

TU PRIMER EMPLEADO DE IA

Cómo darle el contexto de tu negocio, montarle memoria y ponerlo a editar, vender y pautar en un fin de semana. Sin programar.



El error no es técnico. Es de **mentalidad.**

Dirigí una agencia de 90 personas. Hoy soy un solo emprendedor, sin un empleado. Y cuando abrí Claude Code por primera vez, no entendí nada y lo cerré. Intenté un par de tutoriales y me abrumaron. No soy técnico, y si estás leyendo esto, lo más probable es que tú tampoco.

El error no era técnico. Lo abrí buscando una herramienta, algo a lo que pedirle cosas sueltas, como el chat que ya usaba. Lo que hay del otro lado es un equipo. Y a un equipo no se le consulta: se le explica el negocio, se le dan permisos, se le corrige y se le vuelve a pedir. El día que cambié esa expectativa, todo lo demás se acomodó.

Hoy mi día no empieza en el correo ni en el calendario. Empieza en Claude Code, en un monitor aparte que le compré solo para eso. Desde ahí me ordena el día, me analiza las reuniones de venta, me edita videos, me arma campañas y me avisa qué contacto tiene dinero dormido. Volví a sentirme gerente, y de varios a la vez.



DATO

En un estudio sobre 5.172 agentes de atención al cliente de una empresa de software, la IA generativa subió la productividad un 15% en promedio, y hasta un 30% entre los MENOS experimentados. La ventaja es más grande justo para el que menos sabe.

Brynjolfsson, Li y Raymond, "Generative AI at Work", Quarterly Journal of Economics 140(2), 2025 · academic.oup.com/qje

Esta guía es todo lo que en el episodio #282 conté como anécdota, aquí desarmado en recetas: el pedido exacto, lo que hay que tener listo antes y la regla que hace que funcione. El episodio completo está aquí:

open.spotify.com/episode/3lqflGEDPmyzYTzRfnCtLf

Los 4 errores, y qué hacer con cada uno

Los cuatro errores que me costaron meses son el mismo error con cuatro caras: tratarlo como herramienta y no como equipo. Ninguno es un problema de programador. Los cuatro son de jefe.

EL ERROR	LO QUE EN REALIDAD PASA	LA RECETA
Creer que hay que programar	Adentro hay carpetas y archivos de texto que lees como un documento	Página 4
Pedirle un párrafo	El techo no es un párrafo: es el trabajo terminado y subido	Páginas 11 a 13
Pedirle sin darle lo tuyo	La inteligencia la tiene cualquiera; tu contexto no lo tiene nadie	Páginas 5 a 8
No guardar nada	Sin registro, tu equipo empieza de cero todos los días	Páginas 9 y 10

10%

de las empresas de América Latina conecta la IA con la estrategia del negocio

WEF y McKinsey, ene-2026 · [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)

39%

de las empresas reporta impacto en resultados, aunque el 88% ya usa IA
McKinsey Global Survey, "The state of AI in 2025", n=1.993

48%

de las tareas de las 100 principales ocupaciones de Chile tiene potencial de aceleración con IA

CENIA, SOFOFA, Stanford y Min. del Trabajo, dic-2024. Potencial modelado por tarea, no productividad medida



REGLA DE ORO

Todos tenemos acceso a la misma inteligencia. La ventaja no está en el acceso, está en el cómo: en cuánto contexto le das y cuánto de lo que pasa en tu negocio queda registrado.

Las recetas de esta guía están desarrolladas para el ebook. En el episodio son anécdotas.

No es código. Es **texto que lees**.

La primera pantalla asusta: fondo negro, letras, permisos que te pide y no sabes para qué. Yo pensé lo mismo que estás pensando: esto es para desarrolladores. No lo es. Todo lo que hay adentro son carpetas y archivos de texto. Los abres, los lees y entiendes qué dicen, porque están escritos en español, no en código.

Los archivos que guardan las instrucciones se llaman Markdown, terminan en **.md**, y son un documento común con títulos y viñetas. Ahí vive todo lo que tu equipo sabe de ti. Cuando quieras cambiar cómo trabaja, no programas nada: editas el texto, como corregirías el manual de un empleado nuevo.

¿Y lo técnico que igual aparece? No hace falta que lo sepas. Te va diciendo dónde hacer clic y qué autorizar. Y hay un paso más: instalé la extensión de Claude para Chrome, que le deja tomar el control del navegador. Le pedí que se conectara solo a Google Drive, y vi el mouse moverse y hacer clic exactamente donde había que hacerlo. Lo mismo con Google Analytics y con los píxeles de Meta y de Google, que nunca son fáciles de configurar.

LO QUE VAS A OÍR	EN LLANO
Agéntico	No solo responde: ejecuta. Abre archivos, entra a tus cuentas y termina el trabajo
Skill	Una receta guardada, para que algo se haga siempre igual sin volver a explicarlo
MCP / conector	El cable que une tu IA con una aplicación tuya (tu CRM, tu Drive, tus reuniones)
Markdown (.md)	Un archivo de texto con títulos y viñetas. Lo lees y lo editas como un documento
Terminal / consola	La ventana desde donde tu equipo trabaja. Tú escribes o dictas ahí, nada más



TRUCO

Cuando algo te pida hacer diez clics en una plataforma, para y pide esto: “dame el prompt para que lo hagas tú con la extensión de Chrome”. Yo me aburrí de ir haciendo clics y ese fue el momento en que dejé de ser el operario.

La inteligencia la tiene cualquiera. **Tu contexto, no.**

Este es el error que más caro sale, porque no se nota. Pides algo, recibes algo, parece correcto, y es genérico. Genérico quiere decir que le sirve igual a tu competencia. Ya no somos la entidad más inteligente de nuestro negocio: esa inteligencia la tenemos todos, por el mismo precio. Lo único que es tuyo es lo que sabes de tu negocio, de tus clientes y de tus reuniones.



Todos tenemos acceso a esa inteligencia superior. A lo que nadie tiene acceso es a tu contexto: tu información privada, la de tu negocio y la de tus clientes. Eso es único.

Javier Yranzo · episodio #282 (cita adaptada al español neutro)

De ahí sale la única regla que cambia el resultado de todo lo demás: **el trabajo bueno no depende de tu prompt, depende de cuánto de tu negocio hay adentro cuando lo pides**. Y hay tres maneras de meterlo, que se suman: verlo en un ejemplo y guardarlo una vez (página 6), dictarlo en vez de teclearlo (página 7) y dejar que te lo saque a preguntas (página 8).



DATO

Solo el 10% de las empresas de América Latina conecta la IA con la estrategia del negocio. El 23% reporta algún valor económico y apenas el 6% un impacto significativo. Casi nadie está haciendo esta parte.

World Economic Forum y McKinsey, "From potential to productivity: Latin America in the Intelligent Age", ene-2026 · mckinsey.com



ERROR

Si tu pedido cabe en dos líneas, el resultado va a caber en dos líneas de valor. No es que la IA sea mala: es que le pediste que adivinara tu negocio.

El mismo pedido, con **tres minutos de diferencia**

Este es el caso que uso siempre: quieres lanzar un servicio nuevo y le pides el plan para lanzarlo. Mira los dos pedidos y, sobre todo, mira lo que devuelve cada uno.

EL PEDIDO DE DOS LÍNEAS

"Necesito una estrategia para lanzar mi servicio nuevo. Dame un plan de marketing."

Lo que recibes: redes sociales, email marketing, contenido de valor, alianzas. Un plan que le sirve a cualquiera, o sea a nadie. Sin tu precio, sin tu canal, sin tu cliente y sin tus restricciones. Y como suena bien, lo peor: te lo crees.

EL MISMO PEDIDO, DICTADO EN TRES MINUTOS

"Te voy a dar contexto y después te pido el plan."

Lo que recibes: un plan que empieza por el canal del que ya vinieron tus últimos clientes, con un número de inversión que puedes sostener, sin lo que ya probaste y falló, y con un resultado medible a 90 días.

Las 8 cosas que se dictan antes de pedir nada

- ✓ Qué vendes exactamente y a quién (industria, tamaño, país, quién firma).
- ✓ Qué cobras, y cuánto te deja ese cliente en un año.
- ✓ De dónde vinieron tus últimos 10 clientes, uno por uno.
- ✓ Qué ya probaste que no funcionó, y por qué crees que falló.
- ✓ Qué tienes hoy: lista de correos, seguidores, socios, clientes contentos.
- ✓ Cuánto tiempo y cuánto dinero por mes puedes sostener seis meses seguidos.
- ✓ Qué NO estás dispuesto a hacer (grabar video, llamar en frío, bajar el precio).
- ✓ Qué resultado querías a 90 días y con qué número lo vas a medir.



PARA LLEVAR

Estas ocho respuestas se dictan una vez y se guardan en un archivo. A partir de ahí, cada pedido nuevo arranca desde ahí y no desde cero.

No hay teclado que aguante todo lo que **sabes**

No hay manera de meter todo ese contexto tecleando. Dictando, sí. Yo uso una aplicación que se llama Wispr Flow: habilita una tecla que no usas para nada (en Mac, la tecla Función), la aprietas, hablas, la sueltas y el texto ya está escrito donde estabas. Hoy no podría trabajar sin eso, y no auspicio nada de lo mío.

El cambio no es de velocidad, es de cantidad. Escribiendo pones lo mínimo para que se entienda. Hablando cuentas la historia entera: lo que pasó, lo que te preocupa, lo que ya intentaste, lo que el cliente dijo textual. Eso es exactamente lo que le falta para hacer un buen trabajo.

Cómo dictar: cuatro reglas

- ✓ **Habla mal, no escribas bien.** Repítete, vuelve atrás, corrígete en voz alta. Él ordena; tú solo tienes que no dejarte nada afuera.
- ✓ **Cuenta el caso, no el pedido.** En vez de "escribe un correo de recuperación", cuéntale quién es el cliente, qué compró, cuándo dejó de responder y qué te dijo la última vez.
- ✓ **Pega la prueba.** Un pantallazo vale más que tu descripción del pantallazo. Yo cargué la captura de la web de un amigo y sobre eso le pedí los títulos nuevos.
- ✓ **Dicta también lo que no quieres.** Los límites son contexto: qué tono no va, qué palabra no usas, qué te hizo quedar mal la última vez.



TRUCO

Prueba esto una vez: dicta tres minutos seguidos sobre un problema del negocio sin parar a corregir, y termina con "ahora hazme las preguntas que te falten". Es la diferencia entre un ayudante y un socio.

Que no te obedezca todavía: **que te pregunte**

Una receta guardada, en la jerga, es un skill. La analogía que uso es la del chef: si haces siempre el mismo plato, tienes una receta con los mismos ingredientes, el mismo orden y los mismos tiempos, para que salga siempre igual. Eso es una receta aquí: una manera de hacer algo, escrita una vez, para no volver a explicarla nunca. Se pueden inventar, y también descargar de bibliotecas públicas. Algunos las venden; yo las consigo todas gratis.

La receta que más me cambió el resultado no produce nada: pregunta. Se llama Drill Me y hace preguntas sin parar hasta tener todo el contexto que necesita sobre un tema. Te va preguntando incansablemente, y recién cuando dice "ya tengo todo", produce.

PLANTILLA · LA RECETA DEL INTERROGATORIO

Guárdala una vez y llámala cada vez que empieces algo importante:

"Antes de producir nada, entrevístame. Hazme una pregunta por vez, no una lista. Cada pregunta tiene que servir para tomar una decisión distinta sobre el resultado. Si mi respuesta es vaga, repregunta en vez de seguir. Cuando creas que ya puedes hacer un trabajo excelente, para, dime qué entendiste en diez líneas y espera mi confirmación. Recién ahí lo haces."



REGLA DE ORO

Si la primera respuesta que recibes es el entregable, pediste mal. En lo que importa, la primera respuesta tiene que ser una pregunta.



SIGUIENTE PASO

Toda tarea que hagas más de dos veces al mes tiene que terminar como receta guardada. La segunda vez que expliques lo mismo, es la señal.

Nuestra memoria es finita. La de tu equipo, **no**.

Yo no me acuerdo de lo que hice ayer. En una reunión de venta el cliente te dice exactamente por qué no te compró, y a los tres días se te fue. La respuesta ya te la dieron; el problema es que no la guardaste.



Hoy llegas a una reunión y a veces hay más tomadores de notas con IA que personas. Tienes que tener uno. Yo elijo Fireflies, no digo que sea el mejor, pero me funciona y tiene conector directo, o sea que se enchufa a mi equipo sin que yo haga nada.

Cuando cierro el día le digo “cerremos el día” y descarga todas las reuniones. Entiende si fue con un prospecto, con un cliente o con un proveedor, y las archiva en la carpeta que corresponde. Nada de eso se pierde: es lo que la gente llama el segundo cerebro.



TRUCO

Para que el archivado solo funcione, tu equipo necesita saber quién es quién. Dicta una vez la lista: clientes activos, prospectos abiertos, proveedores y equipo. Sin esa lista, todo cae en la misma bolsa y el paso 3 no sirve.

El registro no vale por guardar. Vale por lo que le preguntas.

Con todo archivado, tu equipo puede cruzar meses de conversaciones y encontrar patrones que tú no ves porque los viviste de a uno. Yo le pregunto qué episodios del podcast funcionaron mejor y me responde eso, y además cuál fue el tema que se repetía en los que funcionaron. O cuál es el dolor principal de los prospectos con los que hablé.

LO QUE NECESITAS SABER	LA PREGUNTA, TAL CUAL
Por qué pierdo ventas	"Lee las últimas 10 reuniones que no cerraron. ¿Qué objeción se repite y en qué momento de la conversación aparece?"
Qué debería vender	"Con lo que dijeron mis clientes este trimestre, ¿qué me están pidiendo que hoy no vendo?"
De qué hablar en mi contenido	"¿Qué pregunta me hicieron más veces los prospectos este mes? Dame las cinco más repetidas, textuales"
A quién estoy por perder	"¿Con qué clientes no tengo una reunión hace más de 60 días, y qué les prometí en la última?"
Qué prometí y no cumplí	"Lista los compromisos que asumí yo en reuniones del mes pasado y marca cuáles no tienen seguimiento"
Si mi discurso mejoró	"Compara cómo expliqué mi servicio hace seis meses contra cómo lo explico ahora. ¿Qué cambió y qué empeoró?"
Dónde se cae el precio	"En las reuniones donde dije el precio, ¿qué pasó justo después y a partir de qué monto cambia la reacción?"



REGLA DE ORO

Pregunta por lo que se repite, no por un dato suelto. El dato suelto lo encuentras tú más rápido; el patrón no lo ve nadie sin cruzar meses de conversaciones.



ERROR

Nunca aceptes una conclusión sin la cita. Pídele siempre: "dime de qué reunión y de qué fecha sacaste cada cosa". Si no puede señalarlo, no lo tomes como cierto.

Que te ordene la mañana y te **sople** en la reunión

1 El arranque del día

Antes mi día era entrar al calendario, al correo, al CRM, mirar la lista de tareas y armarme una idea. Hoy escribo dos palabras, "café mañanero", y eso dispara todo el proceso: entra a mi correo, a mi calendario y a mi CRM, sabe cuáles son mis objetivos y en qué proyectos estoy, vio lo que pasó ayer, y me dice las tres cosas que debería hacer hoy y cuál no se me puede pasar. Y me avisa: tienes un contacto en el CRM dormido hace tiempo, ahí hay dinero, que no se te escape.

PLANTILLA · EL PEDIDO, GUARDADO COMO RECETA

"Mira mi calendario de hoy y mañana, mi correo desde ayer y mi CRM. Crúzalo con mis objetivos del trimestre. Devuélveme: (1) las tres cosas del día ordenadas por impacto en la facturación, con una línea de por qué está cada una; (2) lo que se me está por escapar hoy; (3) el contacto con más tiempo sin movimiento que todavía tiene dinero en juego, y el mensaje listo para enviarle."

2 El guion de reunión, en la segunda pantalla

Todas mis reuniones de venta están grabadas y sigo un método, el de David Sandler. Mi equipo analiza cada reunión contra ese método y me dice qué hice bien, qué hice mal y cómo mejorar para la próxima. Y cuando viene la reunión siguiente, como está en el calendario y en el CRM, me prepara un battle card: el contexto del cliente, qué sabemos de él, cuál es el problema que quiere resolver, y el guion. El cliente no lo ve. En una pantalla tengo el Zoom y en la otra el guion, y voy siguiendo.



TRUCO

Pídele el guion con las preguntas escritas para leerlas en voz alta tal cual, y con las notas de contexto separadas de las preguntas. Si tienes que interpretar o escribir algo mientras hablas, no lo vas a usar.

Del testimonial subido a YouTube a la campaña armada

3 El video del caso de un cliente

Grabé un testimonial con un cliente y le pedí que armara el video del caso. Antes de la reunión ya me había hecho las preguntas y el guion. Después, sin que se lo pidiera, sacó el saludo del principio, el chiste que tiré, el final que no tenía nada que ver, acortó los silencios, le puso música de fondo y sobreimpresiones con el cargo del cliente usando mi manual de marca. Y no terminó ahí: creó la miniatura, lo subió a YouTube y me dio el texto listo para pegar en mi blog. No quedó más o menos. Quedó muy bueno. Terminé aplaudiendo al monitor.

- ✓ Tu manual de marca en un archivo: colores, tipografía, cómo se escribe tu nombre. Si no lo tiene, va a inventar.
- ✓ Buen audio y buena imagen: los tomadores de notas guardan el video en baja calidad. Para el video final, graba en Zoom.
- ✓ El número del caso, conseguido antes de grabar. Un testimonial sin cifra es un elogio, y un elogio no vende.

4 El agente que arma las campañas

Programar campañas en Meta Ads o Google Ads es un montón de pasos y de clics. Conecté Claude Code con Meta Ads siguiendo un tutorial de veinte minutos y ya tenía a mi agente, al que llamé Matías. Le dejo en una carpeta los anuncios en video e imagen, y los entiende porque los ve, uno por uno. Vio mi página. Redacta los textos, los sube, configura el objetivo, me ayuda a definir cuánto dinero poner y si conviene optimizar a nivel de campaña o de grupo de anuncios, lo arma, lo analiza y espera los resultados.



ERROR

No lo dejes operando solo. Yo le pido que deje todo en pausa y las activo yo. Circularon avisos de que Meta bloquea cuentas con agentes optimizando sin parar: con uso moderado no ha pasado nada, con una IA tocando la cuenta las 24 horas se nota.

Aplicaciones que antes no valía la pena hacer, y un panel que te dice **la verdad**

5 Las mini aplicaciones

Un día pensé: qué bueno sería tener un cotizador en mi sitio. Se lo pedí, miró mi sitio, armó la maqueta, la probamos, funcionaba, y me dio el texto para pegarlo y publicarlo. Si entras a javieryranzo.com y bajas hasta el pie, vas a ver un montón de aplicaciones que fui creando. Antes eso era inviable: nadie iba a invertir tiempo ni dinero en algo que quizá era mala idea y quizá nadie usaba. Hoy te puedes equivocar rápido y barato. O ganas o aprendes.

La misma lógica sirve para probar antes de decidir. Un amigo estaba trabado con el título de su página. Le pasé el pantallazo, di el contexto y pedí tres versiones, pero además una maqueta interactiva con el diseño real, para ir haciendo clic y comparar. Producir algo así con un pedido era literalmente imposible hace un año.

6 El panel que critica tu idea

Cuando tengo una idea, la paso por un panel. Es una receta que arma varias voces distintas, incluida la voz del cliente, y cada una la analiza desde su interés. Al final hay un semáforo: rojo, mala idea, no avances; amarillo, tiene potencial pero no como la estás planteando; verde, avanza. En una organización, si eres el jefe, el equipo te dice que sí. Una opinión honesta no es fácil de conseguir, y una despiadada menos.

PLANTILLA · EL PANEL, SIN DESCARGAR NADA

"Arma un panel de cinco voces que critiquen esta idea: un inversionista que solo mira números, un cliente típico mío que no me conoce, un competidor que quiere que me equivoque, alguien de mi equipo que va a tener que ejecutarla y un escéptico total. Ninguna puede estar de acuerdo por cortesía. Cierra con un semáforo (rojo, amarillo o verde) y con la prueba más barata que puedo correr esta semana para saber si tenía razón."

Siete días, siendo un dueño solo

Empecé un fin de semana, sin saber nada. Aproveché una semana de poca demanda y le metí muchas horas. Como dicen, cuando no estás talando árboles es cuando tienes que afilar el hacha. La ruta de entrada, los canales y las comunidades las cuento en el episodio; aquí va el orden de lo que conviene montar primero.

DÍA	QUÉ MONTAS	POR QUÉ VA AQUÍ
0	Instalar y ver un tutorial de punta a punta	Empieza por el plan más barato; ya subirás cuando te quede chico
1	La ficha de tu negocio, dictada (las 8 respuestas de la página 6)	Sin esto, todo lo demás sale genérico
2	El tomador de notas en todas tus reuniones, archivando solo	Lo que no grabes esta semana ya lo perdiste
3	El arranque del día	Es la receta que vas a usar todos los días, así que es la que más rinde
4	Tu primera receta guardada: la tarea que repites igual cada semana	Aquí ves el ahorro por primera vez, y eso sostiene el hábito
5	El guion antes de la reunión de venta y el análisis después	Toca dinero directo
6	El panel que critica tu próxima idea	Te ahorra el gasto que ibas a hacer la semana que viene
7	Revisar qué usaste de verdad y tirar el resto	Lo que no usaste en siete días no lo vas a usar



REGLA DE ORO

El orden es: primero lo que se repite igual, te come tiempo y no exige criterio. Antes de cada tarea me pregunto si la puedo automatizar entera. ¿No? ¿La mitad? ¿Un 30%? Con el 30% arranco.



DATO

Esto tiene curva: los usuarios con más de seis meses de uso tienen alrededor de un 10% más de tasa de éxito en lo que piden. Tu primera semana no es tu techo.

Anthropic Economic Index, mar-2026. Es el propio proveedor midiendo su producto, tómalo como orientación



ERROR

No automatices lo que todavía no sabes hacer bien a mano. Si tu reunión de venta es mala, un guion automático la hace mala más rápido.

Te da brazos. El criterio lo sigues poniendo tú.

Hay un momento del día en que estoy entusiasmado y otro en que me da el efecto Terminator: bueno, ¿y hasta dónde no me necesitan para nada? La respuesta honesta es que sí te necesitan, y en la parte que más pesa: el criterio, la experiencia, saber qué pedir. Lo que consigues es un grupo de empleados que hacen el trabajo bien si se lo sabes pedir bien.

LO DELEGO ENTERO	NO LO DELEGO NUNCA
Editar, subir, titular, etiquetar, miniaturas	Qué le prometo a un cliente
Ordenar información y encontrar patrones	El precio y la decisión de cerrar
Armar la campaña, los textos y la estructura	Apretar el botón de activar
Redactar borradores de todo	Lo que sale publicado con mi nombre
Analizar mis propias reuniones	Qué es verdad y qué no



DATO

En plataformas de trabajo freelance, la demanda de trabajos de escritura y programación cayó un 21% tras la llegada de ChatGPT, y un 17% la de creación de imágenes. El mercado ya se movió.

Demirci, Hannane y Zhu, Management Science, 2025 (datos de 2023) · [ssrn.com](#)

Por eso esto no es una moda ni algo que se va a pasar. Los que dicen eso todavía no vieron el resultado del trabajo: la calidad, el nivel, lo rápido y lo barato que sale. Y si hoy tengo que elegir un proveedor, elijo al que se está potenciando con esto, porque por el mismo dinero me entrega mucho más. Jensen Huang, el CEO de Nvidia, lo dijo mejor que yo: no vas a perder tu trabajo por la inteligencia artificial, lo vas a perder con alguien que la usa.

Jensen Huang, Milken Institute Global Conference, 6 de mayo de 2025 · [cnbc.com](#)



REGLA DE ORO

La ventaja no es tener acceso a la inteligencia: eso lo tiene todo el mundo. La ventaja es lo que le das de tu negocio y lo que dejas registrado. Eso no se compra por 20 dólares al mes.

Bloquea un fin de semana. Es lo único que **te separa**.

Si haces esto, en siete días tienes tu negocio explicado en un archivo, todas tus reuniones grabadas y ordenadas, el día que te llega armado cada mañana y la primera tarea que ya no vuelves a hacer tú. Si no lo haces, ya sabes cómo sigue: otro trimestre haciendo a mano lo que tu competencia dejó de hacer a mano, y compitiendo contra alguien que entrega el triple por el mismo precio.

La acción de hoy (una hora)

- ✓ Bloquea el horario en tu agenda. Para mí es la primera hora de la mañana, antes de que empiece el estrés del día. Si rindes de noche, hazlo de noche.
- ✓ Instala una app de dictado y dicta las 8 respuestas de la página 6. Guárdalas en un archivo.
- ✓ Pon el tomador de notas en la próxima reunión que tengas. Hoy, no el lunes.

Escucha el episodio #282 completo

Ahí cuento la ruta de entrada exacta: qué canales de YouTube seguir, qué challenge hice en un fin de semana y cuál es la alternativa en español si el inglés te complica.

open.spotify.com/episode/3lqfIGEDPmyzYTzRfnCtLf

Marketing para David, el podcast donde los negocios chicos aprenden a ganarle a Goliat. Nuevo episodio cada semana. ¿Quieres el sistema de adquisición completo para tu negocio?
javieryranzo.com

Fuentes:

Brynjolfsson, Li y Raymond, "Generative AI at Work", *Quarterly Journal of Economics* 140(2), 2025, n=5.172 agentes de atención al cliente · academic.oup.com/qje (+15% de productividad promedio, +30% en los menos experimentados)

Jensen Huang (CEO de Nvidia), Milken Institute Global Conference, 6-may-2025 · [cnbc.com](https://www.cnbc.com) ("no vas a perder tu trabajo por la IA, lo vas a perder con alguien que la usa")

World Economic Forum y McKinsey, "From potential to productivity: Latin America in the Intelligent Age", ene-2026 · mckinsey.com/featured-insights/americas (10% conecta la IA con la estrategia; 23% reporta valor económico; 6% impacto significativo)

McKinsey Global Survey, "The state of AI in 2025", nov-2025, n=1.993 (88% usa IA, 39% reporta impacto en resultados; en agentes ninguna función pasa del 10%)

Demirci, Hannane y Zhu, *Management Science*, 2025, datos de 2023 · ssrn.com/abstract=4602944 (-21% en trabajos de escritura y código, -17% en creación de imágenes en plataformas freelance)

CENIA, SOFOFA, Stanford y Ministerio del Trabajo (Chile), dic-2024 (48% de las tareas de las 100 principales ocupaciones con potencial de aceleración; es potencial modelado por tarea, no productividad medida)

Anthropic Economic Index, mar-2026 (los usuarios con más de 6 meses tienen ~10% más de tasa de éxito; es el proveedor midiendo su propio producto)

Javier Yranzo, episodio #282 de Marketing para David (todas las prácticas, herramientas y resultados propios citados a lo largo de la guía)