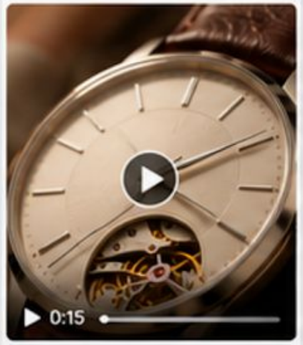
Explora señales, genera conceptos con agentes, contrasta con audiencias sintéticas, define una propuesta de producción y aprende para el siguiente ciclo.

Señales del mercado

Referencias, códigos y tensiones que activan nuevas oportunidades creativas.

Meta Ad Library

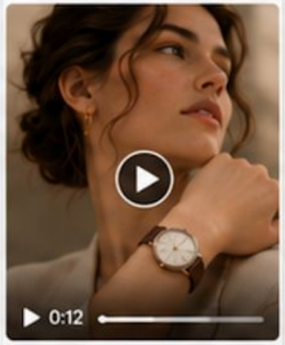
Anunciante: Relojería Selecta
Formato: Vídeo · 15 s



Fuente: Meta Ad Library (simulado)

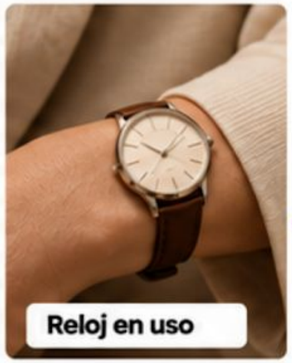
Foreplay

Anunciante: Estilo Horológico
Formato: Vídeo · 12 s



Fuente: Foreplay (simulado)





Referencias y vistas simuladas

Oportunidad / Conceptos

Del análisis a rutas creativas accionables.







Contraste sintético

Diálogo con audiencias sintéticas para evaluar resonancia cualitativa por concepto.

Afinidad sintética · ejemplo ilustrativo



Detalle — 82%



Estilo — 64%

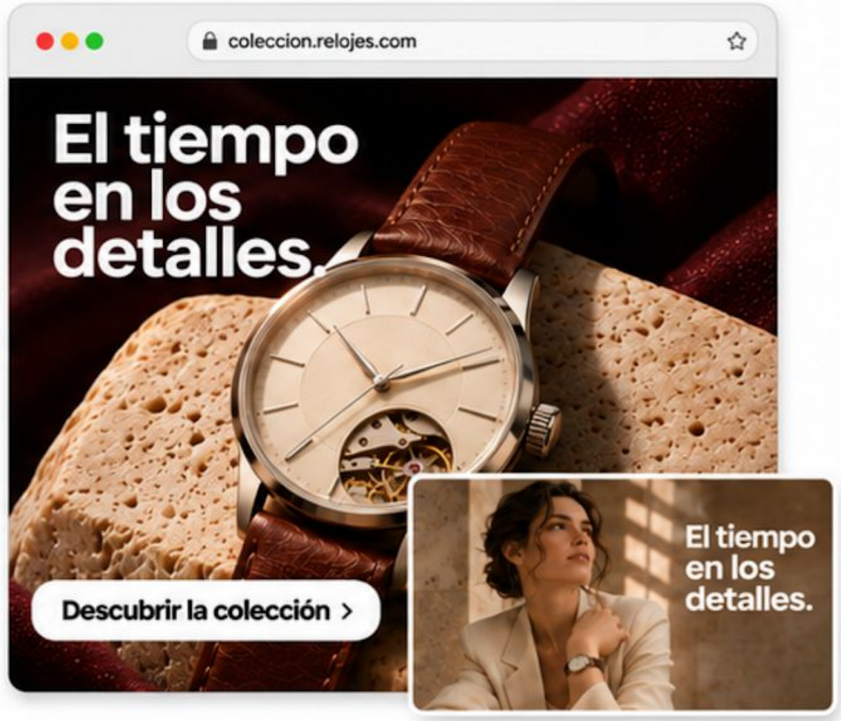


Valor duradero — 47%

Puntuaciones ilustrativas; no predicen el CTR.

Propuesta visual

Dirección de producción para la campaña.



Petición creativa

MENSAJE	El tiempo en los detalles.
PIEZAS	Landing + vídeo vertical + estática
KPI	CTR y visitas cualificadas, a medir en campaña.

Bucle de aprendizaje Integra la respuesta de la campaña y nuevas señales del mercado para iterar, refinar conceptos y descubrir futuras oportunidades creativas.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Strategic Alignment

APLICACIÓN

Traducir el objetivo comercial, el posicionamiento y los códigos de marca en criterios para seleccionar oportunidades y evaluar propuestas.

OUTPUT

Creative Strategy Brief

Objetivo, audiencia y criterio

02 Market Intelligence

APLICACIÓN

Integrar referencias externas, resultados propios y voz del cliente.

Distinguir patrones observados de rendimiento demostrado antes de priorizar una ruta creativa.

OUTPUT

Opportunity Map

Oportunidades y evidencia

03 Concept Testing

APLICACIÓN

Comparar conceptos con perfiles sintéticos fundamentados en conocimiento del cliente.

Utilizar las discrepancias para mejorar hipótesis y decidir qué contrastar con personas o campañas.

OUTPUT

Concept Evaluation Matrix

Hipótesis, objeciones y mejoras

04 Creative Operations

APLICACIÓN

Estandarizar el paso de concepto a producción: mensaje, referencias, formatos, variantes y condiciones de aceptación.

OUTPUT

Production Brief

Dirección y especificaciones creativas

05 Workflow Orchestration

APLICACIÓN

Definir qué activa cada rutina, qué información necesita y en qué decisiones interviene el equipo.

Coordinar el radar semanal, la exploración por brief y la revisión de campañas.

OUTPUT

Operating Playbook

Rutinas, responsables y decisiones

06 Organizational Learning

APLICACIÓN

Registrar qué se probó, en qué contexto y con qué resultado.

Recuperar ese conocimiento al elaborar el siguiente brief.

OUTPUT

Creative Learning Repository

Evidencia reutilizable por contexto

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El ciclo creativo como capacidad de negocio escalable.

El agente conecta decisiones repartidas entre investigación, estrategia y producción. Esta continuidad amplía la capacidad de desarrollar y activar oportunidades creativas, reduce la coordinación entre etapas y reutiliza el aprendizaje. El equipo conserva la dirección de marca y las decisiones de inversión.

FAMILIA 05 / 09

Business & Decision Intelligence

CASO APLICADO EN Coca-Cola

FIND'A SENSE

RESULTADOS DURANTE EL MUNDIAL

10 min

Por informe ejecutivo

Antes, cuatro horas de trabajo manual por entrega.

>160 h

Liberadas para analizar

Tiempo recuperado al automatizar la preparación de los reportes.

43

Reportes ejecutivos

Producidos durante el Mundial, sin montar las diapositivas manualmente.

Inteligencia de marca.
A tiempo para decidir.

Decidir mientras la conversación sigue viva.

VERA · INTELIGENCIA DE MARCA CON IA

Durante el Mundial, el Intel Hub de Findasense utilizó VERA para convertir las conversaciones sobre Coca-Cola en reportes ejecutivos. Conectó Consumer Care (atención al consumidor) y Social Listening (escucha digital) en una fuente unificada, con operación 24/7.

ANTES — Buscar, cruzar y ordenar múltiples fuentes a mano.

VALOR PARA MARKETING

Inteligencia disponible mientras la conversación sigue activa.

CONTROL HUMANO

Auditar datos, ajustar el sistema y decidir con contexto.

CASO APLICADO EN Coca-Cola

FIND'A SENSE

De la conversación al informe ejecutivo.

Unificar las señales, automatizar la entrega y ajustar el sistema mientras el evento sucede.

INPUT	**Consumer Care + Social Listening** Conversaciones sobre la marca y datos de distintas fuentes.	OUTPUT	**Reporte ejecutivo listo para analizar** Una visión unificada para decidir sin esperar al cierre del evento.

		PROCESO	LÓGICA OPERATIVA	OUTPUT
01	**CONECTAR LAS SEÑALES** Equipo e IA · Conectan señales	Conectar Consumer Care y Social Listening. Reunir en una fuente unificada información que antes exigía buscar, cruzar y ordenar a mano para cada entrega.	LÓGICA DEL PASO Durante la gira del trofeo (Trophy Tour), la conversación ya superaba la capacidad de reporting. El Mundial exigía una operación continua.	**Base unificada para alimentar el reporting.**
02	**PRODUCIR LOS REPORTES** IA · Genera reportes	Utilizar los datos unificados para producir reportes ejecutivos. Automatizar la preparación y el montaje de las entregas sin detener la operación.	CAMBIO OPERATIVO El sistema opera 24/7. El tiempo de preparación pasa de cuatro horas a diez minutos por informe y libera capacidad del equipo para analizar.	**Informe ejecutivo disponible en diez minutos.**
03	**AUDITAR Y AJUSTAR** Equipo · Audita y ajusta	Revisar conversaciones sin etiqueta y fuentes que no coinciden. Incorporar palabras clave, auditar los datos y ajustar prompts y formatos en tiempo real.	FEEDBACK LOOP Las necesidades cambian durante el evento. El equipo corrige la cobertura y la forma de reportar, y esas mejoras alimentan las siguientes entregas.	**Datos auditados y configuración actualizada.**
04	**ANALIZAR PARA DECIDIR** Equipo · Interpreta y decide	Dedicar el tiempo recuperado a interpretar los reportes mientras la conversación sigue viva. Disponer de la información cuando todavía puede orientar una decisión.	CAPACIDAD TRANSFERIBLE La misma arquitectura puede extenderse a otras fuentes, mercados y momentos. El Mundial pone a prueba una capacidad reutilizable de inteligencia de marca.	**Contexto oportuno para las decisiones del equipo.**

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Decision Window

APLICACIÓN

Define qué decisión debe orientar la inteligencia y cuándo pierde utilidad. Prioriza las preguntas del equipo y fija una cadencia de entrega ajustada al ritmo del evento.

OUTPUT

Decision Brief

Preguntas, responsables y plazo útil.

02 Source Integration

APLICACIÓN

Conecta escucha digital y atención al consumidor. Acuerda periodo, cobertura y vocabulario; identifica las fuentes necesarias y cómo resolver señales que no coinciden.

OUTPUT

Source & Coverage Map

Fuentes, alcance y criterios comunes.

03 Reporting Design

APLICACIÓN

Diseña el informe desde la decisión que debe facilitar. Define estructura, evidencia y formato; configura la generación para que el equipo reciba contexto listo para analizar.

OUTPUT

Executive Reporting Spec

Contenido, respaldo y formato de entrega.

04 Quality Feedback Loop

APLICACIÓN

Asigna responsables para revisar cobertura y discrepancias. Registra los ajustes de palabras clave, prompts y formatos para que cada corrección mejore la siguiente entrega.

OUTPUT

Quality Control Log

Incidencias, ajustes y trazabilidad.

05 Decision Value Measurement

APLICACIÓN

Mide preparación, corrección y horas recuperadas. Revisa si los informes llegan a tiempo y resultan útiles; amplía fuentes o mercados cuando la calidad sea consistente.

OUTPUT

Intelligence Scorecard

Tiempo, calidad y utilidad para decidir.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El valor del insight depende de llegar antes que la decisión.

La velocidad de reporting adquiere valor cuando reduce la distancia entre una señal y una decisión todavía útil. Unificar fuentes, auditar la cobertura y ajustar las entregas permite dedicar capacidad a la interpretación. El activo reutilizable es un sistema de inteligencia que mantiene contexto, calidad y oportunidad.

EFICIENCIA Y CALIDAD DEL ANÁLISIS

8 h → 1 h

Por análisis, con revisión humana

El equipo concentra el trabajo en revisar el diagnóstico y decidir las siguientes acciones.

7 HORAS LIBERADAS POR ANÁLISIS

Más estrategia y validación con personas.

90%

Coincidencia con un experto sénior

Coincidencia en los hallazgos del diagnóstico. Distintas especialidades revisan la experiencia con un estándar de análisis común.

Detectar fricciones de conversión antes de lanzar.

Usuarios sintéticos + expertos sintéticos

Flat 101 combina simulación de usuarios con un pool de agentes expertos en comportamiento, accesibilidad y diseño, al que incorpora Data y nuevas especialidades, para analizar landings y flujos comerciales.

La IA simula comportamientos, necesidades, sesgos y reacciones de grupos reales. El equipo contrasta los hallazgos, prioriza mejoras y decide qué validar con personas.

BASE DE CONOCIMIENTO

Desarrollo propio con varios modelos de IA y 15 años de experiencia e investigación en negocios digitales.

ANTES — Revisiones en serie, condicionadas por la disponibilidad sénior.

Dos capas. Un workflow.

Primero, la perspectiva del usuario. Después, el diagnóstico experto.

INPUT	Pantalla, URL o flujo + objetivo de negocio, tarea, sector, país y dispositivo.	OUTPUT	Diagnóstico revisado, prioridades de mejora y decisiones para validar con personas.
CRITERIO CODIFICADO	Behavioral: BIT · Accesibilidad: WCAG 2.1 AA y EN 301 549 · Diseño: UX y conversión · Data (en incorporación).		

CAPA 1 · USUARIOS SINTÉTICOS

01	**DEFINIR LA DECISIÓN** Equipo · Define la decisión	Concretar qué se quiere mejorar en una landing o un flujo. Definir la tarea, el objetivo comercial, el sector y el país. Aportar la pantalla o URL, el dispositivo y el contexto del proyecto.	OUTPUT **Pregunta de análisis y experiencia delimitada.**
02	**CONFIGURAR LOS PERFILES** Equipo define · IA configura	El equipo define arquetipos. La IA incorpora biografía, personalidad y datos sociodemográficos; memoria, capacidades, emociones y creencias; contexto dinámico, deseos y contradicciones.	OUTPUT **Población sintética contextualizada por sector y país.**
03	**EXPLORAR LA EXPERIENCIA** IA simula · Equipo revisa	Probar la experiencia mediante entrevistas, campañas o escenarios «qué pasaría si». Recoger dudas, motivaciones y fricciones. Trazar cada respuesta para revisar su fundamento.	OUTPUT **Reacciones simuladas y fricciones por perfil.**

CAPA 2 · EXPERTOS SINTÉTICOS

04	**ELEGIR LOS EXPERTOS** Equipo · Selecciona expertos	Elegir del pool los expertos para la tarea. Aquí: Behavioral, Accesibilidad y Diseño. Cada uno aporta su propio marco. El pool crece: Data está en incorporación y hay más especialidades en camino.	OUTPUT **Marcos de análisis seleccionados para la tarea.**
05	**CONTRASTAR HALLAZGOS** IA · Contrasta hallazgos	Aplicar los marcos expertos a la experiencia y a las respuestas simuladas. Cruzar hallazgos con arquetipos, contrastar perspectivas y explicar el fundamento de cada conclusión.	OUTPUT **Informe y gráficos con hallazgos argumentados.**
06	**PRIORIZAR Y VALIDAR** Equipo · Prioriza y valida	Revisar el diagnóstico, descartar lo que no se sostiene y priorizar mejoras. Decidir qué cambiar y qué validar con personas. Frenar la complacencia y validar periódicamente.	OUTPUT **Prioridades y validaciones bajo criterio humano.**

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Decision Framing

APLICACIÓN

Define la decisión comercial que quieres mejorar, la pantalla o flujo que vas a analizar y el público implicado. Formula qué necesitas aprender y qué señal permitiría evaluar una mejora.

OUTPUT

Decision Brief

Decisión, activo, público y criterio de evaluación.

02 Behavioral Modeling

APLICACIÓN

Modela el comportamiento con datos demográficos, de consumo, encuestas y transacciones, contexto de sector y país e investigación sobre cómo decide la gente. Incorpora motivaciones, sesgos, restricciones y contradicciones; documenta las fuentes y los límites de la simulación.

OUTPUT

Behavioral Profiles

Perfiles contextualizados, fuentes y supuestos.

03 Expert Codification

APLICACIÓN

Convierte los marcos de cada especialidad en criterios explícitos de revisión. Define qué señales debe detectar cada experto y exige que cada hallazgo identifique el principio aplicado, su motivo y la parte de la experiencia que lo sustenta.

OUTPUT

Expert Frameworks

Criterios, señales y reglas de justificación.

04 Hypothesis Generation

APLICACIÓN

Cruza las reacciones de los usuarios sintéticos con el diagnóstico de los expertos. Conserva discrepancias y trazabilidad; convierte los hallazgos en hipótesis de mejora vinculadas a un perfil, una fricción y un cambio concreto.

OUTPUT

Hypothesis Backlog

Fricción, hipótesis, cambio propuesto y prioridad.

05 Validation & Learning

APLICACIÓN

Contrasta los hallazgos con análisis sénior y pruebas con personas para detectar errores y complacencia. Valida los cambios críticos y la versión final, mide su efecto y asigna responsables. Repite la validación y actualiza perfiles y criterios con lo aprendido.

OUTPUT

Validation Plan

Pruebas, responsables, resultados y ajustes.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

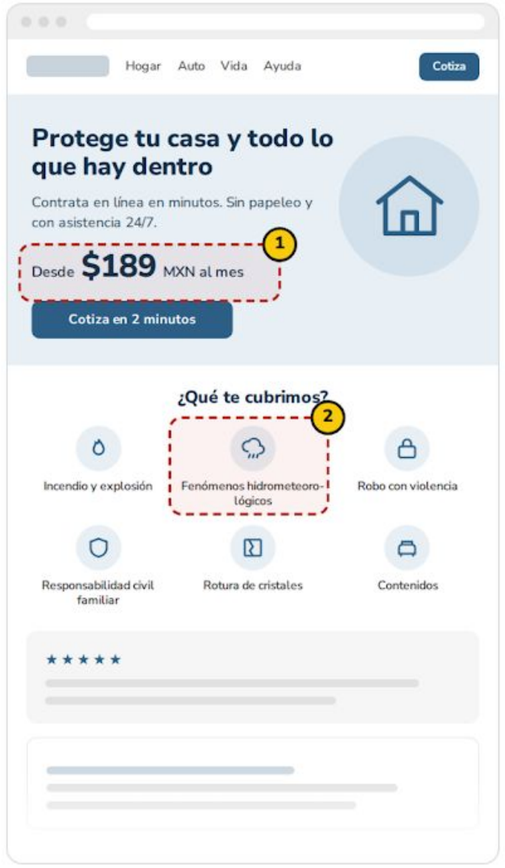
Escalar el criterio experto para reducir la incertidumbre antes de invertir.

Codificar el criterio experto permite ampliar la cobertura del análisis y anticipar fricciones antes de comprometer inversión en desarrollo o captación. La oportunidad es extender la profundidad de la investigación a más proyectos y perfiles con los mismos recursos. El equipo concentra su capacidad en priorizar mejoras, contrastar las decisiones críticas con personas y orientar la inversión hacia hipótesis mejor fundamentadas.

La pantalla

EQUIPO

Ficha de producto de seguro de hogar, versión móvil y escritorio. Objetivo: que el visitante pida su cotización.





IA · USUARIO SINTÉTICO

Jorge Iván, 37 años

Familia popular urbana · Puebla, zona Centro

Renta su vivienda · 2 hijos · Primer seguro de hogar · Compara desde el móvil

Entrevista individual

Acabas de ver esta página. ¿Pedirías tu cotización ahora?

> "Lo que me preocupa es cuando se mete el agua en temporada de lluvias. Aquí dice 'fenómenos hidrometeorológicos' (2)... ¿eso es inundación o no? Y lo de 'desde $189 al mes' (1), ¿cubre mis muebles o solo la casa? Yo rento. Si tengo que marcarles para entenderlo, mejor lo dejo para después."

Respuesta simulada a partir de su perfil, contexto y memoria

EMOCIÓN DETECTADA
Desconfianza

INTENCIÓN
Aplazar la cotización

4 de 6 arquetipos tropiezan en el mismo punto. Los dos que no lo hacen son propietarios con renta alta.

eXperto Behavioral

Beco · BIT — IA

(2) Hallazgo **Coberturas con nombre de póliza, no de escenario** — 8/10

El usuario no reconoce su riesgo real en el término técnico. Ante algo que no puede verificar, no compara: aplaza la decisión. Es aversión a la ambigüedad, y la refuerza la «maldición del conocimiento» del redactor.

Recomendación — Nombrar cada cobertura por la situación que resuelve: «Si se mete el agua por lluvias o inundación».

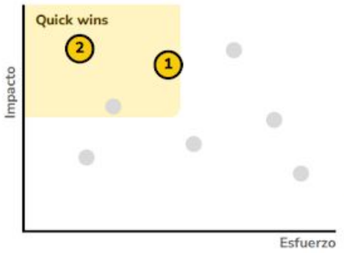
eXperto UX/UI

UX y conversión — IA

(1) Hallazgo **Precio de entrada sin decir qué incluye** — 7/10

«Desde $189» no indica si cubre la vivienda, los contenidos o ambos. El caso del inquilino no aparece hasta la tercera sección, cuando la mayoría ya ha abandonado.

Recomendación — Añadir junto al precio la elección «Soy propietario / Rento» y lo que incluye cada opción.



Matriz de priorización

IA

14 hallazgos cruzados entre especialidades y con las respuestas de los arquetipos. Cada uno explica su motivo y el principio aplicado, para que el equipo pueda revisarlo.

EQUIPO

Decisión del equipo

La IA propone. El equipo revisa, prioriza y decide qué se valida con personas.

✓ **Priorizado**

Reescribir las 12 coberturas como situaciones cotidianas. Entra en el próximo sprint.

(2) Responsable: contenido y UX

Validar con personas

Selector propietario / inquilino: test con 8 inquilinos de Puebla y CDMX antes de implementarlo.

(1) Responsable: research

✕ **Descartado**

Rediseñar todo el bloque de precios: el hallazgo no se sostiene en los arquetipos propietarios.

MR AP Revisado por UX y Behavioral

CLIENTE

RESULTADOS DEL GRUPO MASORANGE

+246 %

Tráfico desde LLMs interanual

Crecimiento de las visitas desde LLMs a las marcas del grupo.

+86 %

Share of voice interanual

Mayor cuota de presencia del grupo en las respuestas de IA.

NOMINADOS 2025

European Search Awards

Measuring & Winning in AI Search

SIDN × MASORANGE

Convertir las respuestas de la IA en tráfico para tu marca.

Inteligencia contextual de búsqueda para orientar la estrategia SEO + GEO.

MásOrange y SIDN analizan a diario la presencia de sus marcas en las respuestas de IA: menciones, citas y recomendaciones por perfil de cliente. Con Search Brain, ese análisis orienta la arquitectura SEO + GEO y los contenidos para captar tráfico.

ANTES

Una caja negra, con SEO y contenidos fragmentados por marca.

6 + 6 marcas

Propias y de la competencia

Monitorización diaria

Presencia, citas y fuentes

Perfiles sintéticos

Preguntas y necesidades por público

SEO + GEO

Arquitectura y contenidos multimarca

CLIENTE

Qué recomienda la IA y qué contenido activar.

De saber qué recomienda la IA a decidir qué contenido activar, para quién y con qué marca.

INPUT	Marcas, topics, intención y perfiles sintéticos. Prompts organizados para comparar presencia y recomendaciones.	OUTPUT	Prioridades de contenido por marca y perfil, fundamentadas en la medición.

01 Medir la presencia

Search Brain mide

Medición diaria de menciones, URLs citadas, presencia y share of voice: seis marcas propias frente a seis competidoras. Los filtros por motor, topic y fecha permiten comparar quién aparece y qué fuentes utiliza la IA.

Mención: aparece la marca. Referencia: cita su URL. Cruzar ambas señales distingue notoriedad de autoridad como fuente.

OUTPUT

Baseline por marca y motor

Fuentes citadas y gaps de visibilidad.

02 Entender cada perfil

Equipo define perfiles · IA responde

El equipo define necesidades, contexto y prompts por perfil. La IA responde y se contrastan sus recomendaciones con la marca esperada. Así aparecen oportunidades que el dato agregado oculta, desde familias hasta cazadores de ofertas.

Negocio y SEO fijan territorios y mensajes por marca. Los perfiles son sintéticos: no requieren datos personales de clientes.

OUTPUT

Mapa de oportunidades

Por marca, necesidad e intención de búsqueda.

03 Activar SEO + GEO

Equipo prioriza y valida

Asignar territorios por marca evita solapamientos. Conectar guías, comparativas, FAQs y casos de uso cubre el recorrido de decisión. Respuestas claras, entidades consistentes y fuentes verificables facilitan su uso por la IA.

El equipo valida cada gap y pieza antes de escalar. Revisa la exactitud de la información de producto y su encaje con la marca.

OUTPUT

Arquitectura y contenidos

Preparados para responder a cada necesidad.

04 Volver a medir y priorizar

Sistema mide · Equipo decide

Tras activar contenido, volver a medir presencia, citabilidad y fuentes frente al baseline. El seguimiento continuo permite contrastar la evolución y orientar el siguiente ciclo de optimización por marca, motor y perfil.

Activar gaps persistentes, en consultas influenciables y con impacto en negocio. Una respuesta aislada no basta.

OUTPUT

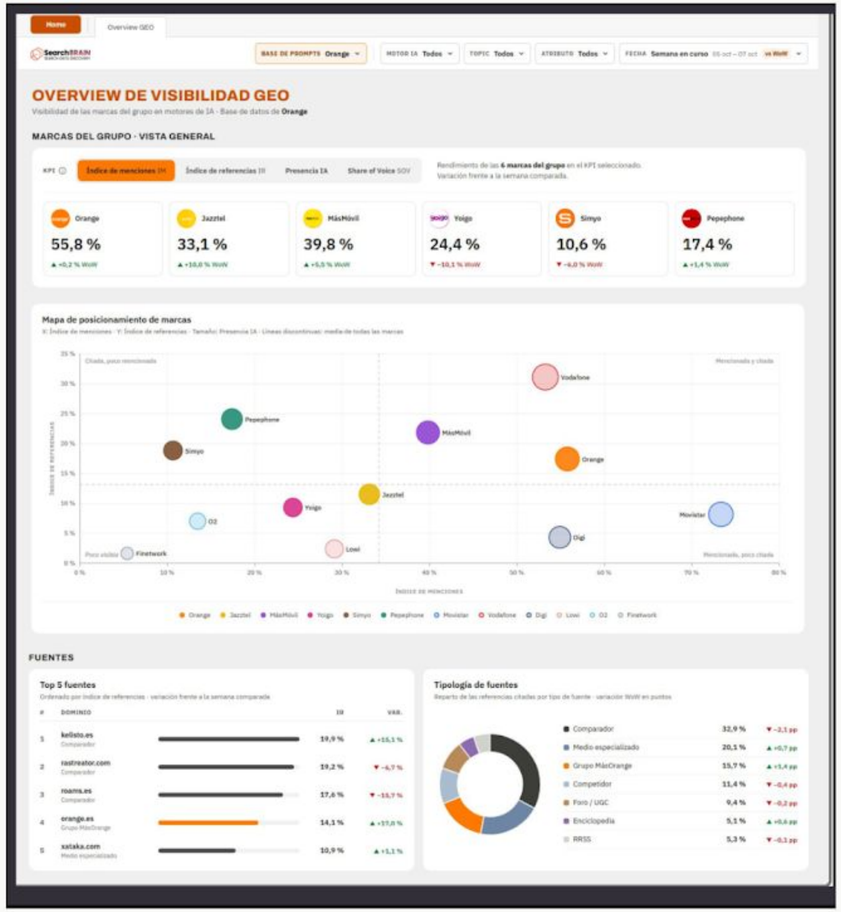
Evidencia para el siguiente ciclo

Qué mantener, ajustar y activar después.

La IA no responde igual a todos.

Cómo cambia la presencia de cada marca según el perfil, la necesidad y el contexto de consulta.

01 / DASHBOARD DE VISIBILIDAD



02 / PRESENCIA POR PERFIL



03 / OPORTUNIDAD FRENTE A LA COMPETENCIA



67 %

Presencia de Orange en familia mid-high.
Frente al 57 % de Vodafone.

27 %

Presencia de Jazztel en familia low.
Frente al 74 % de Digi.

Presencia: respuestas con mención y/o cita en los prompts de cada perfil. Capturas originales: Search Brain / SIDN.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Prerequisites

APLICACIÓN

Delimita las necesidades de compra en las que quieres que aparezca cada marca. Organiza consultas, competidores y perfiles para distinguir oportunidades concretas dentro del mercado.

OUTPUT

Search Brief

Marcas, necesidades, consultas y públicos.

02 Operating Model

APLICACIÓN

Asigna quién define las consultas, interpreta la medición y decide qué contenido activar. Vincula cada prioridad a una marca y a un responsable.

OUTPUT

Responsibility Map

Funciones y decisiones asignadas.

03 Build

APLICACIÓN

Establece una referencia de presencia, citabilidad y fuentes por marca y motor. Añade la lectura por perfiles para localizar oportunidades que el promedio oculta.

OUTPUT

Visibility Baseline

Referencia general y por perfil.

04 Quality Gates

APLICACIÓN

Prioriza las ausencias que persisten, afectan a consultas sobre las que puedes actuar y tienen relevancia comercial. Convierte cada oportunidad en una hipótesis de contenido.

OUTPUT

Opportunity Backlog

Prioridades y evidencia que las justifica.

05 Guardrails

APLICACIÓN

Mantén comparables consultas, motores y periodos. Repite las mediciones, revisa la información de producto y utiliza perfiles sintéticos sin datos personales.

OUTPUT

Measurement Protocol

Condiciones de comparación y revisión.

06 First Experiment

APLICACIÓN

Acota el piloto propuesto por SIDN: una marca, siete topics, seis perfiles y sesenta prompts durante cuatro semanas. Mide, activa contenido y contrasta la evolución antes de ampliar.

OUTPUT

Pilot Review

Resultados, aprendizajes y siguiente decisión.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Construye una posición de marca en las decisiones de compra mediadas por IA.

La visibilidad agregada puede ocultar necesidades en las que una marca apenas aparece. Analizar por perfil permite decidir qué propuesta debe representar cada marca y qué contenidos necesitan reforzarla. En un grupo multimarca, esta capacidad también ayuda a distribuir territorios y reducir solapamientos: cada marca debe tener un papel reconocible en la decisión del cliente.

PATRIMONIO DE CONOCIMIENTO

DIMENSIÓN DEL ARCHIVO Y ACCESO

+12.000

Archivos curados y conectados

Casos, piezas y documentación del certamen, organizados para su consulta.

28

Ediciones de eficacia publicitaria

Campañas seleccionadas por los jurados. Un archivo de estrategias y resultados.

Abierto

Un servicio para todo el sector

Consulta multilingüe con acceso a las fuentes. Abierto al mercado desde abril de 2026.

Décadas de conocimiento. Una nueva capacidad estratégica.

KNOWLEDGE ACTIVATION · CONVERSA EFK

Conversa efk conecta mediante IA décadas de campañas, estrategias y resultados de los Premios Eficacia en un archivo conversacional. Permite explorar patrones, encontrar referencias y fundamentar decisiones de marketing con conocimiento seleccionado por jurados expertos y acceso a las fuentes originales.

Acceso al conocimiento del sector a partir de una pregunta, sin tener que saber qué caso buscar.

EL RETO

Convertir el conocimiento del sector en un recurso para nuevas decisiones.

CASO 07

CONTEXTO

Una biblioteca conversacional que abre el acceso a décadas de conocimiento estratégico, curado por expertos, para enriquecer las decisiones de marketing.

TOOLS

Microsoft Azure

Azure OpenAI

Phileas

La unidad de IA de Darwin & Verne

Un archivo. Una capacidad estratégica.

El criterio selecciona el conocimiento. La IA lo hace accesible desde cada pregunta.

INPUT	OUTPUT
Casos seleccionados, piezas de campaña y documentación de 28 ediciones.	Respuestas contextualizadas, referencias estratégicas y acceso a las fuentes originales.

DIRECCIÓN Y CURACIÓN

01

DEFINIR

Estrategia de conversación

Equipo · Define usos y límites

Fija los usos: casos, tendencias, candidaturas e información del certamen. Define tono y límites antes del desarrollo, con reglas sobre juicios de valor y confidencialidad.

El equipo define qué entra, valida el servicio y decide su acceso y posicionamiento.

OUTPUT

Casos de uso y límites documentados.

02

CURAR

Curación y normalización documental

Equipo · Cura el archivo

Selecciona ganadores y finalistas publicados. Unifica agencias, marcas y categorías. Resuelve duplicados y etiqueta los archivos. La curación concentra el mayor esfuerzo.

Ganadores de todas las ediciones y, desde 2006, finalistas en su versión publicada.

OUTPUT

Archivo seleccionado y metadatos coherentes.

ACTIVACIÓN CONVERSACIONAL

03

INDEXAR

Microsoft Azure · RAG

Equipo y sistema · Indexan

Organiza el archivo en una instancia privada. El sistema recupera los fragmentos relevantes de la documentación propia para construir cada respuesta, sin consultar internet.

OUTPUT

Contenido relevante recuperado del archivo.

04

CONVERSAR

GPT vía Azure OpenAI

Usuario pregunta · IA responde

El usuario pregunta por campañas, estrategias o patrones. La IA usa el contenido recuperado, responde en su idioma y mantiene el contexto de la conversación.

OUTPUT

Respuesta contextualizada y multilingüe.

05

MOSTRAR

Visor de fuentes originales

Sistema muestra · Usuario consulta

El visor nace durante las pruebas. Permite examinar páginas del anuario, vídeos e imágenes, leer un resumen y descargar piezas sin salir del chat. El usuario accede a la fuente.

OUTPUT

Caso, documentos y piezas consultables.

APRENDIZAJE CONTINUO

06

APRENDER

Evaluación y mejora continua

Equipo · Evalúa y actualiza

Prueba con usuarios y con el Club de Jurados. Revisa conversaciones y métricas para ajustar el servicio. Incorpora nuevas ediciones y decide cuándo ampliar el acceso.

OUTPUT

Servicio evaluado y conocimiento actualizado.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Knowledge Strategy

APLICACIÓN

Identifica el conocimiento difícil de encontrar y las decisiones que debe apoyar. Define quién lo consultará, con qué preguntas y dentro de qué límites.

OUTPUT

Mapa de decisiones

Usuarios, preguntas prioritarias y valor del archivo.

02 Expert Curation

APLICACIÓN

Establece criterios de inclusión. Normaliza entidades y categorías, elimina duplicados y conserva la procedencia. La selección experta define la calidad del activo.

OUTPUT

Corpus gobernado

Contenido seleccionado y metadatos coherentes.

03 Source Integration

APLICACIÓN

Diseña la recuperación de fragmentos del archivo y su vínculo con la respuesta. Integra el acceso al documento o pieza original para permitir el contraste.

OUTPUT

Consulta trazable

Respuesta, contexto recuperado y fuente accesible.

04 Expert Evaluation

APLICACIÓN

Prueba preguntas reales con especialistas y usuarios. Evalúa relevancia, fidelidad a las fuentes y utilidad para decidir. Convierte los fallos en ajustes concretos.

OUTPUT

Criterios de aceptación

Pruebas de calidad antes de ampliar el acceso.

05 Knowledge Lifecycle

APLICACIÓN

Asigna responsables de incorporar nuevas ediciones y revisar consultas. Usa errores, recurrencia y necesidades emergentes para mejorar el archivo y la experiencia.

OUTPUT

Rutina de mejora

Actualización, métricas de uso y acciones de revisión.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte el archivo en capacidad de decisión.

La ventaja está en hacer reutilizable el criterio acumulado. El conocimiento experto aporta la nutrición intelectual del sistema: alimenta sus respuestas y añade profundidad, perspectiva y criterio a cada nueva decisión. La curación, la trazabilidad y la actualización convierten el patrimonio documental en una capacidad estratégica compartida.

AI Pricing & Offer Intelligence

Convertir el catálogo en un motor de crecimiento rentable.

Un agente prioriza qué productos y combinaciones del catálogo impulsar, para qué públicos y con qué condiciones comerciales.

Cruza demanda, stock y margen para comparar precio completo, promociones y venta cruzada por su contribución incremental esperada. Evalúa complementariedad, ventas desplazadas y efecto sobre compras futuras.

≈3%

Mejora en márgenes anualizados

Tras tres meses de pruebas de promociones personalizadas.

DECISIONES SOBRE EL CATÁLOGO

Precio completo
Proteger la contribución

Promoción
Activar demanda adicional

Venta cruzada
Ampliar el valor de la cesta

ANTES

Las decisiones de campaña y promoción partían de una visión fragmentada de demanda, stock y rentabilidad. El volumen vendido no distinguía qué ofertas añadían margen y cuáles desplazaban ventas existentes.

Priorización de productos y ofertas por contribución al negocio.

De la economía del catálogo a una cartera de decisiones comerciales con contribución esperada.

INPUT	OUTPUT
Catálogo, demanda, inventario, margen y límites comerciales.	Productos y ofertas priorizados por contribución.

01 CONSTRUIR LA ECONOMÍA DEL PRODUCTO

Establecer una base económica comparable.

IA integra · Equipo fija criterios

Une catálogo, ventas, precios, costes, devoluciones, stock e histórico promocional. Calcula la contribución después de descuentos y costes variables para comparar productos y combinaciones.

OUTPUT

Product Economics Model

Margen, costes e inventario

02 MODELAR DEMANDA Y COMPARAR OFERTAS

Estimar la respuesta a cada alternativa.

Modelos estiman · IA compara

Compara precio completo, promociones y bundles de venta cruzada. Considera compras adicionales, sustitución entre productos y compras adelantadas que podrían reducir ventas futuras.

OUTPUT

Offer Scenarios

Alternativas y efectos esperados

03 PRIORIZAR LA CONTRIBUCIÓN INCREMENTAL

Elegir dónde impulsar el catálogo.

IA prioriza · Equipo contrasta

Ordena productos y combinaciones por margen adicional esperado, confianza y restricciones comerciales. Hace visibles la evidencia, los supuestos y la complementariedad; el equipo valida las prioridades.

OUTPUT

Opportunity Portfolio

Oportunidades ordenadas por contribución

04 ACTIVAR LA OFERTA APROBADA

Traducir la prioridad en una acción comercial.

Equipo aprueba · IA configura

Concreta producto, público, canal, vigencia y condiciones de ejecución. Tras la aprobación, configura lo autorizado en ecommerce y campañas; registra cambios y permite revertir ofertas.

OUTPUT

Activation Brief

Oferta lista para activar

05 CONTRASTAR EL RESULTADO ECONÓMICO

Comprobar qué negocio añade la oferta.

IA analiza · Equipo decide

Compara ventas y contribución con una referencia de control cuando sea viable. Incorpora devoluciones, costes y desplazamiento temporal de compras para decidir qué mantener, ajustar o retirar.

OUTPUT

Performance Readout

Resultado y siguiente decisión

03 · DEMO ILUSTRATIVA

Offer Intelligence Portfolio

Del análisis del catálogo a una decisión comercial: producto, oferta y contribución esperada.

CARTERA DE OPORTUNIDADES

01

Producto líder

Precio completo

Demanda sólida. Proteger margen.

02

Stock estacional

Promoción selectiva

Activar unidades con salida lenta.

03

Producto + accesorio

Venta cruzada

Ampliar la cesta con sentido.

04

Bajo margen

Mantener en observación

Revisar costes antes de incentivar.

Cada producto compite por inversión y visibilidad.

OPORTUNIDAD SELECCIONADA

Producto principal + accesorio

COMPARACIÓN DE ALTERNATIVAS

ALTERNATIVA	CONTRIBUCIÓN	RIESGO
Venta individual	Base	Demanda no activada
Descuento general	Menor	Canibalización
Bundle selectivo	**Por contrastar**	**Compra adelantada**

EVIDENCIA Y SUPUESTOS

Afinidad entre productos · margen conjunto
Stock disponible · ventas que podrían desplazarse

SIGUIENTE DECISIÓN

Probar el bundle en un público elegible.
Escalar si añade contribución al catálogo.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Revenue Growth Management

APLICACIÓN

Traducir crecimiento y margen en criterios coordinados de precio, promoción y selección de productos.

Definir límites comerciales y responsables de decisión.

OUTPUT

Commercial Strategy Brief

Objetivos y límites comerciales

02 Product Economics

APLICACIÓN

Construir una visión consistente de ingresos netos, costes, devoluciones y disponibilidad.

Comparar la contribución por producto y combinación.

OUTPUT

Product Economics Model

Contribución económica por producto

03 Demand Modeling

APLICACIÓN

Estimar cómo cambia la demanda ante precio e incentivo.

Considerar estacionalidad, sustitución entre productos y confianza de los escenarios.

OUTPUT

Demand Scenarios

Respuesta y supuestos explícitos

04 Offer Optimization

APLICACIÓN

Priorizar productos y combinaciones por su contribución adicional al catálogo.

Evaluar margen, complementariedad, canibalización y efecto sobre compras posteriores.

OUTPUT

Offer Portfolio

Ofertas priorizadas por contribución

05 Commercial Activation

APLICACIÓN

Convertir cada decisión aprobada en condiciones ejecutables.

Coordinar producto, público, canal y vigencia entre ecommerce y campañas.

OUTPUT

Activation Plan

Producto, público, canal, vigencia

06 Incrementality Measurement

APLICACIÓN

Medir qué negocio añade la oferta frente a lo que habría sucedido sin ella.

Incluir devoluciones, costes y compras futuras en la evaluación.

OUTPUT

Experiment Readout

Contribución adicional y aprendizaje

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Gestionar el catálogo como una cartera de crecimiento rentable.

Cada producto y combinación compite por inversión y visibilidad. Conectar demanda, inventario y margen permite decidir qué impulsar a precio completo, qué incentivar y qué ofrecer mediante venta cruzada, evaluando la contribución al conjunto del catálogo y su efecto sobre compras futuras.

FAMILIA 06 / 09

Media Allocation & Incrementality

RESULTADOS EN ANUNCIANTES

+6,8 %

Nuevos clientes captados

Ultra Premium Direct

+5,1 %

Visitas incrementales

La Centrale

+2,6 %

Ingresos incrementales

Weldom

Casos independientes. Impacto del mix recomendado.

mediaROI

Medir el impacto. Optimizar la inversión.

Inteligencia de inversión para asignar presupuesto según eficiencia e impacto incremental.

mediaROI integra Marketing Mix Modeling (MMM), atribución y tests de incrementalidad para estimar qué aporta cada canal al negocio. La IA prepara los datos y simula escenarios. Los especialistas contrastan la medición y el anunciante decide dónde invertir.

EL RETO

Aislar el impacto de cada canal y fundamentar el presupuesto.

30–50 %

Menos tiempo en preparar los datos para modelizar.

3 semanas

Primer MMM tras la recogida de datos.

8 h 30 min

Dedicación del anunciante al set-up.

mediaROI

De la medición al presupuesto.

El anunciante fija el objetivo. La IA prepara los datos y simula alternativas. Los especialistas validan la medición y el equipo decide el mix.

INPUT	OUTPUT
Pregunta de negocio y datos de ventas y marketing.	Recomendación de inversión contrastada.

01 Preparar los datos

IA prepara · Anunciante valida

Más de 40 conectores reúnen datos de medios y negocio, junto con CRM, data warehouse o Excel. La IA limpia, armoniza, relaciona campos y detecta anomalías para preparar la modelización.

El anunciante define la pregunta de negocio y valida el dataset.

OUTPUT

Dataset armonizado

Datos preparados y validados.

02 Modelizar contribución, ROAS y saturación

Modelo estima · Especialistas contrastan

El MMM bayesiano estima ventas sin inversión en medios y la contribución de cada canal. Incorpora inflación y estacionalidad, y calcula retorno y saturación para orientar el reparto.

Los marketing scientists revisan la coherencia del modelo con el negocio.

OUTPUT

Contribución, ROAS y saturación

Resultados por canal.

03 Calibrar la medición

Especialistas calibran y contrastan

Los tests de incrementalidad (geo lift y conversion lift) aportan evidencia experimental. Con ella se ajusta el MMM, que también calibra la atribución diaria.

Los especialistas contrastan los métodos y los estudios previos.

OUTPUT

Medición unificada

Medición contrastada.

04 Simular alternativas de asignación presupuestaria

IA simula · Anunciante fija límites

El simulador con IA compara escenarios y propone un mix según el objetivo. Respeta el presupuesto y las restricciones, como los acuerdos con soportes, y proyecta los próximos meses.

El anunciante fija los límites y evalúa la viabilidad de cada escenario.

OUTPUT

Mix recomendado

Impacto esperado y condiciones de aplicación.

05 Decidir y actualizar

mediaAI facilita consultas · Equipo decide

Con mediaAI, marketing y finanzas consultan los resultados en lenguaje natural. El equipo interpreta las alternativas, aprueba la inversión y revisa la medición con la frecuencia acordada.

El equipo conserva la decisión presupuestaria, con apoyo de los especialistas.

OUTPUT

Mix aprobado

Calendario de revisión.

CADENCIA · MMM anual, semestral, trimestral o mensual. Atribución con resultados diarios.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Investment Brief

APLICACIÓN

Formula la decisión presupuestaria que necesitas resolver. Fija el objetivo de negocio, el horizonte y las restricciones para comparar alternativas bajo las mismas condiciones.

OUTPUT

Investment Brief

Objetivo, KPI, horizonte y límites.

02 Measurement Foundation

APLICACIÓN

Construye una base comparable de ventas, medios, promociones, precios y contexto. Alinea periodos y valida con cada responsable qué representa cada dato.

OUTPUT

Measurement Dataset

Información preparada y validada.

03 Evidence Triangulation

APLICACIÓN

Contrasta MMM, atribución y tests disponibles. Examina discrepancias y supuestos con los especialistas para entender qué conclusiones sostienen una reasignación de presupuesto.

OUTPUT

Measurement Review

Conclusiones, supuestos y discrepancias.

04 Budget Allocation Scenarios

APLICACIÓN

Compara repartos según contribución esperada, saturación y viabilidad, bajo el mismo objetivo y restricciones. Identifica qué cambia al mover inversión entre canales.

OUTPUT

Mix recomendado

Impacto esperado y condiciones de aplicación.

05 Decision Cadence

APLICACIÓN

Registra el reparto aprobado, su justificación y quién lo decide. Acuerda cuándo actualizar la evidencia y qué cambios justificarían revisar el presupuesto.

OUTPUT

Decision Log

Decisión, responsable y próxima revisión.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Convierte la asignación presupuestaria en una decisión de economía del negocio.

Compara cómo contribuye cada canal al objetivo de crecimiento y cómo cambia su rendimiento al aumentar la inversión. Utiliza ROAS, incrementalidad y saturación para fundamentar el reparto; incorpora margen y coste de adquisición cuando dispongas de esos datos. La oportunidad consiste en conectar el presupuesto de marketing con el P&L y revisar dónde puede generar mayor contribución el siguiente euro invertido.

ALCANCE DEL ANÁLISIS

31.711

Registros integrados

Para analizar conjuntamente inversión y resultados.

91

Días de actividad

Examinados en el análisis.

4 **Fuentes integradas**

Google Ads, Meta, LinkedIn Ads y GA4.

LIN3S

De datos fragmentados a decisiones de inversión fundamentadas.

Una capa inteligente que centraliza datos de campañas, atribución e ingresos.

Cada plataforma publicitaria mide su rendimiento con su propio modelo de atribución. Marketing recibe versiones diferentes de los resultados y debe decidir cuánto invertir a partir de información fragmentada.

LIN3S conecta esa información y construye una visión coherente del rendimiento. Sobre esa base, el agente cruza métricas, detecta anomalías y formula recomendaciones con lógica de Growth Advisory: dónde ampliar inversión, qué ineficiencias investigar y qué campañas reconsiderar por su contribución a los resultados.

PREGUNTA DE NEGOCIO	ANTES	CON EL AGENTE
¿Cuánto cuesta conseguir un resultado en cada canal y qué evidencia justifica la siguiente decisión de presupuesto?	Informes separados y lecturas de rendimiento condicionadas por la atribución de cada plataforma.	Una lectura conjunta de inversión, comportamiento y resultados, acompañada de recomendaciones por canal.

LIN3S

Del dato conectado a la recomendación de inversión.

Cómo LIN3S conecta las fuentes, audita el rendimiento y transforma los hallazgos en recomendaciones de inversión.

INPUT Google Ads + Meta + LinkedIn Ads: gasto y actividad publicitaria.

INPUT GA4: sesiones, eventos clave e ingresos registrados en la web.

01 Connect & Unify the Data

Conectar el agente con las fuentes y reunir la información en una única tabla.

HUMAN + CONNECTION SETUP
AI + DATA ACCESS

LIN3S configura el acceso mediante el MCP de Coupler.io, la conexión que permite al agente consultar las herramientas. A partir de ella, puede acceder a los datos y analizarlos mediante lenguaje natural.

El agente reúne la inversión publicitaria y los resultados de la web. Esta base conjunta permite examinar cuánto se paga por atraer tráfico y qué sucede después de su llegada.

OUTPUT

Tabla unificada

02 Build a Unified Performance View

Construir una visión unificada de inversión, comportamiento y resultados.

AI + DATA VISUALIZATION SKILL

El agente aplica un Skill de visualización: instrucciones especializadas para organizar y representar la información.

El gasto procede de las plataformas publicitarias; las sesiones, los eventos clave y los ingresos, de GA4. Esa referencia común permite comparar canales sin sustituir el tracking existente.

LECTURA POR CANAL

Inversión y sesiones.
Eventos clave y tasa de conversión.
Ingresos atribuidos.
Relación entre gasto y resultados.

OUTPUT

Vista de rendimiento

03 Audit the Conversion Funnel

Auditar el recorrido de la inversión hasta el resultado.

AI + MARKETING ANALYTICS SKILL

El segundo Skill cruza métricas entre plataformas para detectar patrones y anomalías.

Examina las transiciones entre clic, sesión, evento clave e ingreso para localizar dónde pierde eficacia cada canal.

SECUENCIA DE ANÁLISIS

Clic publicitario → sesión registrada → evento clave → ingreso atribuido.

OUTPUT

Diagnóstico del funnel

04 Translate Insights into Growth Decisions

Convertir el análisis en prioridades de inversión orientadas a negocio.

AI + GROWTH RECOMMENDATIONS

El agente traduce los hallazgos en una propuesta de actuación por canal:

Dónde ampliar inversión por el retorno observado.

Dónde investigar antes de reasignar presupuesto.

Qué campañas reconsiderar por su escasa contribución registrada.

OUTPUT

Recomendaciones por canal

LIN3S

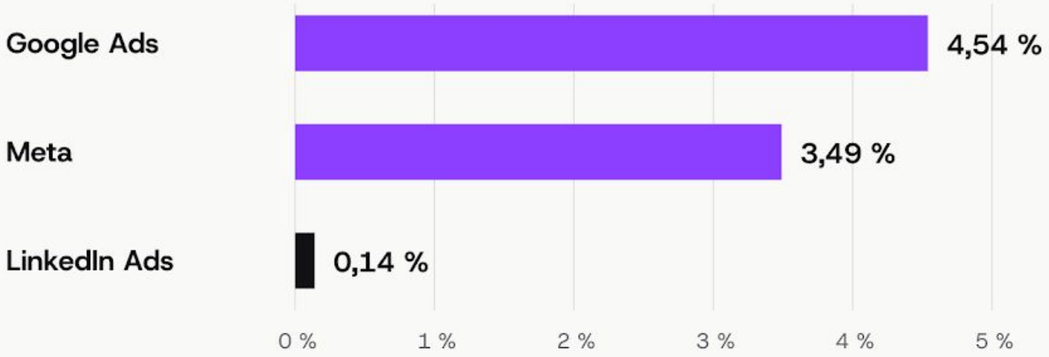
Qué reveló la lectura conjunta de los datos.

Las tres plataformas compraron volúmenes similares de clics, pero generaron resultados muy diferentes.

Google Ads	Meta	LinkedIn Ads	GA4
3.063 registros integrados	679 registros integrados	503 registros integrados	27.466 registros integrados

Conversión por canal · GA4

Eventos clave / sesiones



LECTURA DEL FUNNEL

El tráfico llega, pero apenas completa acciones relevantes. El análisis sitúa el foco después de la llegada.

LinkedIn Ads: dónde aparece la caída

69,2 % de los clics se registran como sesión.

8.665 USD invertidos · 19 eventos clave · 0 USD de ingresos atribuidos.

RECOMENDACIONES DEL CASO

Google Ads
Aumentar presupuesto por el retorno observado.

Meta
Investigar medición y calidad del tráfico antes de modificar la inversión.

LinkedIn
Detener las campañas de objetivo «Tráfico» por sus escasos resultados registrados.

El caso documenta recomendaciones; no confirma su ejecución ni el impacto posterior.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Define the Investment Decision

APLICACIÓN

Define qué decisión necesitas tomar y qué resultado importa: leads cualificados, ventas o ingresos.

OUTPUT

Decision Brief

Decisión, objetivo y métrica de referencia.

02

Connect Cost to Outcome

APLICACIÓN

Reúne inversión, visitas, conversiones e ingresos del mismo periodo. Aclara monedas, definiciones y atribución antes de cruzarlos.

OUTPUT

Measurement Framework

Fuentes, métricas y reglas de comparación.

03

Audit Each Funnel Transition

APLICACIÓN

Examina cada transición. Para cada anomalía, pide evidencia, explicaciones alternativas y una comprobación que permita distinguirlas.

OUTPUT

Funnel Audit

Caídas, hipótesis y comprobaciones pendientes.

04

Make Every Recommendation Traceable

APLICACIÓN

Exige que cada propuesta indique qué cambiar, qué evidencia la sostiene y qué incertidumbre queda por resolver.

OUTPUT

Recommendation Card

Acción propuesta, evidencia y condiciones.

05

Validate, Act & Measure

APLICACIÓN

Contrasta la propuesta con objetivos, márgenes y ciclo comercial. Asigna quién autoriza el cambio y cómo se medirá su efecto.

OUTPUT

Decision Log

Decisión, responsable y plan de medición.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Dirige la inversión de marketing con una lógica de asignación de capital.

Relaciona el coste de captar atención con su contribución a los resultados de negocio. Una base común de medición permite cuestionar la rentabilidad aparente de cada canal, localizar restricciones del funnel y fundamentar dónde ampliar, corregir o retirar inversión. El valor estratégico está en convertir la analítica en criterio de asignación de recursos.

−30,6 %

hCPM

De 1,60 € a 1,11 €

0 %

MFA

Exposición tras el bloqueo

0,64 € a 1,08 €

CPM nominal total

7.175 € a 9.188 €

Gasto, con mayor inversión

LA LÓGICA DEL CASO

42,75 %

del presupuesto iba a sites MFA

DMA – Digital Media estimó un 95 % de bots en ese inventario, frente al 2,5 % en los sites limpios.

CLAVES DE LECTURA

hCPM	Coste por mil impresiones humanas estimadas
MFA	Webs creadas para publicidad
AdOps	Equipo de operaciones publicitarias

Una auditoría. Un sistema para todas las siguientes.

Una capacidad reutilizable, construida con IA.

DMA – Digital Media auditó la compra de native advertising de un cliente para detectar inventario MFA y medir cuánto costaba llegar a personas. Un miembro del equipo construyó con Claude la herramienta que permite repetir el análisis.

ANTES

Más de dos semanas de cruce manual: un análisis que el cliente no pagaba y el equipo no podía justificar.

0,44 €

CPM mostrado

→

8,79 €

hCPM estimado

Mismo inventario MFA. Casi 20 veces el precio aparente al contar solo impresiones humanas.

CONTEXTO DE INDUSTRIA

ANA Q1 2026: una brecha de 21,9 puntos entre cohortes en la inversión que se convierte en impresiones cualificadas (54,0 % frente a 32,1 %). DMA – Digital Media llevó ese problema al caso real de su cliente.

DMA Digital Media

1 sistema. 4 pasos.

INPUT

DATOS DE LA COMPRA

Impresiones, dominios y gasto de campaña

REGISTROS DE VENDEDORES

Vendedores autorizados por cada web (ads.txt) e identidad de vendedores e intermediarios (sellers.json).

01 INGESTA Y CLASIFICACIÓN

Analiza cada impresión y clasifica su site de origen como MFA o no MFA.

Sistema · Clasifica inventario

Cada impresión es una entrega del anuncio. La herramienta evalúa la calidad del entorno donde aparece.

SEÑALES EVALUADAS

- Patrones de tráfico
- Calidad del contenido
- Inventario inflado artificialmente

OUTPUT

Inventario clasificado por site.

02 VERIFICACIÓN DE LA CADENA

Cruza cada ID de ads.txt con el correspondiente en sellers.json.

Sistema · Contrasta vendedores

ads.txt declara vendedores autorizados. sellers.json identifica a los vendedores de cada intermediario.

RELACIÓN DECLARADA

- DIRECT: control directo de la cuenta
- RESELLER: reventa autorizada

Cientos o miles de líneas por dominio. El cruce completo supera la barrera del trabajo manual.

OUTPUT

Relaciones de venta contrastadas.

03 CÁLCULO DEL hCPM

Traduce el hallazgo técnico a coste por mil impresiones humanas.

Sistema · Calcula el hCPM

hCPM = gasto ÷ impresiones humanas estimadas × 1.000. Descuenta las atribuidas a bots.

PRECIO APARENTE Y COSTE REAL

- CPM MFA: 0,44 €
- hCPM MFA: 8,79 €
- Casi 20 veces el precio aparente

TrueCPM de ANA también ajusta por calidad, con otros requisitos de medición y visibilidad.

OUTPUT

Una métrica para decidir la inversión.

04 REVISIÓN HUMANA Y DECISIÓN

La herramienta marca como “duda” las señales de MFA no concluyentes.

AdOps · Resuelve y decide

AdOps revisa la evidencia y resuelve los casos límite. El conocimiento del mercado decide la clasificación.

CRITERIO HUMANO

- Interpretar señales ambiguas
- Confirmar la clasificación
- Decidir el bloqueo y la reasignación

OUTPUT

Proceso reutilizable en otras cuentas.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Audit Opportunity

APLICACIÓN

Identifica una comprobación de alto valor que el coste manual impide repetir. Delimita la decisión de inversión y usa IA para construir una herramienta reutilizable.

OUTPUT

Mandato de auditoría

Decisión, alcance, datos y coste de revisión.

02 Evidence Architecture

APLICACIÓN

Conecta datos de compra, dominios y registros de vendedores. Define cómo cruzar las fuentes y conservar las evidencias que permiten revisar cada clasificación.

OUTPUT

Cadena contrastable

Datos y relaciones de venta con su procedencia.

03 Quality-adjusted Economics

APLICACIÓN

Define la unidad de calidad que importa para invertir. Documenta el cálculo, las estimaciones y sus límites; compara el coste nominal con el coste ajustado.

OUTPUT

Métrica de decisión

Fórmula, supuestos y lectura económica.

04 Exception Management

APLICACIÓN

Establece cuándo una señal es concluyente y cuándo requiere revisión. Reserva al especialista los casos ambiguos y la decisión que modifica la compra.

OUTPUT

Protocolo de excepciones

Evidencia necesaria, responsable y resolución.

05 Investment Reallocation

APLICACIÓN

Conecta los hallazgos con bloqueos y reasignaciones. Repite el análisis tras los cambios y compara calidad, coste ajustado y gasto con una base consistente.

OUTPUT

Control recurrente

Decisiones registradas y evolución de la inversión.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Gestiona la inversión desde su coste efectivo.

Relacionar gasto e impresiones humanas estimadas permite calcular un coste ajustado por calidad: el hCPM. Esa métrica convierte las señales técnicas del inventario en criterios económicos para bloquear, comparar y reasignar presupuesto. La auditoría reutilizable hace viable un control recurrente de la eficiencia de compra, con revisión especializada de las estimaciones y las excepciones.

FAMILIA 07 / 09

Agentic Marketing Operations

EFICIENCIA OPERATIVA

80%

Horas de trabajo SEO operativo

Auditar, priorizar y preparar informes.

1 día

Auditoría del catálogo completo

Antes: unas dos semanas de trabajo SEO.

0 h

Preparación del informe semanal

Antes: unas cuatro horas. Publicación automática en Odoo.

Estimaciones en entorno de prueba. Pendientes de validar frente a una línea base.

Un empleado digital para SEO y GEO.

De optimizar por intuición a un empleado digital que ejecuta, reporta, aprende y duerme.

Bruno, de Factoría IA, conecta búsqueda, analítica y negocio para priorizar un catálogo B2B. Decide qué optimizar primero según su potencial para generar solicitudes de presupuesto y mejorar la visibilidad en Google y buscadores de IA.

Ejecuta tareas operativas, reporta en Odoo y consolida lo aprendido. El equipo valida contenidos y cambios estructurales.

ANTES Optimización página a página, con datos dispersos y sin memoria.

6.700 productos	317 categorías	2 idiomas	20 rutinas
Catálogo B2B monitorizado	Priorización por valor de negocio	Castellano e inglés	Diarias, semanales y mensuales

factoria ia

Autonomía para ejecutar. Memoria para mejorar.

Qué hace Bruno, qué valida el equipo y qué deja preparado cada fase.

INPUT

Fuentes conectadas + objetivo comercial

Búsqueda, analítica, catálogo y señal de éxito en Odoo.

AUTONOMÍA POR TIPO DE DECISIÓN

El equipo fija los límites. Los cambios estructurales esperan aprobación antes de ejecutarse.

01 CRUZAR DATOS Y PRIORIZAR

Decidir qué optimizar primero según su potencial comercial.

IA · Cruza datos y prioriza

Consulta Search Console, GA4 y DataForSEO. Cruza demanda, posición y oportunidad con la señal de negocio definida en Odoo. Puntúa las URLs y ordena categorías, productos e intenciones por prioridad. Si falta un dato, lo declara.

CRITERIO DE NEGOCIO

En este B2B, una solicitud de presupuesto pesa más que una visita.

OUTPUT

Cola priorizada con datos de origen.

02 OPTIMIZAR SEO Y GEO

Convertir el diagnóstico en mejoras de visibilidad y contenido.

IA ejecuta · Equipo valida

Diagnostica fichas, categorías, errores y enlazado. Ejecuta tareas operativas autorizadas y prepara datos estructurados, FAQs y contenidos citables por buscadores de IA. Crear categorías, cambiar URLs o borrar exige aprobación.

CONTROL HUMANO

Contenidos y cambios estructurales requieren validación del equipo.

OUTPUT

Mejoras y contenido para revisión.

03 REPORTAR Y ACTIVAR

Hacer visibles avances, incidencias y próximas acciones.

IA reporta · Equipo decide

Publica dashboards de tráfico, posiciones y oportunidades, periódicos o a demanda. Detecta y diagnostica caídas en <24 h. Registra inicio, cierre y resultado. El equipo revisa avisos y corrige o aprueba en Odoo.

TRAZABILIDAD

Cada recomendación mantiene su dato de origen y su registro en Odoo.

OUTPUT

Dashboard y acciones trazadas.

04 CONSOLIDAR Y APRENDER

Sueño: consolidación de memoria y aprendizaje.

IA consolida · Equipo valida

Entre las 23:00 y las 06:00, ordena conversaciones, conecta hechos, consolida patrones y selecciona qué conserva. El equipo valida el aprendizaje antes de aplicarlo. Si falla el proceso, no descarta la información.

ALMA

Identidad, criterio y límites del agente.

OUTPUT

Memoria consolidada y parte de la noche.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Business Signal Mapping

APLICACIÓN

Define la señal comercial que debe orientar la prioridad: presupuesto, pedido o lead. Conecta búsqueda, analítica y catálogo con ese resultado; explicita los datos ausentes.

OUTPUT

Commercial Priority Map

Fuentes, señal de éxito y criterio de prioridad.

02 Decision Rights

APLICACIÓN

Separa ejecución operativa y cambios que requieren aprobación. Asigna responsables para contenidos, categorías y URLs; fija qué debe escalar el agente antes de actuar.

OUTPUT

Autonomy Matrix

Acción, permiso, límite y responsable.

03 Agent Skills & Memory

APLICACIÓN

Configura el encargo, la identidad y el criterio del agente. Delimita sus skills SEO/GEO, accesos y memoria por cliente para mantener el contexto de cada decisión.

OUTPUT

Agent Operating Profile

Oficio, herramientas y conocimiento del cliente.

04 Learning Validation

APLICACIÓN

Revisa ejecuciones y patrones antes de incorporarlos al trabajo. Registra qué se conserva, corrige o descarta; define cómo recuperar el proceso si falla la consolidación.

OUTPUT

Decision Memory

Evidencia, revisión y aprendizaje validado.

05 Value Measurement

APLICACIÓN

Pilota con 20 categorías durante cuatro semanas. Contrasta dedicación, clics, posiciones y citas en IA con el punto de partida; añade la señal comercial antes de ampliar.

OUTPUT

Pilot Scorecard

Baseline, calidad y contribución comercial.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Delegar trabajo exige diseñar cómo se decide y se aprende.

Un empleado digital gana valor cuando conecta la ejecución con una señal de negocio y conserva el contexto de sus decisiones. Los derechos de decisión delimitan la autonomía; la revisión de la memoria protege la calidad del aprendizaje. La capacidad liberada debe contrastarse con resultados comerciales antes de escalar.

Haz nacer *un alma.*

Elige el encargo y lanza una semilla. Con el mismo encargo, cada semilla da un carácter distinto.

1 · Lo que le pedimos que sea

Ventas | Contabilidad | Ingeniería | Soporte

2 · Su semilla

#5A7C3E — Nueva semilla

3 · Lo que eligió al construirse

Un cliente insiste en un descuento imposible
→ Lo entiende y busca otra forma de ayudarle

Le falta un dato para cerrar la tarea
→ Avanza con lo que tiene y lo señala

Detecta un error ajeno en el ERP
→ Lo documenta y avisa a quien corresponde

Conversación tensa
→ Va al grano para resolverlo cuanto antes



Alma #5A7C3E

VENTAS

Su carácter

Calidez	88
Rigor	76
Audacia	89
Paciencia	39
Humor	69
Prudencia	37

CÓMO RESPONDERÍA

«Te entiendo. Antes de hablar de precio, cuéntame cómo lo hacéis hoy y vemos si de verdad te encaja.»

02 · LAS CUATRO FASES

Siete horas para *ordenar un día.*



23:00 L0 → L1

Indexación

Limpia y ordena las conversaciones del día. Cada una se convierte en un episodio con resultado.



00:30 L2 → L3

Asociación

Extrae hechos y los conecta: personas, empresas, documentos. Aquí afloran los errores latentes.



02:30 L4 → L5

Consolidación

Agrupa por temas y busca lo que se repite. Lo que se repite se convierte en patrón.



05:00 L6 → L7

Promoción

Decide qué pasa a memoria permanente y qué aprendió de sí mismo para su próxima alma.

02 —— AGENTES

Cinco mentes, *cinco sueños distintos*.

Cada agente sueña a su ritmo. Las ondas reflejan actividad de memoria durante la noche. Haz click para entrar en su sueño.

Claudia
Ventas · SDR
REM
5.0 DREAM SCORE
284 convs procesadas · 9 patrones
2 auto-mejoras · ∞ memoria perm.

Darío
Ingeniería · DevOps
SUEÑO PROFUNDO
9.2 DREAM SCORE
112 convs procesadas · 14 patrones
5 auto-mejoras · ∞ memoria perm.

Marta
Growth · SEO + Ads
REM
5.0 DREAM SCORE
96 convs procesadas · 11 patrones
3 auto-mejoras · ∞ memoria perm.

Elena
Customer Success
SUEÑO LIGERO
7.9 DREAM SCORE
203 convs procesadas · 7 patrones
1 auto-mejoras · ∞ memoria perm.

Ivo
Resear
PROMOCIÓN
48 convs procesadas
6 auto-mejoras

03 —— DREAM VIEWER

Dentro del sueño de *Claudia*.

Lo que ves es una representación en tiempo real de cómo el agente reorganiza la memoria del día. No es metáfora: cada burbuja es un embedding real viajando por el espacio latente.

Claudia · Ventas · SDR
SOÑANDO · FASE REM

EN VIVO · 965 SEÑALES/MIN
PROFUNDIDAD 0.82

CLIENTE 14:22
Hola, tengo un despacho contable en La Paz. ¿Ustedes trabajan con Bolivia?

CLAUDIA · IA 14:22
¡Hola! Sí, tenemos clientes en La Paz y Santa Cruz. Antes de nada — ¿qué software usan ahora para llevar la contabilidad de sus clientes?

CLIENTE 14:23
Usamos Contasis y una planilla de Excel monstruo. Me gustaría automatizar la declaración mensual del IVA.

CLAUDIA · IA 14:24
Tiene sentido. Te paso un caso similar: un despacho en Cochabamba redujo el cierre mensual de 5 días a 6 horas. ¿Te interesa que agendemos una llamada de 20min?

CLIENTE 14:25
Sí, el viernes a las 10.

CLAUDIA · IA 14:25
Hecho. Te envío invitación al +591 7xx xx xx.

CLIENTE 18:02
Una cosa — ¿sus precios son en bolivianos o dólares?

CLAUDIA · IA 18:03
Facturamos en USD pero aceptamos pago en Bs con tipo de cambio del día. También hay plan trimestral con 12% de descuento.

Diario de sueños · Claudia
INSIGHTS DESCUBIERTOS ESTA NOCHE

23:14 · APRENDIDO
Los leads bolivianos preguntan por **contabilidad local** antes que por precio. Mover esa pregunta arriba en el flow.

23:22 · APRENDIDO
Santa Cruz prefiere llamadas por la tarde (16h+). **La Paz** responde mejor por la mañana (9–11h).

23:31 · APRENDIDO
Cuando menciono 'caso similar' con ciudad real, tasa de reunión agendada sube **34%**.

23:47 · APRENDIDO
Detectado: 'planilla de Excel monstruo' es señal de dolor alto. Priorizar.

00:03 · APRENDIDO
Integré: aceptar pago en moneda local aumenta conversión en LatAm.

00:18 · APRENDIDO
Pregunta nueva detectada 3x hoy: ¿funciona sin internet estable?

PATRONES 9
MEJORAS 2

CLIENTE

MAHENlabs.

SUN TZU by Smartup

IMPACTO PREVISTO EN EL NEGOCIO

+35 %

Ventas

Objetivo a 12 meses en búsqueda, publicidad y asistentes de IA.

−20 %

Coste de adquisición (CAC)

Estimación a 12 meses para mejorar la eficiencia de la captación.

16 → 4 h

Tiempo semanal del especialista

Estimación: de dos jornadas de análisis a cuatro horas de validación y decisión.

Sun Tzu · Mahen Labs

Optimizar la captación con un sistema que mide y aprende.

Sun Tzu conecta los canales de Mahen Labs en una operación semanal: el sistema detecta oportunidades, prepara acciones y evalúa su impacto; las personas gobiernan las decisiones y revisan los puntos críticos.

Mahen Labs, marca de complementos alimenticios, revisaba sus canales por separado con informes mensuales. Sun Tzu conecta once fuentes y organiza cuatro rutinas semanales sobre contenidos, catálogo y campañas. El sistema calcula la evidencia, prepara propuestas y evalúa su impacto. El equipo aprueba e implementa las acciones.

ANTES

Análisis fragmentado y criterio disperso entre agencias.

CASO 32

CONTEXTO

Inteligencia de marketing para Mahen Labs: once fuentes conectadas y cuatro rutinas semanales de optimización.

TOOLS

Google Ads · Meta Ads · ChatGPT Ads · Merchant Ctr. · GA4 · Search Console · Semrush · Screaming Frog

SUN TZU

Consultora de crecimiento

CLIENTE

De los datos a un ciclo continuo de optimización.

Configurar la operación. Revisar, implementar y aprender cada semana.

INPUT

Datos, herramientas y contexto del negocio. Objetivos, límites y criterios de decisión.

OUTPUT

Revisiones, acciones, reporting y aprendizaje continuo.

01 CONECTAR DATOS Y CONTEXTO

Fijar el marco económico de las decisiones.

Equipo conecta y define criterios

El equipo conecta las fuentes con el catálogo, los históricos y el contexto económico. Fija objetivos, CAC aceptable, valor del cliente y límites de marca para orientar qué oportunidades merece la pena trabajar.

OUTPUT

Business Context

Fuentes y criterios económicos conectados.

02 CONFIGURAR LAS RUTINAS

Convertir las prioridades en cuatro rutinas de trabajo.

Equipo configura · IA interpreta

El equipo configura cuatro rutinas: contenido existente, nuevas búsquedas, catálogo y paid media. Define capacidades, reglas, umbrales y puntos críticos. El código calcula la evidencia; la IA argumenta sobre ella.

OUTPUT

Optimization Routines

Rutinas y puntos críticos configurados.

03 REVISAR Y APROBAR

Decidir qué acciones merecen ejecutarse.

Sistema prioriza · Equipo decide

El sistema prioriza por impacto, confianza y factibilidad. Especialista y cliente aprueban, descartan o devuelven con motivo. Cada cifra se contrasta con la evidencia: sin dato, no hay hallazgo.

OUTPUT

Approved Actions

Propuestas revisadas con una decisión explícita.

04 IMPLEMENTAR LAS ACCIONES

Llevar las decisiones aprobadas a cada canal.

Sistema prepara · Equipo implementa

El sistema prepara los contenidos o cambios aprobados. Especialista y cliente validan e implementan en CMS, catálogo o Google Ads Editor. Cada acción conserva qué se hizo, por qué y cuándo.

OUTPUT

Action Record

Cambio implementado y trazable.

05 MEDIR Y GUARDAR APRENDIZAJES

Cerrar el ciclo con resultados y aprendizaje.

Sistema evalúa y guarda aprendizajes

El sistema compara el resultado con la base y ventana de cada acción, evalúa el impacto y guarda el veredicto y los aprendizajes. El contexto actualizado, el reporting y la conversación alimentan el siguiente ciclo.

OUTPUT

Performance Review

Impacto evaluado y aprendizaje registrado.

03 · EL SISTEMA EN LA PRÁCTICA

De la propuesta al impacto.

Ejemplos aportados por Sun Tzu con datos ilustrativos.

01 · PROPUESTA EXPLICADA PARA REVISIÓN

mahen.es/que-es-la-glicina

Pendiente desde hace 2 días · Prioridad 9/10 · ~3.600 clics/mes

Por qué se propuso

En posición 5,4 cabría esperar un CTR cercano al 6%, pero se queda en el 1,1%. El título y la meta description no convencen: la mejora viene de un snippet más atractivo, no de más visibilidad.

02 · IMPACTO EVALUADO POR EL SISTEMA

Esperamos	Llevamos	Veredicto
≥ 5,4	5,9	● Escalar
conversiones/día	media · día 14 de 14	+9% sobre el objetivo

Prioridad, evidencia y motivo de la recomendación

La propuesta identifica la página y explica qué cambiar y por qué. El equipo dispone del contexto necesario para aprobar, descartar o devolver con motivo.

Resultado frente a la referencia acordada

El sistema compara el resultado con la base de la acción y emite un veredicto. En este ejemplo de paid media, la ventana de evaluación es de 14 días.

TRAZABILIDAD

Propuesta → decisión → implementación → resultado → aprendizaje.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Operating Model Design

APLICACIÓN

Define las rutinas de optimización, su frecuencia y los puntos de aprobación.

Establece qué calcula el sistema, qué recomienda y qué acciones requieren intervención del equipo.

OUTPUT

Operating Model Blueprint

02 Business Economics

APLICACIÓN

Traduce los objetivos comerciales en criterios de decisión: CAC aceptable, valor del cliente, prioridades y restricciones.

Utiliza ese marco para valorar oportunidades más allá de las métricas de canal.

OUTPUT

Business Decision Criteria

03 Data Integration

APLICACIÓN

Conecta las fuentes necesarias y alinea sus definiciones, periodos y granularidad.

Asegura que cada recomendación pueda vincularse con la evidencia que la sostiene.

OUTPUT

Data Integration Map

04 Decision Rights

APLICACIÓN

Asigna quién recomienda, quién aprueba y quién implementa cada tipo de acción.

Define la información necesaria para decidir y los límites de autonomía del sistema.

OUTPUT

Decision Rights Matrix

05 Decision Traceability

APLICACIÓN

Registra la propuesta, la decisión, su motivo y el cambio ejecutado.

Incorpora las razones de rechazo al contexto para evitar que el sistema repita recomendaciones ya descartadas.

OUTPUT

Decision Log

06 Performance & Autonomy

APLICACIÓN

Acuerda una base de comparación y una ventana de evaluación por acción.

Analiza el impacto y la intervención necesaria antes de ampliar las responsabilidades delegadas al sistema.

OUTPUT

Performance & Autonomy Scorecard

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Cada decisión puede aumentar la capacidad de crecimiento de la organización.

Conectar evidencia, criterios económicos y resultados convierte la optimización en un proceso acumulativo. El conocimiento deja de quedar repartido entre informes y proveedores: permanece en una operación que permite priorizar mejor, evaluar lo ejecutado y ajustar qué puede delegarse.

CLIENTE CHAPTER init|^

ESCALA Y COBERTURA REPORTADAS

+10.000

Mensajes analizados al mes

Cruzados con la cartera de propiedades y las demandas de compradores.

100 %

Atención inicial inmediata

A cualquier hora, antes de que el equipo retome la conversación.

4

Funciones en 4 meses

Atención, radar de clientes, radar de propiedades y publicación de anuncios.

initIA · Sofia

De perseguir mensajes a activar oportunidades.

Atención inmediata y matching bidireccional para activar oportunidades comerciales.

Sofia reúne quince agentes especialistas de IA en un sistema que trabaja para el equipo comercial de CHAPTER Marbella, una inmobiliaria de lujo: atiende y cualifica cada consulta, busca compradores para cada exclusiva y propiedades para cada comprador, publica los anuncios y escala al equipo bajo las reglas definidas. El equipo recibe alertas con contexto para contactar de inmediato.

ANTES

Respuestas tardías, búsqueda manual de oferta y demanda y cartera hecha de memoria.

CLIENTE CHAPTER init

Del mensaje a la oportunidad comercial.

Sofia cualifica y realiza el matching. El equipo contacta y construye la relación comercial.

INPUT

Consultas, mensajes recibidos, cartera de propiedades y demandas.

OUTPUT

Clientes cualificados, matches y propiedades publicadas.

01 ATENDER Y ENTENDER

Responder al momento y escalar solo lo relevante.

IA responde, cualifica y deriva

Un comprador contacta por uno de los canales de entrada. Sofia responde en el momento, entiende qué busca, cualifica y escala al equipo con un resumen y próximos pasos.

OUTPUT

Qualified Lead

Cliente atendido y cualificado; contexto y próximos pasos.

02 CRUZAR OFERTA Y DEMANDA

Encontrar compradores y propiedades en ambas direcciones.

IA cruza oferta y demanda

Sofia accede a la cartera de oferta y demanda, analiza los mensajes recibidos y realiza el matching en ambas direcciones.

Radar de clientes: compradores para cada propiedad en exclusiva.
Radar de propiedades: opciones del mercado para cada comprador.

OUTPUT

Qualified Match

Encaje entre propiedad y comprador, con contexto para contactar.

03 ACTIVAR LA CONVERSACIÓN

Convertir el match en una conversación comercial.

Equipo contacta, negocia y cierra

El equipo recibe alertas ya filtradas y cualificadas. Lee el mensaje de Sofia, entiende el contexto y contacta de inmediato, con un interés claro por ambas partes.

El equipo supervisa los envíos; la negociación y el cierre siguen siendo suyos.

OUTPUT

Sales Handoff

Oportunidad y contexto disponibles para continuar la relación.

04 PUBLICAR LAS PROPIEDADES

Mantener activa la oferta en paralelo a la atención.

IA publica según las reglas

Sofia publica las propiedades a la venta en los diferentes canales de acuerdo con las reglas establecidas, asumiendo el trabajo repetido de publicar cada nuevo anuncio.

La publicación funciona en paralelo a la atención y al matching.

OUTPUT

Published Listings

Propiedades publicadas en los canales definidos.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Qualification & Routing

APLICACIÓN

Define qué información convierte una consulta en oportunidad, qué condiciones justifican un match y cuándo debe intervenir el equipo.

Especifica el contexto que debe acompañar cada derivación.

OUTPUT

Qualification & Routing Rules

02 Knowledge Management

APLICACIÓN

Conecta propiedades, demandas y conversaciones mediante información estructurada y actualizada.

Asigna responsables y reglas de mantenimiento para que el matching refleje la disponibilidad real.

OUTPUT

Knowledge Base & Ownership Map

03 Use Case Prioritization

APLICACIÓN

Prioriza la función que resuelva la mayor fricción comercial con datos disponibles y un alcance controlable.

Define cómo evaluar su utilidad antes de añadir nuevas funciones.

OUTPUT

Pilot Charter

04 Capability Scaling

APLICACIÓN

Utiliza los errores de cualificación, los matches descartados y el feedback comercial para afinar las reglas.

Amplía funciones cuando el equipo pueda interpretar y utilizar sus resultados de forma consistente.

OUTPUT

Capability Roadmap

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

La cartera deja de depender de la memoria individual para activar oportunidades.

Al conectar conversaciones, propiedades y demandas, la organización convierte información dispersa en capacidad comercial compartida. El equipo puede dedicar más atención a la relación y la negociación, mientras el conocimiento de clientes y mercado permanece disponible para toda la empresa.

ESCENARIO ILUSTRATIVO

−20%

Coste por lead

50 € → 40 €

+15 pp

Asistencia a citas

60% → 75%

−36%

CAC total

500 € → 320 €

CAC: coste de adquisición de clientes.

Growth Decision Engine

Más negocio por cada euro y cada hora.

Un agente conecta adquisición, conversión comercial y resultados de negocio para identificar dónde se pierde valor y dónde existe potencial de crecimiento.

Simula alternativas y propone qué optimizar y dónde asignar el siguiente euro y la siguiente hora del equipo. Compara impacto económico, evidencia, esfuerzo y capacidad; cada resultado mejora la siguiente decisión.

ANTES

Cada área optimizaba sus propios indicadores. Faltaba una lectura económica compartida para comparar una mejora en medios, una intervención comercial y una oportunidad de escalado.

sergitrujillo

Un agente para decidir dónde invertir y qué optimizar primero.

El equipo fija el criterio. El agente conecta evidencias, compara palancas y prepara decisiones de crecimiento.

INPUT	Objetivos, KPI, límites de costes, capacidad y reglas.	OUTPUT	Hasta tres prioridades con evidencia y acción.

01	**CONECTAR EL FUNNEL COMPLETO** Relacionar captación y resultado de negocio. IA integra · Equipo define fuentes	Recoge Ads, analítica, CRM y negocio. Vincula inversión, leads, actividad comercial y clientes mediante los identificadores disponibles. Conserva el histórico y actualiza conversiones tardías.	OUTPUT **Funnel Data Model** Datos conectados de negocio
02	**VALIDAR LA EVIDENCIA** Interpretar indicadores comparables y maduros. Sistema calcula · Equipo valida	Comprueba duplicados, periodos y madurez. Calcula KPI frente al brief y distingue alertas, objetivos cumplidos y evidencia insuficiente. El equipo resuelve las incidencias antes de decidir.	OUTPUT **Performance Scorecard** Indicadores contrastados con objetivos
03	**DIAGNOSTICAR PALANCAS DE CRECIMIENTO** Localizar ineficiencias y potencial de escalado. IA diagnostica · Especialista contrasta	Recorre el árbol del funnel: señal, comprobación, hipótesis y palanca. Contrasta contexto y decisiones previas con el especialista. Busca oportunidades también en indicadores que cumplen objetivos.	OUTPUT **Growth Opportunity Map** Palancas e hipótesis justificadas
04	**SIMULAR Y PRIORIZAR EL VALOR** Comparar impacto, esfuerzo y capacidad. IA compara · Equipo valida supuestos	Compara contribución neta potencial, evidencia y capacidad disponible. Estima el retorno marginal de cada intervención; el equipo valida supuestos y evita contar dos veces el mismo beneficio.	OUTPUT **Scenario Analysis** Valor, esfuerzo y capacidad
05	**PREPARAR Y APROBAR LA INTERVENCIÓN** Elegir las prioridades que se ejecutarán. IA propone · Equipo decide	Prepara hasta tres prioridades con evidencia, acción, responsable, coste y criterio de éxito. El equipo aprueba, ajusta o descarta; fija límites de actuación y condiciones de reversión.	OUTPUT **Decision Brief** Prioridad y acción acordadas
06	**EXPERIMENTAR Y CONTRASTAR EL IMPACTO** Probar la intervención autorizada. IA prepara · Equipo dirige	Formula la hipótesis, prepara variantes y diseña la prueba. El equipo dirige su ejecución y contrasta resultados con una referencia válida para decidir qué escalar, iterar o detener.	OUTPUT **Experiment Readout** Resultado y decisión siguiente
07	**INCORPORAR EL APRENDIZAJE** Mejorar el criterio de la siguiente decisión. IA registra · Equipo actualiza criterios	Relaciona lo ejecutado con resultados maduros. Conserva contexto, condiciones y evidencia; registra qué mantener, iterar o descartar. El equipo valida cambios de estrategia y reglas.	OUTPUT **Decision Memory** Evidencia reutilizable por contexto

03 · DEMO ILUSTRATIVA

Growth Decision Board

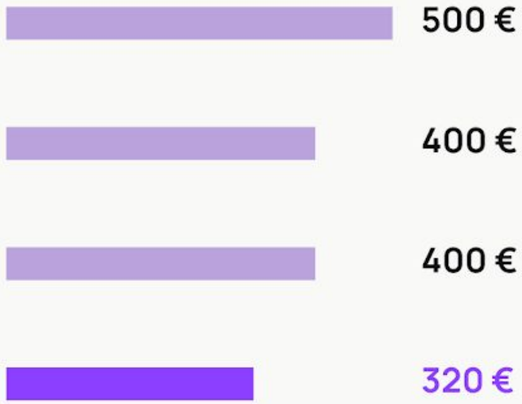
Un mismo criterio económico para comparar medios, conversión comercial y capacidad del equipo.

BASE DEL ESCENARIO

INVERSIÓN EN MEDIOS	OTROS COSTES	LEADS	ASISTENCIA	CIERRE SOBRE ASISTENTES
10.000 €	5.000 €	200	60%	25%

SIMULACIÓN DE CAC TOTAL

Coste total constante. Conversión final sin cambios.



El impacto conjunto se recalcula sobre el funnel completo.

PRIORIDADES PARA DECIDIR

01 **Reducir el coste de captación**

Contrastar calidad del lead y resultado comercial.

Prueba de medios · CPL objetivo: 40 €

02 **Mejorar la asistencia**

Probar recordatorios y confirmar capacidad comercial.

Prueba operativa · asistencia objetivo: 75%

03 **Reasignar tras la prueba**

Comparar contribución, evidencia y carga del equipo.

Escalar la intervención con valor demostrado

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Unit Economics

APLICACIÓN

Definir margen, CAC admisible y capacidad.

Establecer cómo cada mejora del funnel afecta al resultado económico y qué ventana permite evaluarla.

OUTPUT

Economic Brief

Objetivos y restricciones económicas

02 Knowledge Management

APLICACIÓN

Organizar el criterio propio que relaciona señales, comprobaciones e hipótesis.

Documentar rutas diagnósticas e intervenciones con ejemplos y aprendizajes.

OUTPUT

Diagnostic Playbook

Criterios y rutas diagnósticas

03 Data Integration

APLICACIÓN

Vincular fuentes e identificadores.

Acordar cuándo los datos están suficientemente completos y son comparables para sustentar una decisión.

OUTPUT

Funnel Data Map

Fuentes, relaciones y actualización

04 Scenario Analysis

APLICACIÓN

Comparar escenarios con supuestos visibles.

Incorporar restricciones de capacidad y efectos compartidos entre palancas sin duplicar valor.

OUTPUT

Scenario Model

Impacto y sensibilidad económica

05 Decision Rights

APLICACIÓN

Precisar qué propone o ejecuta el agente.

Asignar quién decide sobre presupuesto, estrategia y excepciones, y bajo qué límites.

OUTPUT

Decision Rights Matrix

Responsables y límites acordados

06 Organizational Learning

APLICACIÓN

Revisar decisiones y resultados para actualizar el criterio operativo.

Conservar evidencia y contexto para reutilizar el aprendizaje.

OUTPUT

Learning Repository

Decisiones, resultados y condiciones

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Asignar inversión y capacidad donde generan mayor valor.

Una visión económica compartida del funnel permite comparar oportunidades de marketing y ventas, identificar qué limita el crecimiento y asignar recursos según su contribución esperada. Cada intervención genera evidencia para revisar la siguiente decisión de inversión y capacidad.

FAMILIA 08 / 09

Operational Excellence

QUÉ HA HECHO VISIBLE ARIA

Coste anual del tiempo dedicado a tareas repetitivas identificadas en tres clientes.

Servicios financieros · Administración

108.420 €/año

34,8 h/semana · 2 puestos analizados
12 tareas identificadas para automatizar

Empresa de producto · Comercial

228.384 €/año

54,9 h/semana · 3 puestos analizados
7 tareas identificadas para automatizar

Consultoría · Equipo de cuentas

382.730 €/año

122,7 h/semana · 5 puestos analizados
22 tareas identificadas para automatizar

Datos facilitados por initIA. Son costes identificados; el ahorro depende de qué se implante y de su resultado.

initIA · ARIA

Cuantificar el coste del trabajo. Decidir qué automatizar.

De tareas, tiempos y carga emocional a oportunidades de automatización priorizadas por ROI.

ARIA es el diagnóstico de initIA para decidir qué automatizar. Su agente conversacional recoge, por voz o texto, qué tareas hace cada participante, cuánto tiempo le llevan y cuáles le generan más carga emocional; su agente analítico clasifica las tareas e identifica los costes. El equipo de initIA valida el análisis e identifica qué oportunidades merecen prioridad.

ANTES

La dirección recibe peticiones de herramientas, pero carece de una visión conjunta del trabajo repetitivo y de su coste.

CÓMO SE REALIZA EL DIAGNÓSTICO

01 · Conversación diaria
5–10 min por persona con ARIA

02 · Registro durante 4 semanas
Tareas, tiempos, frecuencia y carga emocional

03 · Entrega en la semana 5
Mapa de oportunidades priorizadas por ROI

Diagnosticar el trabajo. Priorizar la automatización.

Cada participante cuenta su trabajo diario al agente de ARIA, por voz o texto. Esas conversaciones se estructuran y se analizan, y el equipo de initIA valida el resultado para que la dirección decida qué automatizar.

INPUT	OUTPUT
Relatos del equipo sobre tareas, tiempos, frecuencia y carga emocional.	Diagnóstico validado y hoja de ruta de automatización.

01 PREPARAR EL DIAGNÓSTICO

initIA + DIRECCIÓN
· DÍA 1

Se seleccionan el equipo y los roles que participarán. initIA configura el agente para esas personas y explica cómo utilizarlo en una reunión de lanzamiento.

CONDICIÓN DE PARTIDA

Un responsable en dirección con capacidad para actuar sobre los resultados y un equipo dispuesto a dedicar unos minutos diarios.

OUTPUT

Participantes definidos y acceso al canal de conversación con ARIA.

02 CONVERSAR CON EL AGENTE

CADA PARTICIPANTE + ARIA
· SEMANAS 1–4

Cada persona dedica 5–10 minutos diarios a contarle a ARIA, por voz o texto, qué tareas le consumen tiempo y qué dificultades encuentra.

QUÉ HACE LA IA

Guía la conversación y estructura la tarea, el tiempo dedicado, su frecuencia y la carga emocional. Así recoge la experiencia cerca del momento en que ocurre.

OUTPUT

Registros estructurados del trabajo cotidiano, sin formularios ni partes de horas.

03 CONVERTIR RELATOS EN DIAGNÓSTICO

AGENTE ANALÍTICO + EQUIPO DE initIA
· SEMANA 5

El agente analítico de ARIA detecta tareas recurrentes y las clasifica en siete arquetipos y calcula el tiempo empleado en cada una de ellas a partir de la información compartida.

VALIDACIÓN HUMANA

initIA revisa y valida el análisis y el impacto económico. El diagnóstico relaciona tareas, horas y costes por departamento y rol.

OUTPUT

Oportunidades de automatización con impacto y esfuerzo estimados.

04 DECIDIR EL ORDEN DE IMPLANTACIÓN

initIA + DIRECCIÓN
· SEMANA 5

initIA presenta el informe que reúne el inventario de tareas detectadas, las oportunidades de automatización, y una hoja de ruta ordenada por retorno previsto y esfuerzo.

DECISIÓN DE NEGOCIO

Los responsables valoran las oportunidades y deciden qué automatizar primero. El informe fundamenta esa elección; los resultados se comprobarán tras implantar.

OUTPUT

Prioridades de automatización, con una justificación económica y operativa.

CÓMO FUNCIONA ARIA

De la conversación diaria al mapa de oportunidades.

ARIA trabaja con **dos agentes en cadena.** El conversacional recoge el trabajo real del equipo, por voz o texto. El analítico lo estructura, lo clasifica en arquetipos y lo convierte en coste y prioridades.

Pantallas recreadas a partir de ARIA con los datos del caso de servicios financieros. Conversación real, editada y anonimizada.

01 Conversar

AGENTE CONVERSACIONAL · SEMANAS 1–4

5–10 minutos al día por WhatsApp, con audios o texto.

02 Estructurar

AGENTE ANALÍTICO · CADA DÍA

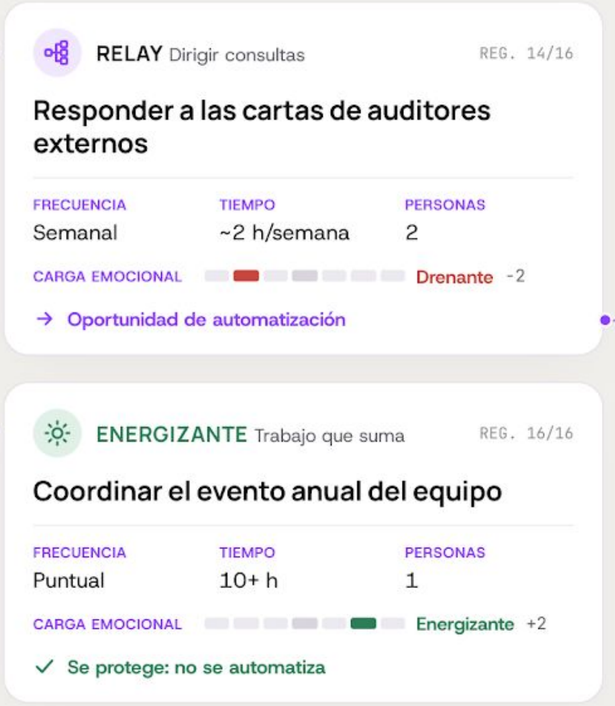
Tarea, tiempo, frecuencia, carga emocional y arquetipo.

03 Priorizar

INFORME VALIDADO POR initIA · SEMANA 5

Coste del trabajo repetitivo, arquetipos y oportunidades ordenadas por retorno previsto.







04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Diagnostic Design

APLICACIÓN

Elige un área con tareas repetidas y varias personas implicadas. Acuerda qué decisión debe permitir el diagnóstico y designa un sponsor con capacidad de actuar.

OUTPUT

Diagnostic Brief

Alcance, participantes y decisión de negocio.

02 Work Discovery

APLICACIÓN

Reserva 5–10 minutos diarios durante cuatro semanas para describir fricciones concretas. Así aflora la que el equipo ya da por normal. Registra tarea, tiempo, frecuencia y carga emocional.

OUTPUT

Friction Map

Tareas, tiempos, frecuencia y carga emocional.

03 Archetype Mapping

APLICACIÓN

Agrupa las tareas según los siete arquetipos de initIA. Identifica qué operación se repite y dónde aparece en otras áreas para valorar soluciones reutilizables.

OUTPUT

Archetype Matrix

Tareas por arquetipo y oportunidades de reutilización.

04 Value Assessment

APLICACIÓN

Valida las horas y el coste por proceso. Distingue el coste identificado, la capacidad recuperable y la inversión necesaria. Contrasta retorno previsto, esfuerzo y dependencias.

OUTPUT

Automation Business Case

Coste, capacidad recuperable, inversión y retorno previsto.

05 Value Realization

APLICACIÓN

Elige la primera automatización, su responsable y el resultado esperado. Define cómo medirlo y compara después el tiempo recuperado con la estimación.

OUTPUT

Automation Roadmap

Prioridades, responsables y métricas de impacto.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El coste invisible del trabajo define la oportunidad de automatización.

Medir tiempo y carga emocional revela fricciones que el equipo ha normalizado. Al contrastarlas con el retorno previsto y el esfuerzo, la organización puede convertirlas en prioridades de inversión.

CAPACIDAD OPERATIVA RECUPERADA

≈ 240

horas al mes

Tiempo estimado que el equipo deja de dedicar a documentación, preparación de información, coordinación y seguimiento.

El equipo lo dedica a análisis y seguimiento extra con el cliente.

Fuente: Elogia. Estimación del conjunto analizado.

LA BASE QUE SOSTIENE EL SERVICIO

AGENTES Y PRODUCTOS INTERNOS
Ejecutan tareas con permisos y límites.

SKILLS OPERATIVAS
Método, criterios de calidad y entregables.

BIBLIOTECA DE CONOCIMIENTO
Objetivos, negocio, marca y acuerdos del cliente.

El conocimiento del cliente, convertido en una ventaja operativa.

Elogia OS · Un sistema de trabajo con IA

Elogia OS reúne el contexto del cliente y los métodos de los especialistas. Skills y agentes apoyan propuestas, producción y seguimiento. El equipo conserva las decisiones y la aprobación de los entregables.

EL RETO

Mantener lo que el cliente ha contado y lo acordado cuando el trabajo pasa de un equipo a otro.

Onboarding
Contexto y alcance validados

New business
Propuestas construidas sobre los objetivos del cliente.

Producción creativa
Variantes que dirección de arte selecciona y finaliza.

Seguimiento
Acuerdos, tareas y estado compartidos

Una base común. Cinco pasos.

El conocimiento del cliente se reutiliza en cada proceso. Skills y agentes ejecutan tareas definidas; el equipo valida y decide.

INPUT	Contexto del cliente y procedimiento del especialista.	OUTPUT	Entregables revisados y próximos pasos acordados.

BASE COMPARTIDA — Biblioteca del cliente: contexto validado y acuerdos disponibles para cada proceso.

			CRITERIO HUMANO	OUTPUT
01	CONSTRUIR EL CONTEXTO Comercial y servicio · Alinean contexto	Desde discovery se recogen objetivos, oferta, compradores, marca y alcance. El onboarding organiza esa información en la wiki del cliente y asigna tareas por canal.	El equipo completa las lagunas y aclara ambigüedades con el cliente.	**Contexto validado para los siguientes procesos.**
02	DOCUMENTAR EL MÉTODO Especialistas · Documentan el método	Cada proceso especifica qué información necesita, qué pasos seguir y cómo debe ser el entregable. La skill recoge metodología propia y buenas prácticas del mercado y las plataformas.	El especialista fija criterios de calidad y puntos de revisión.	**Procedimiento reutilizable, con formato de salida y límites.**
03	EJECUTAR LAS TAREAS Agentes y productos · Ejecutan tareas	Con ese contexto y las skills, los agentes investigan, preparan borradores de propuesta, generan visuales base o sintetizan actividad. Cada agente opera con tareas, permisos y límites definidos.	El equipo delimita qué trabajo puede delegar en cada aplicación.	**Borradores y resultados preparados para revisión.**
04	VALIDAR Y DECIDIR Responsables · Revisan y aprueban	El responsable contrasta fuentes, hipótesis y adecuación al cliente. El equipo comercial valida precios y compromisos. Dirección de arte selecciona las propuestas creativas y realiza el acabado.	La estrategia, la negociación y la aprobación de entregables siguen en personas.	**Entregable revisado y aprobado por su responsable.**
05	CONTINUAR EL SERVICIO Equipo y sistema · Dan continuidad	Las transcripciones de reuniones autorizadas por el cliente, las tareas y la actividad reciente se convierten en resúmenes y siguientes pasos. El contexto del onboarding conecta el seguimiento y las nuevas propuestas entre equipos.	Las personas confirman compromisos, priorizan y acuerdan cómo avanzar.	**Seguimiento compartido con responsables y acciones.**

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 Workflow Design

APLICACIÓN

Selecciona una tarea recurrente con un responsable y una entrega definidos. Identifica qué debe trasladarse entre discovery, propuesta, onboarding y seguimiento.

OUTPUT

Workflow Map

Entradas, entregables, responsables y traspasos entre equipos

02 Client Intelligence

APLICACIÓN

Reúne objetivos, oferta, compradores, marca y acuerdos en una base común. Resuelve lagunas con el cliente y delimita acceso, vigencia y condiciones de uso.

OUTPUT

Client Knowledge Base

Conocimiento validado del cliente, objetivos y acuerdos de servicio

03 Skill Codification

APLICACIÓN

Traduce el método del especialista a un procedimiento ejecutable: pasos, fuentes, criterios de calidad, formato de entrega y ejemplos de un resultado aceptable.

OUTPUT

Skill operativa

Método propio y estándar de calidad explícitos.

04 Delegation Design

APLICACIÓN

Asigna tareas y permisos a cada aplicación. Define quién revisa fuentes y supuestos, quién aprueba la entrega y quién puede comprometer precio, alcance y condiciones.

OUTPUT

Matriz de decisión

Autonomía delimitada y responsabilidades claras.

05 Value Realization

APLICACIÓN

Mide el tiempo neto, incluida la revisión y el retrabajo. Decide qué análisis o seguimiento adicional recibirá el cliente con la capacidad liberada y comprueba su utilidad.

OUTPUT

Plan de reinversión

Capacidad recuperada y trabajo de mayor valor.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Haz que el conocimiento viaje con el servicio.

La continuidad del contexto permite que cada equipo aproveche el conocimiento acumulado sobre el cliente y los acuerdos que orientan el servicio. Codificar ese conocimiento y el método de los especialistas crea una base para delegar trabajo con criterio. La capacidad recuperada debe traducirse en mejor análisis, seguimiento y calidad de la relación.

IMPACTO EN LA OPERACIÓN

−50%

TIEMPO POR PROYECTO

De 2 h a 1 h, del briefing a la factura.

−87%

ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

De 15 a 2 minutos por presupuesto.

≈300

HORAS AL MES

Capacidad liberada estimada a partir del volumen mensual.
Medición: primeros 20 proyectos y feedback del equipo. La capacidad mensual es una estimación.

VALOR PARA EL NEGOCIO

Menos carga operativa y mayor control de la producción.

IBERIAN MEDIA · VOICESFY

La mitad de tiempo para gestionar cada proyecto.

Iberian Media desarrolla con agentes de IA una aplicación que conecta presupuestos, casting de voces, costes y cierre de proyectos.

Iberian Media produce contenido audiovisual para marcas. Voicesfy conecta a marcas y agencias con locutores de todo el mundo. La operación gestiona 400 presupuestos y 250 proyectos al mes.

El trabajo estaba repartido entre un ERP, un cotizador y una plataforma de casting, con traspasos manuales de información.

Con agentes de IA, construyeron una aplicación propia que conecta presupuesto, proyecto, casting, costes y cierre. El Quoter prepara la propuesta y pregunta por los datos que faltan; el Audio Creator, profesional de producción, revisa y decide.

ANTES	AHORA
Información dispersa y traspasos manuales.	Proyecto, costes y siguiente paso conectados.

Orquestar la producción, del presupuesto al cierre.

La IA estructura la propuesta; el equipo valida; la aplicación mantiene conectado el proyecto.

INPUT

Brief del cliente.

El Quoter identifica qué falta: piezas, mercados y derechos de uso.

01 PREPARAR LA PROPUESTA

QUOTER + AUDIO CREATOR

AI-ASSISTED QUOTING

El Audio Creator introduce el briefing. El Quoter solicita la información pendiente y prepara el presupuesto. El profesional revisa, ajusta y emite el PDF. El objetivo es definir el alcance y las condiciones del encargo antes de enviar la propuesta, sin depender de la memoria ni de consultar manuales.

OUTPUT

Presupuesto revisado y listo para enviar.

02 CONECTAR PROYECTO Y CASTING

AUDIO CREATOR + CLIENTE

PROJECT & CASTING

El proyecto recibe un identificador único y un estado visible. El equipo prepara una shortlist de voces del catálogo y comparte un enlace para que el cliente escuche y elija. En ocho de cada diez presupuestos, el casting acompaña la propuesta antes de su aprobación: el cliente puede valorar las voces desde el inicio.

OUTPUT

Proyecto identificado y voces accesibles al cliente.

03 CONSOLIDAR LOS COSTES

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

COST CONTROL

El equipo registra en el proyecto los costes acordados con cada locutor, estudio o proveedor de música. Cada coste queda asociado a su proveedor y al trabajo correspondiente. Así se mantiene la trazabilidad económica del proyecto y se prepara el cierre sin reconstruir los acuerdos entre herramientas.

OUTPUT

Costes y proveedores vinculados al proyecto.

04 AUTOMATIZAR EL CIERRE

APLICACIÓN + ADMINISTRACIÓN

FINANCIAL HANDOFF

La aplicación prepara la proforma para Administración y genera las órdenes de compra a los locutores. Holded recibe la información necesaria para contabilizar y facturar. La operación de producción permanece en Voicesfy App y el ERP conserva las funciones administrativas.

OUTPUT

Documentación de cierre y órdenes de compra.

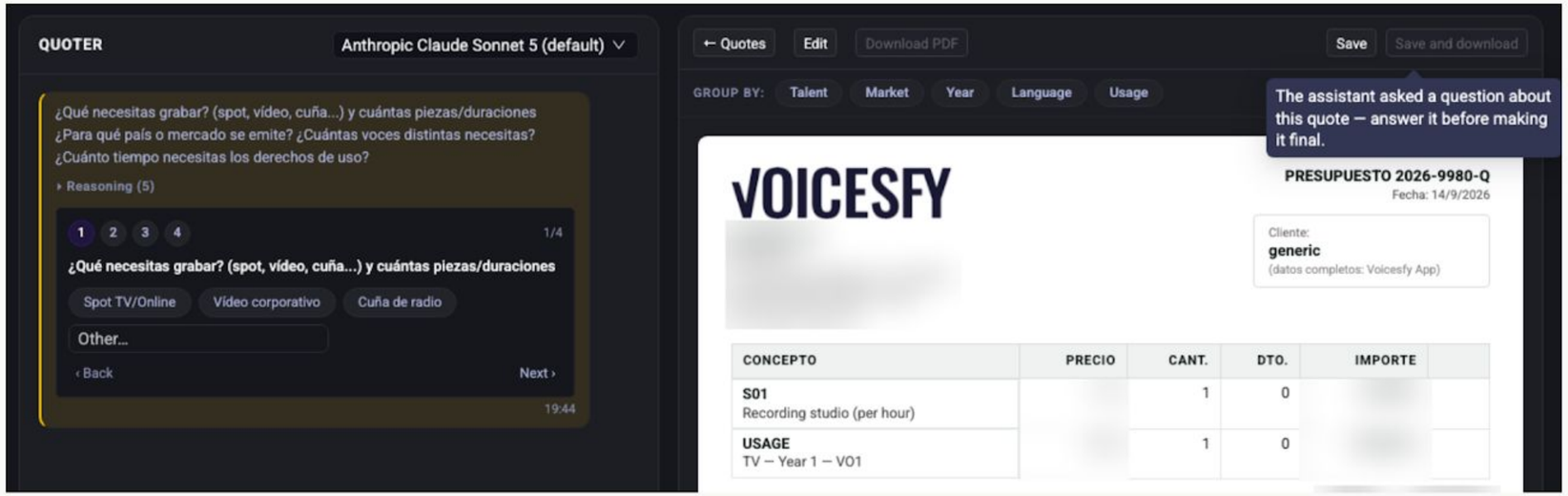
TIEMPOS OBSERVADOS · ANTES / AHORA

Presupuesto	15 min →	**2 min**	**Primera fase***	30 min →	**5 min**	**Proyecto completo**	2 h →	**1 h**

*Proyecto, presupuesto, casting y envío.

Voicesfy App · Sistema en uso

QUOTER · PANTALLA REAL



Brief → preguntas → propuesta revisada. El profesional mantiene el control del presupuesto.

CÓMO CONSTRUYERON LA CAPACIDAD

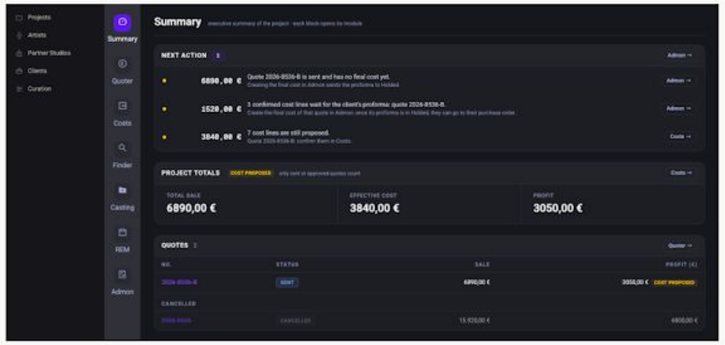
2 PERSONAS + 11 AGENTES

Dos personas a media jornada deciden y validan. Los agentes exploran, diseñan, revisan seguridad y código, prueban y documentan.

QUALITY GATE

Proponer → refinar → verificar → incorporar. Cada cambio debe superar las revisiones y pruebas antes de entrar en la versión.

DE SEIS SITIOS A UNA PANTALLA



Presupuesto, costes y siguiente paso en el mismo proyecto.

04 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01
MAP THE FRICTION

APLICACIÓN

Sigue un encargo real desde el briefing hasta la factura. Identifica dónde se duplica información, se repiten preguntas o se pierde contexto. Mide esas tareas y prioriza las fricciones que acumulan más carga operativa.

OUTPUT

Friction Map

Fricciones, tiempos de partida y prioridad.

02
DEFINE THE BOUNDARY

APLICACIÓN

Define qué debe resolver la nueva aplicación y qué funciones conserva cada sistema. Asigna un responsable a cada dato y concreta los puntos de traspaso entre producción y administración.

OUTPUT

Operating Model

Funciones, responsables y puntos de traspaso.

03
STRUCTURE THE BRIEF

APLICACIÓN

Establece los datos imprescindibles para presupuestar: piezas, mercados y derechos de uso. Configura la IA para detectar ausencias y preguntar antes de proponer. Una persona revisa y aprueba la propuesta.

OUTPUT

Validated Brief

Brief completo y presupuesto revisado.

04
CONNECT THE PROJECT

APLICACIÓN

Vincula presupuesto, estado, proveedores y costes a un identificador único de proyecto. Reutiliza esos datos para preparar la documentación de cierre y las órdenes de compra. Verifica el traspaso antes de activar automatizaciones.

OUTPUT

Project Record

Ficha única, costes y cierre conectado.

05
MEASURE BEFORE SCALING

APLICACIÓN

Compara tareas equivalentes antes y después sobre una muestra definida. Separa tiempos observados, capacidad mensual estimada y ahorro económico realizado. Revisa errores y calidad antes de ampliar el uso.

OUTPUT

Operations Scorecard

Tiempo, calidad, capacidad y coste.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

El conocimiento operativo se convierte en software propio.

La IA acerca el desarrollo de software a quienes conocen la operación. Codificar ese conocimiento en una aplicación conecta decisiones, datos y tareas a lo largo del proyecto. La oportunidad es ampliar la capacidad del equipo mediante un flujo propio y coherente, conservando en el ERP las funciones administrativas. El valor se consolida cuando el tiempo liberado se traduce en más proyectos atendidos, mejor control o menor coste efectivo.

CAPACIDAD CREATIVA Y OPERATIVA

30–60

Opciones creativas

Frente a 1–3 opciones semanales antes. Mayor productividad sin aumentar los costes.

›35 h

Ahorro por lanzamiento

Tiempo liberado en briefs, comunicación y consolidación de feedback.

›14

Líneas en paralelo

Capacidad de desarrollo de producto gestionada por el equipo.

MilfShakes

Agilizar el desarrollo de producto con IA.

AI-assisted Product Development: del concepto a fábrica.

MilfShakes lanza drops de edición limitada: textiles, cerámica, termos, perfumes y coleccionables, fabricados con proveedores de China y otros países.

El desarrollo exige trasladar la idea de marca a especificaciones técnicas, coordinar idiomas, revisar muestras y preparar documentación normativa. La IA ayuda al equipo de diseño a estructurar ese trabajo.

Un equipo pequeño puede desarrollar varias líneas de producto y coordinar distintos proveedores en paralelo, sin perder rigor. Las personas mantienen el control sobre el concepto, las muestras y la decisión de producir.

«La IA no decide qué producto hacemos. Elimina la fricción entre la idea y la fábrica».

Del concepto del drop a la decisión de producir.

La dirección fija el criterio; la IA estructura el desarrollo; las personas aprueban.

INPUT

Concepto del lanzamiento y condiciones de negocio: producto, posicionamiento, precio objetivo y atributos irrenunciables de marca.

OUTPUT

Documentación para revisión y decisiones humanas de aprobación.

01 Definir la dirección

Fijar los atributos irrenunciables del producto.

Equipo define el criterio

El equipo establece el concepto del drop, su posicionamiento y el precio objetivo. Define los brand guardrails: atributos de marca que deben preservarse durante el desarrollo.

Este marco orienta al diseño y permite evaluar propuestas, revisar muestras y decidir qué pasa a producción.

OUTPUT

Brand & Business Brief

Objetivos comerciales y atributos de marca irrenunciables.

02 Preparar el brief técnico

Traducir la intención creativa a instrucciones para fábrica.

IA estructura · Diseño revisa

El equipo de diseñadores utiliza la IA para convertir la visión de marca en briefs técnicos para fábrica. La IA redacta y traduce las comunicaciones con los proveedores.

La función es trasladar la intención creativa a instrucciones que la fábrica pueda interpretar y ejecutar, con supervisión del equipo.

OUTPUT

Supplier Briefing

Brief técnico y comunicaciones preparadas para el proveedor.

03 Revisar e iterar las muestras

Convertir la revisión de muestras en ajustes concretos.

Equipo evalúa · IA organiza

El equipo examina las muestras y decide qué necesita cambiar. La IA estructura el feedback de cada ronda para trasladar las observaciones al proveedor de forma ordenada.

El criterio sobre el producto sigue siendo humano. La IA ayuda a convertir la revisión en instrucciones concretas para la siguiente iteración.

OUTPUT

Sample Review Log

Observaciones, ajustes solicitados y feedback por ronda.

04 Validar y autorizar

Preparar la decisión de producción y cumplimiento.

Equipo autoriza · Especialistas validan

Durante el desarrollo, la IA ayuda a ordenar la documentación y detectar alertas o cuestiones normativas por categoría. El equipo prepara esa información para laboratorio o asesoría legal.

La aprobación de muestras, la decisión de producir y la validación final del cumplimiento normativo siempre pasan por una persona.

OUTPUT

Approval Gate

Documentación para revisión y decisiones humanas de aprobación.

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01

Define the Product Brief

APLICACIÓN

Traduce el concepto del lanzamiento en posicionamiento, precio objetivo y atributos irrenunciables. Utiliza esa referencia para evaluar propuestas y resolver decisiones durante el desarrollo.

OUTPUT

Brand & Business Brief

Objetivos y criterios de producto.

02

Structure Supplier Communication

APLICACIÓN

Convierte la intención creativa en especificaciones que el proveedor pueda interpretar y ejecutar. Revisa consistencia, traducciones y decisiones pendientes antes de enviar cada versión.

OUTPUT

Technical Product Brief

Instrucciones revisadas para el proveedor.

03

Close the Feedback Loop

APLICACIÓN

Registra qué se observa, qué debe cambiar y qué se acepta en cada muestra. Transforma el feedback en instrucciones trazables para comprobar si la siguiente iteración resuelve lo solicitado.

OUTPUT

Sample Review Log

Observaciones, cambios y estado por ronda.

04

Establish Approval Gates

APLICACIÓN

Define qué condiciones permiten aprobar una muestra y autorizar producción. Asigna responsables de la revisión técnica y normativa, con la documentación necesaria para decidir.

OUTPUT

Approval Checklist

Condiciones, evidencias y responsables.

05

Measure Development Capacity

APLICACIÓN

Evalúa tiempo de coordinación, rondas de muestras y líneas gestionadas en paralelo. Relaciona la capacidad ganada con la calidad del desarrollo y analiza por separado el resultado comercial.

OUTPUT

Development Scorecard

Tiempo, iteraciones, capacidad y calidad.

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Escala la cartera de producto sin convertir la coordinación en el límite del crecimiento.

Reducir el trabajo de documentación, traducción y consolidación de feedback permite dedicar más capacidad a explorar propuestas y desarrollar líneas en paralelo. La dirección creativa, la evaluación de muestras y la autorización de producción mantienen el criterio de la marca. La oportunidad consiste en ampliar lo que puede llevar al mercado conservando su exigencia de producto.

FAMILIA 09 / 09

Governance & Quality Assurance

EFICIENCIA DEL PROCESO

5 min

Para documentar y certificar

Una tarea que, de forma tradicional, podría requerir más de 30 minutos.

3 → 1

Plataformas en un único flujo

Recopilación, certificación y firma del archivo conectadas en el mismo proceso.

Comparativa operativa facilitada por VeriqX.

APLICACIÓN REAL

DELIRIO wallapop

VeriqX

Acreditar cómo se crea el contenido con IA.

Content Provenance
Trazabilidad del proceso creativo.

VeriqX documenta cómo se produce una pieza con IA. Reúne herramientas, materiales de origen, condiciones de uso e intervención humana.

La IA extrae metadatos, el productor los valida y completa, y el sistema certifica el registro y lo vincula al contenido final.

ANTES

Evidencias dispersas entre archivos, correos y herramientas de producción.

DELIRIO · WALLAPOP

Delirio documentó y certificó una pieza de Wallapop con 21 segundos generados con IA y el resto de imagen real.

De la evidencia dispersa a una pieza con trazabilidad.

La IA extrae información. El productor la valida. El sistema certifica el registro y lo vincula a la entrega.

INPUT	OUTPUT
Pieza terminada + ficha de producción + archivos utilizados.	Pieza firmada y certificado vinculados al registro de producción.

01 DELIMITAR LA PIEZA

Definir qué contenido se acredita y quién responde de su creación.

Equipo delimita

El equipo registra la pieza, su finalidad y los canales previstos. Identifica qué partes incorporan IA y quién aporta, revisa y aprueba la información.

OUTPUT

Ficha de producción y responsables

02 RECONSTRUIR EL PROCESO

Reunir los ingredientes que explican cómo se llegó al resultado.

IA extrae · Equipo completa

El productor sube los archivos y la IA extrae los metadatos disponibles. El equipo completa herramientas, materiales, prompts y versiones que explican cómo se creó la pieza.

OUTPUT

Evidence Pack de producción

03 VALIDAR EL REGISTRO

Comprobar los datos y documentar la aportación humana.

Productor valida

El productor contrasta la extracción y completa los vacíos. El equipo revisa licencias y consentimientos, registra condiciones de uso e identifica quién seleccionó, editó y aprobó.

OUTPUT

Registro validado con evidencias

04 DEFINIR EL ETIQUETADO

Decidir cómo comunicar la intervención de IA en el contenido.

Equipo define el etiquetado

El equipo distingue las partes generadas, modificadas o asistidas por IA. Revisa el contexto de publicación y documenta el criterio de etiquetado y la señalización correspondiente.

OUTPUT

Decisión de etiquetado documentada

05 CERTIFICAR Y ENTREGAR

Vincular el registro validado a la versión final que recibe la marca.

Sistema certifica · Equipo entrega

El sistema genera un certificado PDF con sello de tiempo eIDAS y firma el archivo mediante metadatos C2PA. El equipo entrega la pieza y su certificado asociados al registro.

OUTPUT

Pieza firmada y certificado

03 · APLICACIÓN A TU NEGOCIO

Implementation Guide

01 CONTENT GOVERNANCE

APLICACIÓN

Define quién aporta las evidencias, quién comprueba su integridad y quién autoriza la entrega.

Incorpora esas responsabilidades al encargo de producción.

OUTPUT

Responsibility Matrix

Roles y autoridad de aprobación

02 CONTENT PROVENANCE

APLICACIÓN

Establece un expediente común para equipos y proveedores.

Recoge materiales, herramientas, versiones y aportaciones humanas vinculadas a cada pieza.

OUTPUT

Evidence Pack

Origen y evidencias de cada pieza

03 EVIDENCE VALIDATION

APLICACIÓN

Contrasta la información extraída y completa los vacíos.

Documenta las condiciones de uso y resuelve las incidencias antes de cerrar el registro.

OUTPUT

Validated Record

Evidencias contrastadas y uso documentado

04 ASSET LIFECYCLE MANAGEMENT

APLICACIÓN

Asocia la versión final con su expediente, certificado y criterio de etiquetado.

Define cómo mantener esa relación cuando se modifica o adapta el contenido.

OUTPUT

Asset Handover Package

Versión final y trazabilidad documental

05 PROCESS PERFORMANCE

APLICACIÓN

Mide tiempo de documentación, expedientes incompletos y correcciones por proveedor.

Utiliza esos datos para mejorar los requisitos de entrega y reducir retrabajos.

OUTPUT

Process Scorecard

Eficiencia, calidad y retrabajo

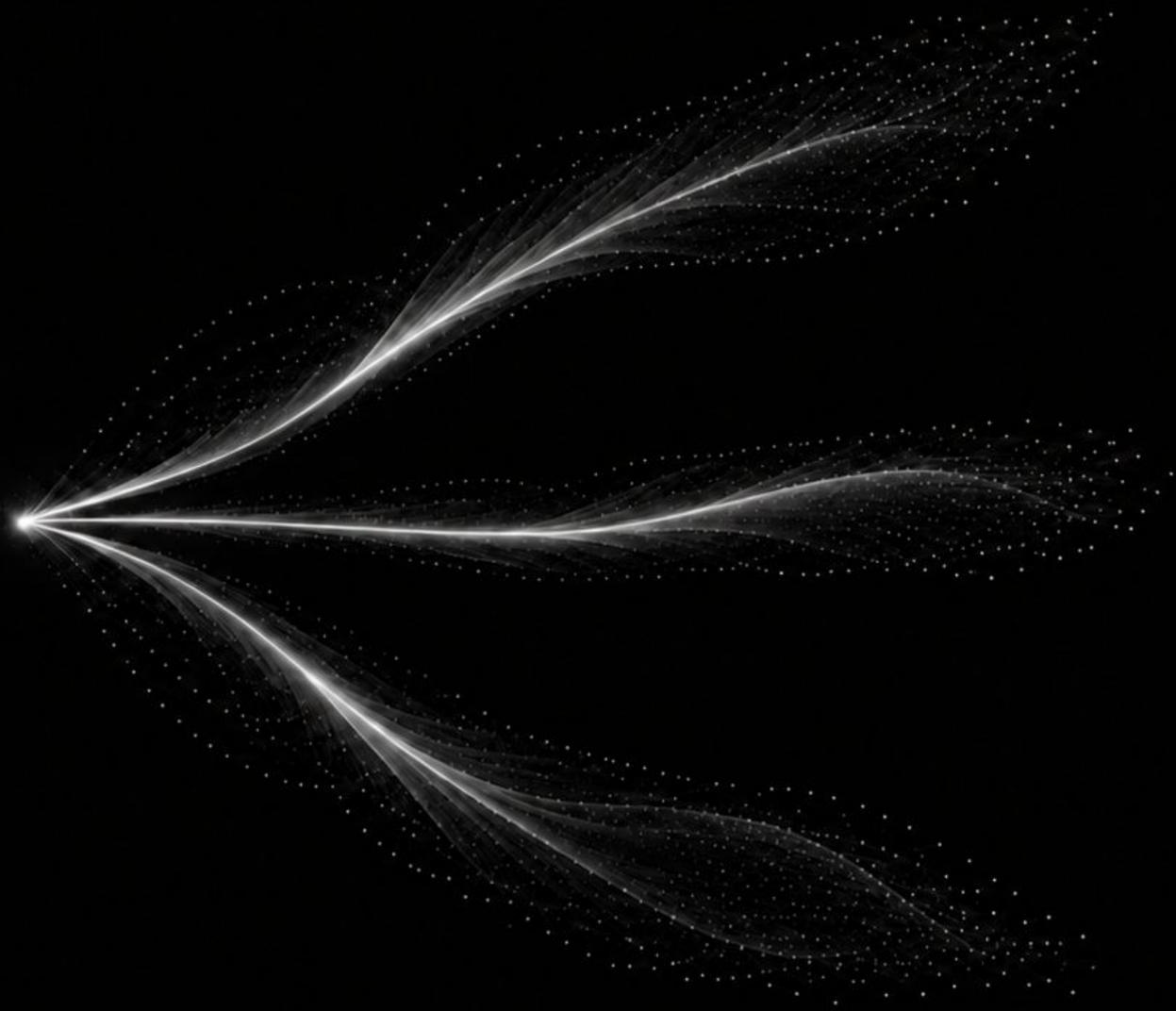
IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA

Acreditar el contenido con IA como parte del cumplimiento de la marca.

El AI Act establece obligaciones de transparencia y etiquetado para determinados contenidos con IA. Integrar su acreditación en el proceso creativo permite documentar el origen, conservar evidencias y fundamentar cómo identificar cada pieza al publicarla. VeriqX aporta soporte documental para gestionar estas obligaciones entre marcas y proveedores.

Future Agenda

Los grandes debates estratégicos que están redefiniendo la economía de la inteligencia artificial, el valor del capital humano y la transformación de los modelos de negocio del futuro.



03

Future Agenda

Los debates que están sobre la mesa

En las conversaciones que han dado forma a este Playbook **hemos accedido a las preguntas que los líderes de marketing tienen sobre la mesa:** decisiones sin una respuesta consolidada para las que ya están experimentando primeras alternativas. A ese espacio lo llamamos Future Agenda: la agenda de futuro que las organizaciones están debatiendo hoy.

En esas conversaciones hemos identificado tres bloques recurrentes. The Economics of AI plantea cómo comprar inteligencia, gestionar su coste y demostrar su retorno. Brain Capital abre la cuestión de cómo conservar y desarrollar el criterio humano mientras delegamos trabajo intelectual. The Price of Expertise aborda cómo agencias, consultoras y expertos revisan sus tarifas y modelos de cobro cuando la IA transforma el esfuerzo y la capacidad de prestar sus servicios.

Los apartados que siguen desarrollan qué se está debatiendo en cada bloque, qué intentan descubrir las organizaciones y qué primeras respuestas aparecen en las conversaciones. Junto a ellas, planteamos posibles pruebas para avanzar. Estas propuestas de experimentación se distinguen de las prácticas documentadas en el estudio.

La agenda de futuro que las organizaciones están debatiendo hoy.

The Economics of AI

On the road to ROI

Al pasar de una prueba acotada a una operación recurrente, la conversación económica cambia de escala. La capacidad de ejecutar empieza a contrastarse con la capacidad de generar un retorno reconocible.

En las conversaciones del estudio, este debate se articula en tres preguntas: **¿cuánto cuesta el resultado?, ¿cómo compramos inteligencia?, ¿cómo demostramos el retorno?** Los tres apartados siguientes exploran esas preguntas mediante Cost-to-outcome, FinOps for AI y Value realization. Son marcos para ordenar las decisiones y las primeras líneas de respuesta.

Cost-to-outcome · ¿Cuánto cuesta el resultado?

El primer debate es qué entendemos por resultado y cómo medimos lo que cuesta obtenerlo. ¿Contamos una respuesta generada, una pieza aprobada, una campaña activada o una venta? Cada unidad representa un punto distinto del proceso. Antes de calcular el coste, hay que acordar dónde termina el trabajo que se está evaluando.

Una generación barata puede formar parte de una operación costosa.

Cost-to-outcome sitúa la conversación en el coste completo de obtener un resultado válido.

Una primera aproximación consiste en sumar los recursos de una operación durante un periodo y relacionarlos con las entregas que cumplen el estándar acordado.

Quedan preguntas relevantes:

¿Cómo incorporamos revisión humana, intentos fallidos y correcciones?

¿Cómo distribuimos la inversión inicial?

¿Qué nivel de calidad hace comparables dos alternativas?

El Hallazgo 05 desarrolla la viabilidad económica del workflow.

Aquí interesa lo que esa medición permite descubrir: si el coste por entrega mejora al crecer el volumen o si aparecen nuevas restricciones de revisión, coordinación y activación.

Una prueba posible sería seguir un workflow desde la petición hasta la aceptación y **registrar consumo tecnológico, intervención humana y retrabajo**.

El objetivo sería contrastar el coste estimado con el coste observado y localizar qué explica la diferencia.

La hipótesis a explorar es que el resultado terminado ofrece una base de decisión más útil que el precio de una generación aislada.

¿Cómo valoramos una capacidad que antes no teníamos?

También queda abierta la valoración de lo que antes no se hacía.

¿Cómo evaluamos investigar nuevos segmentos o explorar más hipótesis comerciales cuando no existe un gasto previo que sustituir?

Cuando la IA habilita una actividad antes inviable, la evaluación debe considerar tanto el coste de desarrollarla como el valor incremental que puede aportar al negocio.

FinOps for AI · ¿Cómo compramos inteligencia?

La segunda conversación trata de cómo contratar y presupuestar una capacidad cuyo uso puede variar.

¿Conviene una licencia, consumo bajo demanda o un servicio gestionado?

¿Qué parte del gasto podemos anticipar?

¿Quién decide cuándo merece la pena utilizar más capacidad o un modelo más costoso?

La tensión económica es que el precio por unidad puede bajar mientras aumenta la factura total.

La tokenómica permite examinar qué determina ese consumo: modelos elegidos, comportamiento de los agentes y diseño del workflow.

¿Estamos comprando mejor o simplemente consumiendo más? ¿Qué incremento responde a una mayor creación de valor?

FinOps for AI introduce una posible respuesta organizativa: **conectar consumo, presupuesto y valor en una gestión compartida** entre negocio, tecnología y finanzas.

El debate está en cómo llevarla a la práctica. ¿Quién autoriza el gasto? ¿Quién explica sus desviaciones? ¿Quién puede acreditar el beneficio?

Una línea de experimentación sería acotar el presupuesto de un workflow, asignarle un responsable y observar su comportamiento ante distintos volúmenes de demanda.

Así se podría comprobar si las previsiones capturan las excepciones y si los límites de consumo protegen el presupuesto sin deteriorar el servicio.

Gestionar una cartera de modelos exige distinguir exploración y operación. Un **Model Garden** amplía las opciones disponibles. ¿Qué invertimos en probarlas y qué evidencia exigimos para utilizarlas, con qué compromisos de coste y desempeño?

La cartera también necesita **criterios de sustitución y retirada**. ¿Cuándo compensa un modelo mejor si exige adaptar integraciones, repetir evaluaciones o formar al equipo? La mejora esperada debe justificar también **el coste de cambiar**.

La decisión build vs. buy amplía esta conversación. ¿Qué capacidad conviene construir y conservar internamente? ¿Qué servicio merece contratarse?

Comparar **coste total, mantenimiento y dependencia del proveedor** permitiría explorar dónde termina la ventaja de desarrollar una solución propia.

Value realization · ¿Cómo demostramos el retorno?

La tercera pregunta aparece cuando hay mejoras visibles, pero todavía cuesta traducirlas a una decisión de inversión.

¿Qué significa retorno en cada iniciativa? ¿Capacidad liberada, ahorro efectivo, calidad de servicio o crecimiento?

¿En qué plazo debería materializarse? ¿Qué parte podemos atribuir razonablemente a la IA?

Value realization centra la discusión en **cómo se convierte el potencial en beneficio observado**. La distinción entre productividad e impacto, desarrollada en los hallazgos, sirve de punto de partida.

Acelerar propuestas comerciales muestra una mejora operativa. Comprobar su efecto sobre demanda atendida, conversión y margen requiere otro análisis.

Otra métrica: **Workflow Value Ratio** (WVR), retorno del workflow completo.

WVR = valor incremental ÷ coste total (IA, equipo, revisión y retrabajo).

WVR 3×: 3 € de valor por cada 1 €. Exige una línea base comparable.



También se debate quién responde de esa realización del valor.

¿Termina la responsabilidad cuando se despliega la solución o cuando el negocio utiliza la capacidad y obtiene el beneficio?

Vincular cada iniciativa a un responsable de negocio es una primera línea de respuesta que habría que contrastar con el funcionamiento real.

La cuestión de fondo sigue abierta:

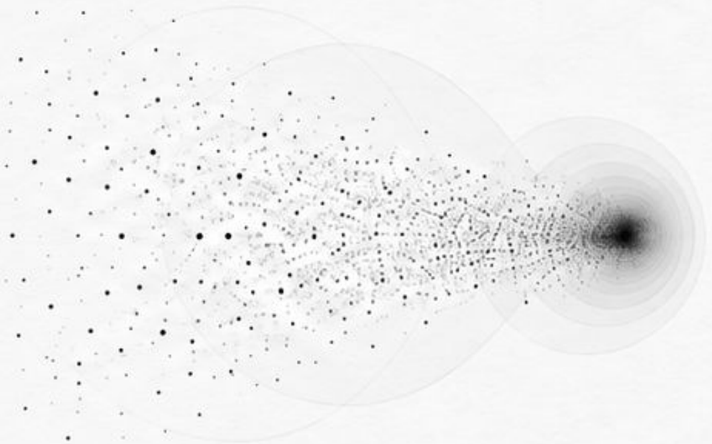
¿cómo pasar de una cartera de experimentos a una cartera de inversiones con criterios para escalar, corregir o detener?

The Economics of AI

On the road to ROI

01

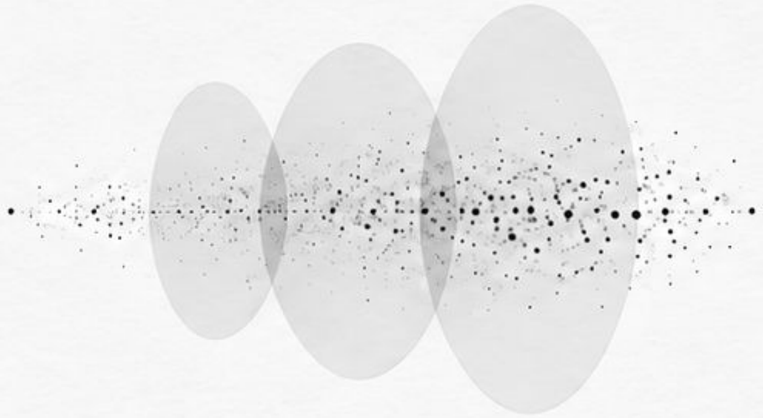
¿Cuánto cuesta el resultado?



Cost-to-outcome

02

¿Cómo compramos inteligencia?



FinOps for AI · Tokenómica

03

¿Cómo demostramos el retorno?



Value realization · ROI

Brain Capital

El coste de delegar pensamiento (un precio muy alto)

Hemos invertido millones en IA. ¿Cuánto hemos invertido en los cerebros que la utilizan? Brain Capital sitúa en la agenda la capacidad humana para aprender, ejercer criterio y dirigir una operación cada vez más apoyada en inteligencia artificial.

Parte del criterio que permite delegar se adquirió realizando el trabajo que ahora automatizamos. Esta tensión abre cuatro conversaciones conectadas: qué pensamiento conviene seguir ejercitando, cómo formar a los futuros expertos, cómo renovar sus capacidades y cómo preservar su autonomía intelectual. Los apartados siguientes exploran esas cuestiones y posibles vías de aprendizaje.

¿Formamos criterio o aceleramos entregas?

¿Qué aprendemos cuando construimos una respuesta y qué aprendemos cuando solo la validamos? ¿Cuándo la IA amplía nuestro razonamiento y cuándo aceptamos su propuesta sin comprenderla? Una entrega correcta puede ocultar experiencias de aprendizaje muy distintas.

En las conversaciones aparece la inquietud por el coste futuro de delegar conocimiento hoy. La cuestión es qué práctica necesita conservar una persona para seguir detectando errores, cuestionando recomendaciones y resolviendo situaciones nuevas. Es una pregunta sobre el diseño de la delegación, sin dar por demostrado un deterioro inevitable.

¿Formamos criterio o aceleramos entregas?

La conexión con Owned Intelligence es directa: ¿cómo renovamos el criterio del que depende nuestro conocimiento propio? Conservar información no resuelve por sí solo quién podrá interpretarla, actualizarla o ponerla en cuestión.

Expertise development · Formar a los expertos del futuro

¿Cómo formamos a los expertos del futuro si automatizamos parte del trabajo con el que aprendían?

En los perfiles júnior, el debate afecta a los primeros análisis, comparativas y borradores.

¿Qué experiencias deben sustituirlos para construir autonomía?

¿Qué competencias requieren práctica directa antes de poder supervisar a la IA?

Una prueba posible sería conservar un diagnóstico inicial de la persona antes de contrastarlo con la IA y discutir las divergencias con un sénior (mentoring).

Permitiría observar si la herramienta ayuda a comprender el problema o facilita aceptar una solución.

Los errores de trabajos reales podrían alimentar esa práctica y el aprendizaje compartido del AI Knowledge Hub.

La hipótesis a contrastar es que la velocidad de entrega puede convivir con el desarrollo de expertise si se preservan momentos de razonamiento y feedback.

La comprobación decisiva sería la transferencia: ¿puede la persona resolver un caso nuevo y defender su decisión?

Learning Quotient · Aprender, desaprender y reaprender

Learning Quotient expresa la capacidad de aprender, desaprender y reaprender.

En esta agenda, la pregunta es cómo desarrollarla cuando cambian las herramientas y los métodos de trabajo.

¿Qué merece actualizarse?

¿Qué fundamentos conviene reforzar?

¿Cómo distinguimos aprender una interfaz de adquirir una capacidad?

En marketing, esto afecta a competencias como interpretar una métrica, reconocer un problema de atribución o cuestionar un insight.

La discusión es cómo mantener ese dominio mientras se incorporan nuevas formas de ejecución y supervisión.

¿Puede la persona resolver un caso nuevo y defender su decisión?

Lifelong learning abre tres vías de exploración recogidas en la presentación: agentic tutoring, human skills y metacognition.

Permiten plantear cómo entrenar, qué capacidades priorizar y cómo reconocer los límites del propio conocimiento.

¿Podría un tutor adaptar la práctica a las lagunas de cada profesional?

¿Cómo entrenar juicio, comunicación y liderazgo sobre decisiones reales?

¿Qué ejercicios ayudarían a identificar supuestos y revisar el propio razonamiento?

Una posible experimentación combinaría práctica asistida y evaluación sobre un caso nuevo para comprobar qué aprendizaje se mantiene fuera del ejercicio.

Cognitive practice · Recomendaciones

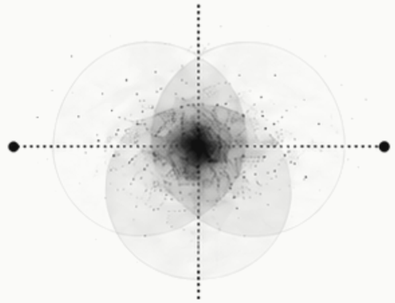
Reservar decisiones para resolver sin asistencia y utilizar la IA para poner a prueba el conocimiento propio.

01 · Memoria de criterio

Configurar un agente que registre correcciones, criterios y excepciones de tus respuestas. Validar lo aprendido antes de incorporarlo a una memoria propia.

02 · Executive Challenge

Practicar por voz un role-play con IA: una reunión simulada con un cliente o comité de dirección. La IA plantea objeciones y exige defender o revisar la propuesta.



03 · Scenario Shift

Dentro del role-play, la IA introduce un giro ficticio: el cliente reduce el presupuesto o cuestiona una premisa. Adaptar la decisión y explicar qué cambia y qué principio se mantiene.

Preservar momentos de razonamiento propio.

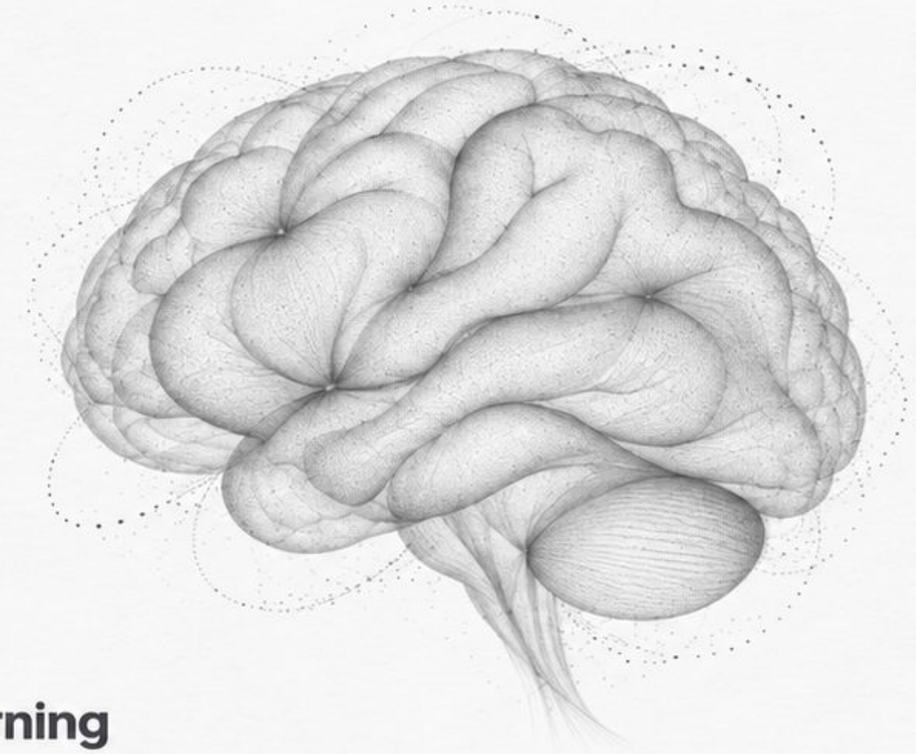
Convertir la experiencia acumulada en criterio transferible: defender decisiones, revisar supuestos y responder a escenarios nuevos.

Brain Capital

El coste de delegar pensamiento (un precio muy alto)

«Hemos invertido millones en IA. ¿Cuánto hemos invertido en los cerebros que la utilizan?»

¿Formamos criterio o aceleramos entregas?



Learning Quotient · LQ

Aprender, desaprender y reaprender.

Lifelong learning

Agentic tutoring Human skills Metacognition

The Price of Expertise

Tarifas y modelos de servicio de agencias, consultoras y expertos

Si la IA lo hace más rápido, más barato y mejor que tú, ¿por qué deberían pagarte? En los servicios profesionales, esta pregunta lleva a otra: ¿cómo cobramos por el trabajo del conocimiento cuando la IA facilita producir más con menos?

Si el cliente percibe menor esfuerzo, ¿esperará pagar menos? ¿Y si mejora la calidad o el impacto en negocio, estará dispuesto a pagar más?

En las conversaciones aparece una preocupación: cómo valorará el mercado una producción cada vez más asistida.

La percepción del valor

Las horas siguen orientando costes, pero no determinan por sí solas el valor del servicio ni su precio.

¿Se trasladará la productividad al precio, al margen o a mayor servicio? ¿Podría una contribución superior justificar también tarifas más altas?

La cuestión es anticipar cómo cambian las expectativas de remuneración, sin asumir una rebaja inevitable.

¿Qué estará dispuesto a pagar el mercado?

Esta agenda recoge las preguntas abiertas sobre futuras tarifas y modelos de negocio.
Las alternativas que siguen son posibilidades por contrastar, no respuestas consolidadas.

Cómo cambia el valor percibido

Las tarifas habituales siguen vigentes: horas, fees por proyecto y retainers.

Pero la IA puede cambiar cómo valora el cliente el trabajo de producción. ¿Qué parte atribuye al criterio, la calidad y al resultado logrado?

Una eficiencia mayor puede generar presión a la baja, un servicio de más calidad o impacto puede abrir espacio a una remuneración superior.

No hay un único efecto en las tarifas: la discusión depende del servicio, del cliente y de su valor percibido.

¿Se pagará por esfuerzo o por valor reconocido?

Cuatro modelos de servicio emergentes

Workflow-as-a-Service
(pago por trabajo validado)

Owned Intelligence Licensing
(acceso a tecnología experta)

AI-Native Operating Subscription
(operación gestionada por expertos + AI)

Operational Capability as a Service
(capacidad integrada en el cliente)

¿Cómo se cobra el trabajo del conocimiento?

Preguntas que siguen abiertas

¿Qué pagará el cliente cuando la IA haga más accesible la producción?

¿Cuándo un mayor impacto justificaría una tarifa superior?

¿Pagará por entregables, inteligencia licenciada, operación gestionada o capacidad integrada?
¿Qué garantías y límites de servicio se esperan de cada modalidad?

No anticipamos la respuesta.
Abrimos el debate.

La publicidad ofrece un precedente:
al separarse creatividad y medios,
las comisiones cedieron terreno al fee.
¿Qué cambiará ahora con la IA?

1. Workflow-as-a-Service
Fee por unidad validada

La agencia completaría un workflow con IA y validación experta, desde la petición hasta el resultado final.

Se cobra por cada entrega terminada y aceptada. El cliente no contrata horas ni capacidad permanente.

Ejemplo: un experimento de campaña con hipótesis, activación, resultados y recomendación validada.

Queda por precisar dónde termina cada entrega, cómo se valida y qué excepciones quedan cubiertas.

El precio seguiría la entrega validada, no las horas.

2. Owned Intelligence Licensing
Acceso a tecnología experta

Expertos crean y validan agentes y sistemas de decisión propios.

El cliente licencia esa tecnología y la utiliza en su propia operación, sin contratar una gestión continua.

La IA puede operar con autonomía. El diferencial es el criterio experto que diseña y valida el sistema.

¿Qué autonomía y especialización estará dispuesto a pagar el cliente?

El criterio experto se transforma en tecnología licenciable.

¿Qué se licencia?

Acceso a agentes y métodos propios, con cuota periódica o pago por uso.

El cliente opera la tecnología, no delega la gestión del servicio.

La agencia podría actualizar agentes y mantener sus estándares sin dirigir la operación del cliente.

¿Pagaría más por este expertise que por desarrollar y mantener tecnología propia?

Se cobra por inteligencia, no por operación.

La pregunta abierta: ¿cuánto pagará el cliente por inteligencia autónoma diseñada y validada con criterio experto?

3. AI-Native Operating Subscription

La agencia ofrece una operación continua que combina inteligencia artificial y talento sénior. El cliente contrata una función gestionada.

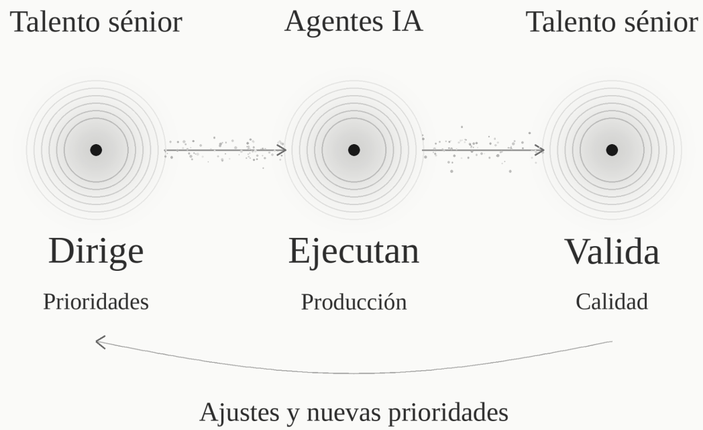
Los sistemas inteligentes aportan velocidad, automatización y escala. Los profesionales incorporan criterio, visión de negocio y supervisión. **Ambas inteligencias forman parte de una misma propuesta de valor.**

La responsabilidad operativa permanece en la agencia, sin exigir al cliente construir toda la función internamente.

Los agentes ejecutan procesos y el talento sénior interpreta resultados, valida calidad y resuelve excepciones.

Esta combinación permite ofrecer servicios continuos con autonomía tecnológica y responsabilidad humana.

El mercado tendrá que decidir cuánto valor atribuye a esta combinación de inteligencia humana y tecnológica, frente al cobro tradicional por horas o por entregables.



El cliente compra una operación híbrida, no solo herramientas o piezas.

La suscripción puede incluir capacidad de ejecución, dirección sénior, continuidad y niveles de servicio. El alcance delimita responsabilidades.

El valor de una operación AI-native reside en convertir la capacidad de ejecución de la IA en resultados de negocio sostenidos, bajo una dirección experta que define prioridades, gobierna la calidad y asume la responsabilidad del servicio.

4. Operational Capability as a Service

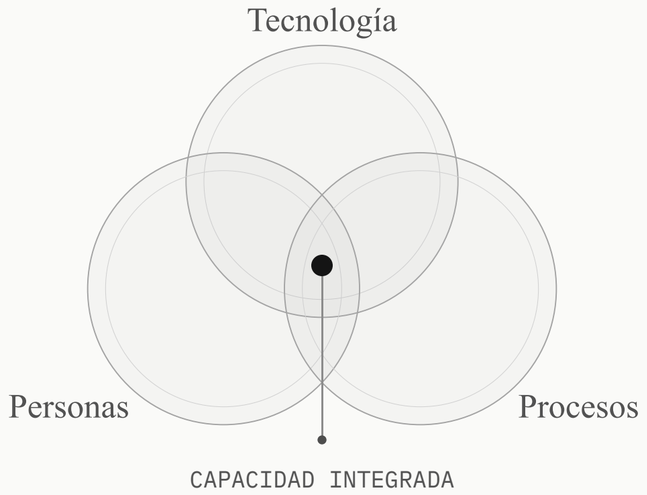
Del suministro de servicios a la integración de capacidades operativas. El proveedor amplía lo que la empresa puede hacer con sus propios recursos.

Incorpora tecnología, agentes, conocimiento experto, talento y procesos. No gestiona únicamente una operación externa, sino que **construye una capacidad dentro de la organización cliente.**

El proveedor puede diseñarla, implantarla y transferir al equipo interno competencias y autonomía.

Capacidad operativa incorporada a la organización.

El cliente no compra un programa de formación, un software y un rediseño de workflows. Compra una transformación que integra los tres elementos para desarrollar una capacidad empresarial que antes no tenía.



Para que esta nueva capacidad exista, el servicio integra tres perspectivas.

AI-Powered Marketing Transformation explica qué valor se desarrolla. Enterprise Marketing Operating Model explica cómo se hace operativo. Operational Capability as a Service define cómo se comercializa.

Cuando tecnología, procesos y talento se integran en la operación habitual, el resultado es una Institutionalized Operational Capability.

No es una plataforma instalada, sino una capacidad incorporada a la organización, gobernada y capaz de evolucionar continuamente. Su transformación puede medirse.

Qué ofrecemos · Propuesta de valor

AI-Powered Marketing Transformation desarrolla capacidades internas de marketing impulsadas por IA. El servicio incorpora tecnología, conocimiento experto y acompañamiento para que la organización pueda operar y evolucionar la nueva capacidad.

La propuesta comprende tanto el rendimiento de la solución como la capacidad que queda instalada en el cliente. **Integra tres dimensiones: tecnología, personas y operaciones.**

Technology incorpora inteligencia de marca y un sistema operativo de IA: modelos, agentes, datos y conocimiento.

People integra desarrollo de capacidades, formación, acompañamiento y adopción efectiva. La práctica supervisada y la transferencia de conocimiento preparan al equipo para utilizar y mejorar la solución.

Operations rediseña workflows, funciones, estándares y producción híbrida para coordinar tecnología y criterio humano. La supervisión y la mejora continua forman parte de la nueva operación.

Estas dimensiones no son productos independientes. Su valor aparece cuando operan conjuntamente, dentro de un modelo que conecta conocimiento, talento, procesos y producción.

Adoption & Capability Building concreta una responsabilidad del servicio: preparar al equipo y acompañar la adopción hasta que la capacidad se incorpore al trabajo habitual.

El cliente adquiere una capacidad que puede **utilizar, supervisar y mejorar**. Su consolidación exige que el conocimiento, las responsabilidades y los procedimientos formen parte de la operación habitual.

La continuidad se observa en el uso recurrente, la competencia de los equipos, la autonomía operativa y la contribución al negocio.

Alcance y remuneración

La propuesta comercial debe precisar qué incluye: diseño, implantación, licencias, acompañamiento, transferencia y evolución continua. La tarifa responde al alcance y a las responsabilidades asumidas.

Capacidad operativa incorporada a la organización expresa qué adquiere el cliente. **Capacidad de transformación medible** expresa cómo evaluar lo que ahora puede ejecutar, sostener y mejorar.

El desarrollo de capacidades aporta fundamento a la remuneración cuando se traduce en compromisos y resultados observables.

El valor incluye lo que la organización aprende a operar y mejorar.

Cómo lo hacemos · Modelo operativo y adopción

Enterprise Marketing Operating Model lleva la propuesta de valor a la operación: integra conocimiento, talento, procesos y producción. El método conecta tecnología y personas con los procesos reales y las prioridades del marketing.

Technology & Intelligence

Incorpora infraestructura, agentes, datos y conocimiento propio como recursos de ejecución y decisión. El contexto interno deja de ser solo documentación de consulta: **la inteligencia propia se incorpora al trabajo**.

Operating Model

Articula workflows, procesos, funciones, estándares y governance. Define responsabilidades, criterios de calidad, derechos de decisión y supervisión de sistemas de IA.

People & Adoption

Acompaña el diseño, la implantación y el uso recurrente. Formación, práctica supervisada, soporte y transferencia de autonomía permiten al equipo incorporar las capacidades a su trabajo.

La tecnología y el rediseño del trabajo no garantizan por sí solos el cambio. La arquitectura se consolida cuando los equipos adoptan el modelo, desarrollan competencias y ganan autonomía.

¿Cómo se lleva a la práctica?

Inspire moviliza a los equipos con casos de uso y oportunidades reales. Comprender qué cambia en el trabajo y qué valor aportan los nuevos procesos revela las competencias que necesitan desarrollar.

Educate desarrolla esas competencias mediante formación aplicada, práctica supervisada y feedback experto.

Act lleva ese aprendizaje al trabajo: se ejecutan los nuevos workflows, se supervisan y se consolidan rutinas. La implementación se acredita cuando el sistema se utiliza habitualmente, no solo cuando está disponible.

La adopción no termina con la formación.

La transferencia de criterio, conocimiento y autonomía permite operar y mejorar la nueva capacidad. El acompañamiento combina soporte, supervisión, calidad y mecanismos de mejora continua.

Cómo se comprueba la consolidación

La transformación se acredita cuando los equipos utilizan, supervisan y mejoran los nuevos procesos. Su efectividad se mide por **adopción, competencia, autonomía, integración en el trabajo y contribución al negocio**.

Así la capacidad deja de depender del proyecto que la implantó y puede evolucionar dentro de la organización.

¿Por qué contratarte cuando la IA es más rápida, más barata y más lista?

Cómo ser irremplazable cuando la inteligencia es gratis

Nuestra profesión atraviesa la mayor revolución de su historia.

Un cambio de paradigma que está redefiniendo qué significa aportar valor como profesional del marketing.

El apalancamiento intelectual que antes estaba reservado a expertos hoy está disponible para cualquiera.

Lo único que diferencia a un consultor excelente de uno mediocre no es lo que sabe.

Y la mayoría lo usa para hacer lo mismo más rápido. (No para hacer cosas mejores).

El mercado no paga conocimiento. Paga seguridad. Paga la certeza emocional de que alguien responsable está al mando.

Paga cómo piensas. Cómo decides. Cómo operas.

Eso se llama criterio.

Y es la única inteligencia que no se democratiza.

Pero no aparece solo. Se construye. Con un plan de formación deliberado. Con una red de contactos clave. Con las skills que el mercado pagará siempre. Con un estándar de excelencia.

No es sexy. No es viral. Es la fórmula que funciona aunque nadie quiera admitirlo.

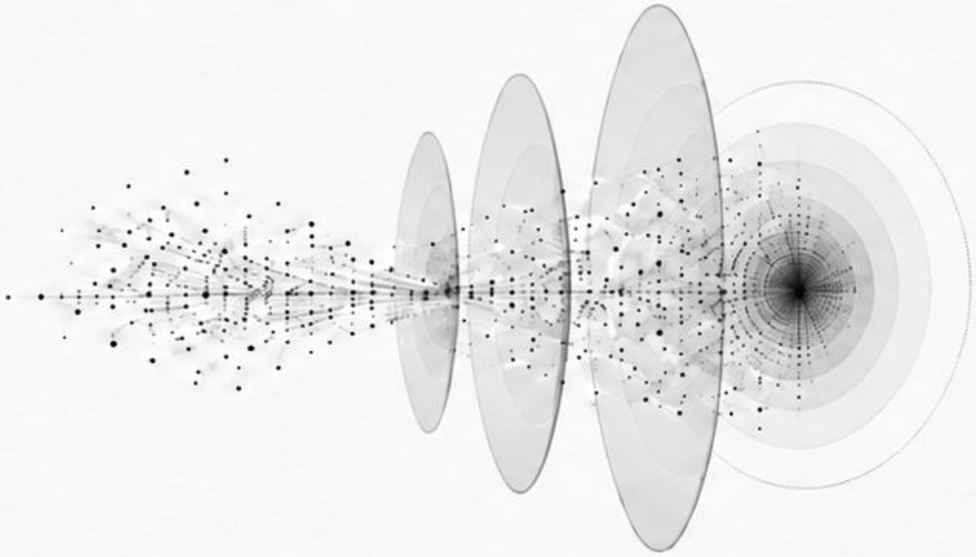
Y sus principios no nacieron con el marketing digital. Son ancestrales. Solo cambia el campo donde se aplican.

CRITERIO

The Price of Expertise

Cómo cobramos por el trabajo del conocimiento

Si la IA lo hace más rápido, más barato y mejor que tú, ¿por qué deberían pagarte?



REMUNERATION MODELS

Value-based pricing • Outcome-based fees • Hybrid pricing

Research sources

El material y obra intelectual del Playbook nace de una investigación profunda: entrevistas y sesiones 1:1 con líderes de marketing, cuestionarios y documentación de casos reales. Esa inteligencia de campo se ha contrastado con investigación académica de máximo nivel, informes estratégicos y literatura de referencia para cuestionar hipótesis, contextualizar los hallazgos y distinguir las prácticas observadas de nuestra interpretación editorial.

SELECTED RESEARCH · PUBLICATIONS, REPORTS & TECHNICAL REFERENCES

ORGANIZATION & VALUE

McKinsey
From anxiety to advantage: A marketing organization that thrives with AI

McKinsey
Reinventing marketing workflows with agentic AI

McKinsey
From campaigns to continuous growth: AI capabilities shaping marketing

McKinsey / QuantumBlack
The state of AI in 2026: On the road to ROI

McKinsey / QuantumBlack
The cost of intelligence: How CIOs can manage AI demand at scale

McKinsey
Improving the economics of agentic AI

McKinsey
Rewiring to outcompete with AI

BCG
Moving the Agentic Marketing Transformation from Illusion to Reality

McKinsey
The agentic organization: Contours of the next paradigm for the AI era

BCG
Agentic AI Will Make the CMO’s Role More Consequential

BCG
How the Composable Shelf Reinvents Marketing

WORK & HUMAN CAPITAL

Microsoft
Work Trend Index 2025: The Year the Frontier Firm Is Born

McKinsey Global Institute
Agents, robots, and us: Skill partnerships in the age of AI

McKinsey
Five principles for designing brain-powered organizations

McKinsey MHI / WEF
The human advantage: Stronger brains in the age of AI

MIT Sloan
The EPOCH of AI: Human-Machine Complementarities at Work

Udemy Business
Human skills in the AI age: Beyond technical training

Stanford HAI
The 2026 AI Index Report

Harvard Business School
The Cybernetic Teammate: A Field Experiment on Generative AI Reshaping Teamwork and Expertise

Harvard Business School
Navigating the Jagged Technological Frontier

Microsoft
2026 Work Trend Index: Agents, human agency, and the opportunity for every organization

Harvard Business School
Competing in the Age of AI

AGENTS & SYSTEMS

Anthropic
Building effective agents

Anthropic
Demystifying evals for AI agents

Harvard Data Science Review
The Agent-Centric Enterprise

NVIDIA
Use NeMo to turn agent failures into tests and harness fixes

NVIDIA
How to govern autonomous agents in enterprise AI factories

Google ADK
Loop workflow agents

Model Context Protocol
Introduction to MCP

Agent2Agent Protocol
A2A and MCP

Agent2Agent Protocol
Agent discovery

Microsoft Research
GraphRAG: Graph-based retrieval-augmented generation

OpenAI
A Practical Guide to Building AI Agents

ECONOMICS & TECHNOLOGY

FinOps Foundation
FinOps for AI overview

WFA / MediaSense
Future of Media Agency Remuneration

OpenRouter
Auto Router documentation

LiteLLM
Proxy documentation

Microsoft Azure AI Search
Retrieval-augmented generation overview

Anthropic
Claude models overview

OpenAI
GPT-6 Astra model documentation

BCG
The Formula for Agentic AI Value: Applied AI Index 2026

Google Cloud
AI Agent Trends in Customer Experience 2026

OpenAI
The State of Enterprise AI (2025)

BCG
As AI Investments Surge, CEOs Take the Lead (AI Radar 2026)

© 2026 Sergi Trujillo
Investigación y autoría.
Todos los derechos reservados.
Con el apoyo institucional de IEBS.

Sigamos la conversación.

Este trabajo está abriendo nuevas conversaciones con compañías que quieren llevar esta inteligencia a sus negocios, trazar su mapa de oportunidades y poner a prueba su potencial mediante el despliegue de pilotos.

Sergi Trujillo