

IA QUE VENDE

Cierra el sistema: atrae tráfico, convierte y monetiza en piloto asistido con agentes y playbooks listos para usar



Todos los derechos reservados.

Queda prohibida la reproducción, distribución o transformación total o parcial de esta obra por cualquier medio sin autorización escrita del titular de derechos, salvo los límites previstos por la ley.

Licencia de uso de plantillas y prompts (anexos):

El comprador puede **usarlos y modificarlos en proyectos propios y comerciales**. No se permite revender, redistribuir o publicar los archivos como plantillas, paquetes de prompts o productos sustitutivos.

Descargo de responsabilidad:

Este libro es informativo. No constituye asesoramiento legal, fiscal ni financiero. Los

resultados dependen de tu ejecución, contexto y mercado; **no hay garantías de ingresos**. La IA generativa puede cometer errores: **verifica** salidas antes de usarlas en producción.

Marcas y terceros:

Las marcas citadas pertenecen a sus respectivos titulares. Las referencias a herramientas no implican afiliación ni patrocinio.

Datos y privacidad:

Si integras IA con datos de clientes, asegúrate de cumplir RGPD/LOPDGDD y políticas de cada proveedor.

ÍNDICE

Prólogo — Por qué este libro existe y cómo expresarlo en 7 minutos.

Capítulo 1 — El mapa del dinero con IA

- 1.1 Qué significa “monetizar IA” (directa vs. indirecta)
- 1.2 Dónde está el ROI hoy y qué evitar
- 1.3 Herramientas mínimas para empezar desde cero

Capítulo 2 — Modelos de negocio y pricing para IA

- 2.1 Suscripción, uso, freemium y “value-based pricing”
- 2.2 Paquetización: good-better-best
- 2.3 Métricas que importan: CAC, LTV, payback y margen con costes de API

Capítulo 3 — Servicios freelance/agency en piloto asistido

- 3.1 Redacción y SEO con IA (brief → borrador → edición humana)
- 3.2 Social y UGC asistidos (hooks, calendario, repurpose)
- 3.3 Ads con IA: creatividades, testeo y optimización automática
- 3.4 Email/SMS: secuencias que convierten
- 3.5 Traducción/localización y diseño con IA
- 3.6 Cómo venderlo: portafolio, oferta y delivery

Capítulo 4 — Productos y apps con IA

- 4.1 Chatbots “listos para nicho” (método clonable)
- 4.2 GPTs y modelos especializados: licencias, API y SaaS
- 4.3 Webs y landings con IA: del briefing al sitio en 48h
- 4.4 Roadmap técnico sin humo (MVP en 14 días)

Capítulo 5 — Contenido que factura

- 5.1 Ebooks, cursos y plantillas: de idea a lanzamiento
- 5.2 Vídeo sin cámara: guion, voz y edición con IA

5.3 Arte/recursos generativos: venta y límites legales

5.4 SEO programático y clusters temáticos

Capítulo 6 — Integrar IA en negocios existentes

6.1 Atención 24/7 con bots: casos retail, servicios y educación

6.2 Recomendaciones, pricing dinámico y previsión de demanda

6.3 Analítica accionable: qué mirar cada día/semana

6.4 Implantación sin dolor: personas, procesos y datos

Capítulo 7 — Operativa, riesgos y cumplimiento

7.1 Calidad y control humano (QA)

7.2 Privacidad, RGPD y políticas de proveedores

7.3 Costes, límites de uso y contingencias (planes B)

Capítulo 8 — Plan de acción 30 días

Semana 1: elegir nicho y oferta

Semana 2: herramientas y prototipo

Semana 3: MVP vendible

Semana 4: primeras ventas y métricas

Anexos

A. 200 prompts interconectados (marketing, ventas, soporte)

B. 15 plantillas Notion/Sheets (KPIs, experimentos, funnel)

C. 10 escenarios Make/Zapier (lead scoring, seguimiento, alertas)

D. 30 playbooks de 1 página (objetivo → pasos → métrica)

E. Glosario operativo y recursos

PRÓLOGO

Este libro existe por una razón: crear **dinero real** con IA, sin humo. Los dos e-books anteriores te enseñaron a usar herramientas y prompts; este te enseña a **cobrar**. No hay “dinero fácil”: hay **apalancamiento**. La IA no sustituye criterio ni ética; **acelera** lo que ya funciona.

Cómo exprimirlo en 7 minutos:

1. Ve al índice y elige tu vía principal: **servicios, productos/apps o integrar IA en tu negocio actual**.
 2. Lee el Cap. 2 (modelos y pricing) y el Cap. 8 (plan 30 días).
 3. Aplica un solo playbook esta semana. Si no genera señal (clics, leads o ventas), iteras.
- Regla de oro: **IA hace el borrador, tú haces el negocio**.

Qué vas a conseguir:

- Un mapa claro de **dónde está el ROI hoy**.
- **Playbooks accionables** (pasos, herramientas y métricas).
- Plantillas y prompts en anexos para ir de 0 a vendido.

Compromiso de realismo: si algo requiere 20 horas, lo digo. Si una moda no da pasta, también.

CAPÍTULO 1 · EL MAPA DEL DINERO CON IA

1.1 Qué significa “monetizar IA”

Monetización directa: cobras por capacidades de IA. Ejemplos:

- Suscripción a un **chatbot nicho** (clínicas dentales, academias, inmobiliarias).
- **API o modelo** afinado (GPT especializado legal/med).
- Función “pro” con IA en un SaaS existente (resúmenes, recomendaciones, detección).

Monetización indirecta: usas IA para **vender más o gastar menos**. Ejemplos:

- Contenido y SEO programático que trae tráfico orgánico.
- Ads y email más rentables con testeo y personalización.
- Soporte 24/7 con bots que reducen costes y recuperan carritos.

Reglas operativas:

- **Valor antes que magia:** IA es medio, no fin. Si no resuelve un problema, no cobra.
- **80/20:** IA produce, tú editas/validas.
- **Velocidad > perfección:** lanza versión útil y mejora con datos.
- **Unidad de monetización clara:** lead, demo, carrito, llamada, suscripción.

1.2 Dónde está el ROI hoy (y qué evitar)

Alto ROI (2025)

- **Servicios asistidos por IA** para pymes: redacción/SEO, social/UGC, ads creativos, email/SMS. Se venden en **retainer** mensual con entregables medibles.
- **Chatbots “listos para nicho”:** paquete de implementación + cuota mensual (atención, reservas, FAQs, ventas).

- **SEO programático** en nichos específicos: clusters, briefs y calendario editorial con IA; edición humana y linkbuilding selectivo.
- **Tienda o info-producto + automatizaciones**: landing + checkout + secuencias de 7–14 días (IA para copy y variantes) + remarketing.
- **Integraciones IA en negocios existentes**: recomendaciones de producto, lead scoring, resumen de tickets, clasificación de emails, forecasting simple.

ROI medio (requiere foco y ventaja)

- **Cursos/ebooks con IA**: funciona si hay autoridad o canal. Sin distribución, lento.
- **Plantillas/recursos creativos generados con IA**: diferénciate por **nicho y calidad**.
- **Apps con IA genérica**: competencia alta. Gana el que resuelve un **caso de uso concreto** y domina el canal de adquisición.

Lo que evitar al empezar

- Perseguir “todo el mercado”. **Elige un nicho** (restaurantes, clínicas, ecom moda, coaches).
- Publicar contenido 100% IA sin edición. Mata marca y posicionamiento.
- Depender de **una sola API** sin plan B (costes/limitaciones cambian).
- Prometer resultados sin **métrica** y **muestra** (capturas, estudios de caso).

Elegir tu vía (diagnóstico rápido)

- Si ya sabes vender servicios: **Cap. 3**.
- Si eres técnico/emprendedor de producto: **Cap. 4**.
- Si tienes negocio y quieres más margen/ventas: **Cap. 6**.

1.3 Herramientas mínimas para empezar desde cero

Stack base (low cost, reemplazable)

- **LLM de texto** (para ideas, copy, código, análisis).
- **Generador de imagen/video** (portadas, creatividades, UGC).
- **Automatización**: Make/Zapier/n8n (disparadores: lead, compra, evento).
- **Gestión/Documentación**: Notion/Drive (SOPs, prompts, repositorios).
- **Datos ligeros**: Google Sheets/Airtable (pipeline, scoring, métricas).
- **Email/SMS**: cualquier ESP con segmentación y A/B básico.
- **Web/checkout**: CMS + pasarela (Stripe/PayPal) o plataforma all-in-one.

Coste orientativo (mensual, arranque)

- LLM + imagen (freemium/pro básico): 20–50 €
- Automatización (plan inicial): 10–30 €

- ESP + dominio: 10–25 €
 - Hosting/CMS/checkout: 10–30 €
- Total estimado:** 50–135 €/mes. Con 1–2 clientes o 5–10 ventas, se paga solo.

Flujo universal (del cero a cobrar)

1. **Problema** concreto de un nicho (p.ej., “restaurante pierde reservas por WhatsApp sin responder”).
2. **Propuesta:** “Bot 24/7 que atiende y reserva + recordatorios”.
3. **MVP** en 48–72 h: integra bot + landing + checkout.
4. **Prueba con 3 clientes:** precio beta, feedback, métricas (reservas, tickets resueltos, tiempo ahorrado).
5. **Paquetiza** (good/better/best) y escala con testimonios y casos.

1.4 Métricas que importan desde el día 1

- **Lead** → **venta** (tasa de conversión).
- **CAC** (coste de adquirir cliente) y **payback** (meses en recuperar CAC).
- **LTV** (ingresos por cliente) vs **coste variable** (APIs/horas).
- **Margen** por plan/servicio.
- **Tiempo ahorrado** (si vendes eficiencia): convertir horas en € a precio de mercado.

1.5 Checklist de arranque (aplícalo hoy)

- Define **nicho** y **problema** en una frase.
- Escribe **oferta** con garantía y entregables claros.
- Prepara **demo** (vídeo corto o prototipo funcional).
- Crea **landing** con una CTA.
- Monta **pago** y **onboarding** simple.
- Diseña **secuencia de 5 emails** (bienvenida, valor, caso, oferta, cierre).
- Agenda **10 reuniones** o contacta 50 leads cualificados esta semana.
- Mide y ajusta. Si no hay respuesta, cambia nicho u oferta, no la herramienta.

CAPÍTULO 2 · MODELOS DE NEGOCIO Y PRICING PARA IA

Objetivo del capítulo: que pongas precio con cabeza, margen y lógica. Saldrás con modelos listos, fórmulas para no palmar dinero y paquetes que venden.

2.0 Resumen ejecutivo

- Regla 1: precio anclado al resultado, no a las horas ni a los tokens.
- Regla 2: mezcla dos ejes de precio (p. ej., “plan mensual + uso/ créditos”).
- Regla 3: paquetiza en tres niveles (good–better–best) y elimina la indecisión.
- Regla 4: calcula tu “precio suelo” antes de vender: si no cubre COGS+margen, no lo ofertes.
- Regla 5: testea precio rápido (A/B o ladder) y deja que el mercado te lo confirme.

2.1 Modelos por línea de negocio

Servicios (freelance/agency).

- Retainer mensual (recomendado): entregables recurrentes (p. ej., 8 posts + 4 emails + 2 landings).
- Proyecto cerrado: alcance definido + hitos + fee.
- Performance/mixto: fijo bajo + variable por venta/lead (usa tracking serio).
- Extras por uso: “+X € por 1.000 imágenes / 100.000 tokens / 1.000 consultas”.

Productos digitales (ebooks, cursos, plantillas).

- Precio único (29–199 € según valor/escasez).
- Bundle/colección (–20/30% por pack, añade bonus exclusivos).
- Order bump (pequeño extra en checkout) y upsell (versión pro, plantillas).

SaaS / apps con IA.

- Por asiento (usuario/mes) + créditos de IA (minutos, consultas, imágenes).
- Solo uso (pago por consumo) con precios por tramo.
- Híbrido (mejor): base mensual baja + uso variable; evita que el coste de IA te coma.

Consultoría e integración.

- Discovery/roadmap (pago único) + implementación (proyecto) + soporte (retainer).
- Paquetes por nicho: “Bot para clínicas” con precio cerrado y SLA.

2.2 Framework de “value-based pricing” (paso a paso)

1. Define el resultado que el cliente valora (más ventas, menos horas, menos tickets).
2. Cuantifícalo en €: impacto esperado/mes.

3. Determina el “share of value” que vas a capturar: 10–30% del valor generado es razonable en pymes.
4. Comprueba unit economics (COGS, soporte, pasarela, impuestos).
5. Fija ancla (precio de referencia alto), precio objetivo y una alternativa inferior (decoy o “good”).

Ejemplo: si tu bot reduce 40 h/mes a 20 €/h → 800 €/mes de ahorro. Captura 25% = 200 €/mes. Si tus costes variables son 35 €/mes, margen bruto ≈ 82,5%. Viable.

2.3 Paquetización good–better–best (plantilla)

- Good (entrada): resuelve lo esencial. Limita uso/soporte. Precio accesible.
- Better (recomendado): + automatizaciones, +rapidez, +reportes. Marca como “Más elegido”.
- Best (alto valor): interacción humana, personalización, SLA, formación/equipo.

Ejemplo “Chatbot Nicho”:

- Starter 149 €/mes: hasta 1.000 conversaciones, 1 idioma, FAQ + captación lead.
- Growth 299 €/mes: 5.000 conversaciones, 2 idiomas, CRM, reportes, entreno mensual.
- Scale 599 €/mes: 20.000 conversaciones, 3 idiomas, API, agente humano híbrido, SLA 99,9%.

2.4 Unit economics sin sorpresas

COGS típico en IA:

- Inference (tokens, imágenes, audio), hosting, automatizaciones (Make/Zapier), bases de datos, monitoreo, soporte al cliente, pasarela de pago (1,5–3%).
Fórmula de precio suelo (no bajar de aquí):
Precio mínimo \geq Costo variable / (1 – margen bruto objetivo).
Ej.: Costo variable = 40 €; margen deseado 70% → $40 / 0,30 = 133,34$ €. Todo precio <133,34 € te deja por debajo de margen.

2.5 Coste de uso y “coto” de consumo

- Establece cuotas (créditos) por plan y límites duros.
- Sobreconsumo a tarifa previsible (no punitiva).
- “Fair use” claro para evitar abuso (y cortar pérdidas).

2.6 Descuentos y bundles que no matan margen

- Anual prepago: –15/20% (mejora cashflow y retención).
- Pack (trilogía, curso+plantillas): –20/30% con bonus exclusivo.
- Decoy pricing: coloca un plan intermedio muy atractivo para empujar al “better”.
- Nunca descuentos permanentes que erosionen posicionamiento.

2.7 Garantías y SLAs

- Info-productos: garantía 7–14 días si no descargó >50% de assets.
- Servicios/SaaS: garantía de implementación (“te dejamos X activo funcionando en 14 días o no cobramos setup”).
- SLA simple: uptime, tiempos de respuesta soporte, ventanas de mantenimiento.
- Define límites de responsabilidad por errores de modelos generativos.

2.8 Experimentos de precio (rápidos y limpios)

- Test A/B de precio en landing (mismo copy, distinto precio).
- Ladder test en llamadas: sube 10–20% en cada nueva propuesta hasta oír fricción real.
- Van Westendorp (rápido): pregunta “barato”, “caro”, “demasiado barato”, “demasiado caro” a 20–30 leads cualificados.
- Revisa conversión, no opiniones.

2.9 Psicología de precios (sin humo, funciona)

- Anclaje: muestra precio alto como referencia (setup, plan anual) antes del mensual.
- Encierra el beneficio en el plan “recomendado”.
- Termina en 9 solo si vende al consumidor; B2B funciona mejor cifras redondas o x99 con ROI claro.
- Garantía visible reduce aversión al riesgo y sube conversión.

2.10 Plantillas rápidas (listo para copiar)

Canvas de pricing (rellenable):

- Segmento/nicho: _____ | Dolor: _____ | Resultado (€): _____/mes
- Oferta: _____ | Entregables: _____
- Coste variable/cliente: Infra _____ + IA _____ + Soporte _____ + Pasarela _____ = Total _____
- Precio suelo: $\text{Total} / (1 - \text{margen}) =$ _____
- Planes y límites: Starter _____ | Growth _____ | Scale _____
- Garantía/SLA: _____
- Métricas a vigilar: CAC, LTV, churn, margen bruto, payback.

Tabla de paquetes (ejemplo servicios SEO programático):

- Starter 390 €/mes: 4 piezas/mes, keyword set básico, 1 ronda edición.
- Growth 790 €/mes: 8 piezas, briefs IA + clustering, interlinking, 2 rondas, reportes.
- Scale 1.490 €/mes: 16 piezas, optimización on-page, link outreach ligero, dashboard.

2.11 Tres casos con números

Caso A — Chatbot para clínica dental

- Supuestos: 3.000 conversaciones/mes, 2 idiomas, CRM.
- Costes variables: tokens 18 €, automatización 12 €, hosting 8 €, soporte 20 €, pasarela 3% (de 299 €) $\approx 8,97$ € \rightarrow COGS $\approx 66,97$ €.
- Precio objetivo Growth: 299 €/mes \rightarrow margen bruto $\approx 77,6\%$.
- Setup 249 € (entrenar FAQs, integrar calendario). Payback del setup en 3–5 horas de trabajo.

Caso B — Retainer SEO programático (ecommerce nicho)

- Entregables: 8 artículos cluster/mes + 1 landing categoría.
- Costes: IA redacción/brief 16 €, edición humana 160 € (4 h a 40 €), maquetación 40 €, pasarela 2% (de 790) 15,8 € \rightarrow COGS $\approx 231,8$ €.
- Precio: 790 €/mes \rightarrow margen bruto $\approx 70,6\%$.
- Variable por rendimiento: bonus trimestral de 300 € si +30% tráfico orgánico.

Caso C — Micro-SaaS “resumen de reuniones”

- Plan Base 15 €/mes + 0,05 €/min audio.
- Usuario medio: 200 min/mes \rightarrow ARPU ≈ 25 €.
- COGS: IA audio 6 €, transcripción 2 €, hosting 1, soporte 2 €, pasarela 0,75 € \rightarrow 11,75 €.
- Margen bruto $\approx 53\%$. Upsell: Team a 79 €/mes con 5 usuarios y 1.500 min incluidos (exceso a 0,04 €/min).

2.12 Checklist antes de publicar precio

- He calculado precio suelo y margen por plan.
- Los límites de uso cubren el “peor caso” rentable.
- El plan “recomendado” es objetivamente el mejor valor.
- Garantía y SLA redactados y visibles.
- Métrica de éxito definida (qué promete el plan y cómo lo mido).
- Experimento de precio configurado (A/B o ladder) para 2 semanas.

CAPÍTULO 3 · SERVICIOS FREELANCE/AGENCY EN PILOTO ASISTIDO

Objetivo: empaquetar servicios con IA que puedas vender ya, con procesos, entregables y métricas. Aquí no hay teoría: SOPs, prompts y plantillas.

3.0 Vista rápida (qué vas a ofrecer)

- Redacción y SEO asistidos por IA.
 - Social/UGC y contenido corto.
 - Ads con IA (creatividades + testeo).
 - Email/SMS lifecycle.
 - Traducción/localización y diseño con IA.
 - Cómo venderlo: oferta, demo, entrega y renovación.
-

3.1 Redacción y SEO con IA (brief → borrador → edición humana)

Oferta

- “Paquete SEO Programático”: 4/8/16 piezas al mes + 1 landing.
- “Blog de Autor Asistido”: 4 artículos largos/mes con voz del cliente.
- “Descripciones eCommerce”: 50–200 fichas/mes + taxonomía.

Proceso (SOP)

1. **Brief**: objetivo, buyer, keyword objetivo, 3 competidores, tono.
2. **Esqueleto** con IA: H2/H3, FAQs, entidades (People Also Ask).
3. **Borrador** con IA (1.200–1.800 palabras).
4. **Edición humana**: datos, ejemplos, enlaces internos, CTA.
5. **Optimización**: metatítulo, meta, esquema FAQ/HowTo, imágenes.
6. **QA**: checklist de originalidad, factual y estilo.
7. **Publicación** y **interlinking**.
8. **Reporte**: URLs, KW objetivo, estado indexación.

Prompt base (esqueleto)

“Eres un editor SEO senior. Crea un índice exhaustivo para un artículo que responda a [intención de búsqueda] sobre [tema]. Incluye H2/H3, entidades clave, preguntas frecuentes y una propuesta de CTA final. Público: [perfil]. Tono: [tono].”

KPI

- % indexación en 14 días.
- Top 20 en 30–45 días (KW long tail).
- CTR orgánico, tiempo en página.
- Backlog publicado/mes vs plan.

Entregables

- Docs con índice+borrador+versión final.
- Metas y esquema JSON-LD.
- Mapa de interlinking (sheet).

Riesgos y control

- Factualidad: exige **fuentes**. Edición humana obligatoria.
 - Duplicidad: comprobar con herramientas de similitud.
 - No automatizar publicación sin revisión.
-

3.2 Social y UGC asistidos (hooks, calendario, repurpose)

Oferta

- “Calendario 30 días”: 30 posts (IG/TikTok/YouTube Shorts).
- “UGC Pack Lanzamiento”: 12 guiones + 12 captions + 12 thumbnails.
- “Repurpose 360°”: convertir 1 pieza larga/semana en 10 cortas.

Proceso

1. **Brief** de marca: pilares, tono, no-go's, CTA, formatos.
2. **Research**: ángulos, preguntas del público, tendencias.
3. **Generación**: hooks, guiones de 30–60”, CTAs.
4. **Producción**: grabación/stock/voz IA (si aplica).
5. **Edición**: subtítulos, cortes automáticos, miniaturas.
6. **Programación** + UTM.
7. **Análisis**: retención 3s/30s, saves, comentarios.

Prompt hook (10 variantes)

“Escribe 10 hooks de 8–12 palabras para [público] sobre [beneficio deseado], evitando clichés. Objetivo: retener 3s iniciales. Tono: [tono].”

KPI

- Retención a 3s y a 30s.
- % vistas completas.
- Guardados/Compartidos.
- Clicks a link in bio.

Entregables

- Calendario Notion/Sheet.
 - Carpeta con guiones, captions y miniaturas.
 - Informe quincenal con aprendizajes.
-

3.3 Ads con IA: creatividades, testeo y optimización

Oferta

- “Creative Sprint de 7 días”: 20–40 variaciones (textos/creatives).
- “Gestión de Ads asistida”: testing continuo, 2–3 hipótesis/semana.
- “UGC Ads Kit”: 8 guiones UGC + storyboard + CTA.

Proceso

1. **Diagnóstico:** funnel, oferta, objeciones, audiencias.
2. **Hipótesis:** problema/solución, prueba social, urgencia, comparativa.
3. **Generación** de titulares, cuerpos, creatividades base.
4. **Producción:** imagen/video (IA + edición).
5. **Testing estructurado:** 3 creatividades x 2 audiencias.
6. **Lectura:** CTR, CPC, CVR, CPA, ROAS.
7. **Iteración** semanal.

Prompt creativo (5 ángulos)

“Genera 5 variaciones de copy para un anuncio [plataforma], cada una con un ángulo distinto: (1) dolor/solución, (2) prueba social, (3) demo, (4) garantía/riesgo inverso, (5) comparativa. Producto: [x]. Público: [y]. Límite caracteres: [z].”

KPI

- CTR > 1–1,5% (Meta) / > 0,8% (Search headlines).

- CVR landing > 2–5% según ticket.
- CPA objetivo vs margen.
- Creatividad ganadora/semana.

Entregables

- Matriz de hipótesis (sheet).
 - Carpeta ads (copys + creatividades).
 - Informe con “ganadora” y siguiente sprint.
-

3.4 Email/SMS lifecycle (bienvenida, carrito, win-back)

Oferta

- “Secuencia de 14 días”: bienvenida + nurture + oferta.
- “Recuperación de carrito”: 3–5 emails + 1–2 SMS.
- “Win-back 90 días”: 3 emails con incentivo.

Proceso

1. **Mapa de eventos**: suscripción, carrito, compra, inactividad.
2. **Segmentos**: nuevos, repetidores, VIP, dormidos.
3. **Borradores con IA**: asunto, preheader, cuerpo, variantes A/B.
4. **Personalización**: nombre, historial, recomendador sencillo.
5. **Pruebas**: asunto, CTA, hora/día.
6. **Métricas** y limpieza de lista.

Prompt asunto (A/B)

“Genera 10 asuntos distintos, cada uno con 40–55 caracteres, evitando spam words, para [objetivo de email]. Público: [segmento]. Tono: [tono]. Incluye 1 versión curiosidad, 1 urgencia, 1 beneficio directo.”

KPI

- Bienvenida: open 45–60%, click 8–15%, venta 3–8%.
- Carrito: recuperación 5–12%.
- Win-back: reactivación 3–6%.
- Spam score y salud de dominio.

Entregables

- Flujos en el ESP (capturas/config).

- Librería de emails aprobados.
 - Informe 30 días con lift por test.
-

3.5 Traducción/localización y diseño con IA

Traducción/localización

Oferta: “Go Global”: web + emails + fichas en 48–72h.

Proceso: IA → glosario → post-edición humana → QA nativo.

KPI: tiempos de entrega, errores por 1.000 palabras, conversión por país.

Prompt glosario

“Extrae y normaliza un glosario bilingüe (ES–EN) de este texto [pega texto], marcando términos técnicos y preferentes. Devuelve en tabla: término, traducción preferida, alternativas, notas de uso.”

Diseño con IA

Oferta: “Brand Sprint”: 3 rutas visuales + 8 piezas sociales.

Proceso: moodboard → generación IA → selección → retoque → entregables.

KPI: aprobación primera ronda, tiempo a primera propuesta, CTR de creatividades.

Prompt arte base

“Genera 6 propuestas visuales coherentes para una marca [adjetivos] en el sector [x]. Paleta [y], tipografías sans/serif sugeridas, aplicación en post cuadrado 1080×1080 y portada ebook 1600×2560.”

3.6 Cómo venderlo (oferta, demo, entrega, renovación)

Posicionamiento

- Nicho concreto: “IA para clínicas dentales / restaurantes / coaches”.
- Propuesta: “+XX% en [métrica] o te implemento de nuevo sin coste.”
- Diferencial: **playbooks** + **agentes** + tiempos de entrega cortos.

Paquetes (ejemplo agencia “IA Growth”)

- **Starter – 490 €/mes**
4 posts, 2 emails, 2 piezas SEO, 1 test ad/semana. Soporte por email.

- **Growth – 990 €/mes (recomendado)**
8 posts, 4 emails, 4 piezas SEO, 2 tests ads/semana, chatbot FAQ básico, reporte quincenal.
- **Scale – 1.990 €/mes**
12 posts, 8 emails, 8 piezas SEO, 4 tests ads/semana, chatbot + CRM, reporte semanal y workshop mensual.

Setup (único): 290–690 € según integración.

Onboarding (cuestionario)

- Quién compra y por qué.
- Oferta, objeciones, promesas permitidas/prohibidas.
- Tonos, referentes, palabras tabú.
- Accesos (web/ESP/ads), assets, UTM, conversion events.

Demo que vende (15 minutos)

- 2 creatividades “antes/después”.
- 1 mini-secuencia email con predicción de lift.
- 1 página SEO con índices y FAQs.
- 1 chatbot funcional en sandbox.

Entrega y cadencia

- **Semana 0:** setup, calendar, OKRs, baseline.
- **Semanas 1–4:** producción + 1 test significativo/semana.
- **Quincenal:** informe simple (qué probamos, qué ganamos, qué sigue).
- **Trimestral:** revisión de paquete, upsell si procede.

Renovación

- Mostrar **tres métricas** que muevan caja (ej. leads, CVR, tickets resueltos).
- Proponer **siguiente palanca** (UGC, ads, chatbot ventas).
- Bonificación por renovación anual (–15% o extra de entregables).

Legal y expectativas

- SLA básico (tiempos de respuesta, 2–3 revisiones).
- Propiedad intelectual: entregables del cliente = del cliente; procesos/plantillas = tuyos.
- Datos: cumplimiento RGPD, no meter PII en prompts sin consentimiento.

3.7 Tres playbooks “de una página”

Playbook 1 — “Landing que convierte en 48h”

- **Objetivo:** subir CVR al 3–5%.
- **Inputs:** propuesta de valor, pruebas sociales, objeciones top 5.
- **Pasos:**
 1. Wireframe con IA (estructura hero, beneficios, prueba, FAQ).
 2. Copy IA → edición humana.
 3. Test A/B de hero (titular + sub + CTA).
 4. Heatmap + grabaciones 48h y ajustes.
- **Métrica:** CVR, tiempo en hero, scroll al CTA.
- **Automatización:** capturas automáticas y registro de tests en Notion.

Playbook 2 — “Carrito Recuperado”

- **Objetivo:** +5–10% pedidos recuperados.
- **Inputs:** feed productos, causas abandono, incentivo.
- **Pasos:**
 1. 3 emails (1h, 24h, 72h) + 1 SMS (48h).
 2. Recomendaciones dinámicas en email 2.
 3. A/B asunto e incentivo (gasto mínimo).
- **Métrica:** tasa recuperación, margen neto por incentivo.
- **Automatización:** disparadores en ESP + UTMs.

Playbook 3 — “Ads Ganador en 7 días”

- **Objetivo:** bajar CPA 20%.
 - **Inputs:** 3 ángulos de oferta, 2 audiencias.
 - **Pasos:**
 1. 6 creatividades (video/imágenes) con IA.
 2. Test estructurado (budget controlado).
 3. Kill losers a 1,5× CPA objetivo.
 4. Itera top 1 con 3 nuevas variaciones.
 - **Métrica:** CTR, CVR, CPA, ROAS.
 - **Automatización:** alertas de corte y promoción automática del ganador.
-

3.8 Checklists rápidos

QA de contenidos

- Hechos verificados, fuentes citadas si aplica.
- Originalidad OK, tono de marca, CTA claro.
- Metas y esquema preparados.

Setup de cuenta

- UTMs consistentes, conversion events, acceso a analytics.
- Lista negra de claims prohibidos.

Costes bajo control

- Límite de uso IA por cliente (créditos).
- Plantillas y prompts versionadas (no reinventar cada semana).

CAPÍTULO 4 · PRODUCTOS Y APPS CON IA

Objetivo: que construyas un producto con IA que **alguien pague**. Aquí tienes casos clonables, arquitectura mínima, stack, pricing y un **MVP en 14 días** sin dramas.

4.1 Chatbots “listos para nicho” (método clonable)

Qué vendes

Un chatbot específico (clínicas, restaurantes, academias, inmobiliarias...) que responde FAQs, capta leads, reserva citas y empuja a venta. Setup + mensualidad.

Oferta (ejemplo clínicas)

- Setup 249–690 € (entrenar FAQs, integrar calendario/CRM).
- Planes: 149 / 299 / 599 €/mes según volumen, idiomas y SLA.

Arquitectura mínima

- **Front:** widget web + WhatsApp/IG DM opcional.
- **Cerebro:** LLM + reglas de negocio + RAG (retrieval) con base de conocimiento.
- **Datos:** KB en Notion/Sheets/Drive + embeddings en vector DB.
- **Orquestación:** Make/Zapier/n8n para CRM, calendar, email/SMS.
- **Observabilidad:** logs de conversaciones + panel simple.

Stack (elige profundidad)

- **No-code/low-code:** Manychat / Intercom Fin / Crisp + Make/Zapier + Notion DB + Pinecone/Weaviate gestionado.
- **Code light:** Next.js (widget), LangChain/LlamaIndex (RAG), Supabase (DB + auth), Qdrant (vectores), Vercel (deploy).

Flujo de respuesta (RAG)

1. Usuario pregunta.
2. Buscas 5–10 pasajes relevantes en tu KB (embeddings).
3. Montas prompt con contexto + políticas de marca.
4. LLM redacta respuesta + CTA.
5. Guardas transcripción y etiquetas (intención, satisfacción).

KB inicial (plantilla)

- Servicios y tarifas.
- Horarios, ubicaciones, cancelaciones.
- Procedimientos/contradicciones evitables.
- “No-go”: lo que **no** puede prometer el bot.
- 50 FAQs priorizadas por volumen/valor.

Métricas

- Tasa de resolución sin humano.
- Leads/Reservas generadas.
- Tiempo medio de respuesta.
- Conversaciones por plan (para costes).

Riesgos y control

- Alucinaciones: responde solo con **contexto citado**; si falta, deriva a humano.
- Datos: no uses PII en prompts salvo consentimiento; anonimiza logs.
- Costes: límite duro por plan; modo “resumen” para hilos largos.

SOP 7 pasos (implantación en 72h)

1. Recoger assets (web, PDFs, precios).
 2. Normalizar contenido (doc único).
 3. Indexar → embeddings.
 4. Definir **políticas** (tono, claims prohibidos).
 5. Conectar CRM + calendario.
 6. Probar 30 FAQs reales.
 7. Activar y monitorizar con alertas.
-

4.2 GPTs y modelos especializados: licencias, API y SaaS

Qué vendes

- **GPT especializado** (legal, médico, inmobiliario, fitness...).
- Acceso vía **licencia**, **API** o dentro de una **app SaaS**.

Modelos de monetización

- Licencia por usuario/mes (B2B).
- API por uso (tarifa por 1.000 tokens/consulta).
- Híbrido: base + consumo.

Producto mínimo (sin entrenar desde cero)

- Definir **instrucciones del sistema** (rol, límites, estilo).
- Conectar **conocimiento** propio (RAG).
- Añadir **herramientas** (búsqueda, calculadora, templates).
- Banco de **prompts** y **evaluación** (rubrica) para calidad.

Evaluación (mantener calidad)

- Conjunto de 50–100 preguntas reales.
- Criterios: factualidad, cobertura, tono, acción siguiente.
- Score $\geq 85\%$ antes de producción.
- Ciclo de mejora mensual con nuevos casos.

Riesgos y control

- Responsabilidad profesional: disclaimers claros; redirigir casos sensibles.
 - Actualización del corpus: revisión mensual (caducidad de datos).
 - Tiempos/Costes: cachear respuestas comunes; compresión de contexto.
-

4.3 Webs y landings con IA: del briefing al sitio en 48 h

Qué vendes

Sitios/landings que **convierten**: copy + diseño + SEO on-page + integraciones.

Proceso exprés

1. Brief (oferta, objeciones, tono, pruebas sociales).
2. IA propone estructura (hero, beneficios, prueba, FAQ, CTA).

3. Copy con IA + edición humana.
4. Imágenes/ilustraciones con IA + retoque.
5. Implementación (Webflow/WP/Framer).
6. Integraciones (forms, ESP, pixel, analytics).
7. Test A/B de hero en la semana 1.

Stack

- **No-code:** Framer/Webflow + Make + Stripe + ESP (Brevo/Klaviyo).
- **Code light:** Next.js + Tailwind + Vercel + Headless CMS (Sanity/Contentful).

Entregables

- Landing (desktop/mobile).
 - 2 variantes de hero para test.
 - 5 emails de bienvenida.
 - Checklist SEO + velocidad.
-

4.4 Roadmap técnico sin humo (MVP en 14 días)

Día 1–2 — Nicho, dolor, promesa

- Elige un **caso de uso** y un nicho.
- Escribe promesa en una frase: “En X días consigues Y sin Z”.

Día 3–4 — Prototipo navegable

- Figma/Framer demo + vídeo de 60 s.
- Define 3–5 flujos clave (p. ej., pregunta→respuesta→reserva).

Día 5–7 — MVP funcional

- Monta RAG con 30–50 FAQs.
- Conecta 1 integración (calendario/CRM).
- Logging básico + límites de uso.
- Landing + checkout activo.

Día 8–10 — Beta con 3 clientes

- Precio **beta** con setup bajo + 1 mes incluido.
- Recoge 20–30 conversaciones por cliente.
- Corrige prompts, refina KB, añade 1 automatización de alto impacto.

Día 11–12 — Operativa y costes

- Calcula COGS por cliente (tokens, hosting, automatización, soporte, pasarela).
- Ajusta límites/planes para margen $\geq 65\text{--}75\%$.

Día 13–14 — Prueba de venta real

- 10 demos agendadas, 2 cierres.
 - Caso de estudio corto (antes/después) para escalar captación.
-

Plantillas rápidas (para copiar y rellenar)

PRD (Product Requirements Doc) de 1 página

- Problema: _____
- Usuario objetivo: _____
- Resultado de negocio: _____ (KPI y cifra)
- Funciones v1 (máx. 5): _____
- No-funciones (explícitas): _____
- Integraciones: _____
- Riesgos y mitigación: _____
- Métrica de éxito v1: _____ (en 30 días)

Esquema de base de datos mínima (SaaS sencillo)

- `accounts(id, name, plan, created_at)`
- `users(id, account_id, email, role)`
- `kb_docs(id, account_id, title, url, updated_at)`
- `embeddings(id, account_id, kb_doc_id, vector, chunk_text)`
- `conversations(id, account_id, user_id, started_at, channel)`
- `messages(id, conversation_id, role, text, tokens, created_at)`
- `events(id, account_id, type, payload, created_at)`
- `limits(id, account_id, month, prompts_used, cap)`

Endpoints básicos (REST)

- `POST /chat` (msg, account_id) → respuesta + meta.
- `POST /ingest` (doc/url) → indexado.
- `GET /metrics` (account_id, rango) → KPI.

- **POST /webhook** (evento externo) → automatización.

Prompt “sistema” (chatbot nicho)

“Eres un asistente de [nicho] que responde **solo** con la base de conocimiento proporcionada. Si falta información, solicita datos o deriva a humano. Mantén un tono [tono de marca], incluye CTA cuando proceda y no hagas promesas médicas/legales. Devuelve respuestas claras y accionables.”

Rubrica de evaluación (simplificada)

- ¿Usa exclusivamente contexto citado? (0/1)
 - ¿Responde a la intención completa? (0–2)
 - ¿Tono consistente de marca? (0–1)
 - ¿Incluye siguiente paso/CTA claro? (0–1)
 - ¿Sin alucinaciones/datos inventados? (0–2)
 - $\geq 7/10$ para pasar a producción.
-

Costes, seguridad y cumplimiento (lo básico, sin adornos)

- **Costes:** cache, compresión de contexto, límites por plan, resumen de hilos largos.
 - **Seguridad:** no guardes PII en texto libre; separa claves por cuenta; roles y auditoría.
 - **RGPD:** DPA con proveedores, base legal de tratamiento, derechos ARCO; elimina datos a petición.
 - **Disponibilidad:** fallback a mensajes predeterminados si falla el LLM; monitoriza latencia.
-

Tres casos con números

Caso 1 — Chatbot reservas restaurante

- COGS/mes: tokens 9 €, hosting 6 €, Make 10 €, soporte 10 €, pasarela 4% de 149 € = 5,96 € → **40,96 €**.
- Precio: 149 € → **margen $\approx 72,5\%$** .
- KPI: +15% reservas online, –40% tiempo de atención.

Caso 2 — GPT inmobiliario (licencia)

- 5 usuarios/cliente a 39 €/usuario → 195 €/mes.
- COGS: 30–45 € (uso + hosting + soporte).

- Margen \approx 77–85%. Upsell: integración MLS +99 €/mes.

Caso 3 — Landing IA 48h (proyecto)

- Precio: 590 € (copy+diseño+montaje).
 - COGS: 120–180 € (IA + horas).
 - Margen bruto 70%+. Order bump: 5 emails de bienvenida +120 €.
-

Checklist de salida a mercado

- Nicho claro y caso de uso que **mueva caja**.
- MVP funcionando, demo de 60 s y landing con checkout.
- Precio con margen calculado y límites definidos.
- 10 demos agendadas esta semana.
- Caso de estudio en construcción desde el primer cliente.

CAPÍTULO 5 · CONTENIDO QUE FACTURA

Objetivo: fabricar activos digitales con IA que vendan mientras duermes. Nada de humo: idea, producción, packaging, distribución y cobro. Todo con métricas y checklists.

5.1 Ebooks, cursos y plantillas: de idea a lanzamiento

Qué vas a vender

- **Ebook operativo** (30–120 págs) con plantillas y checklists.
- **Curso corto** (60–180 min) con guías y casos.
- **Plantillas** (Notion/Sheets/Docs/Canva) y **prompts packs**.

Selección de tema (15 min)

- Elige un dolor “pagable” y medible: “X sin Z en Y días”.

- Valida con 3 señales rápidas: 10 preguntas recientes en foros/redes, 3 competidores vendiendo, 1 comprador dispuesto a pagar hoy.

Esqueleto express (SOP)

1. Esquema en 10–14 secciones con IA.
2. Por sección: objetivo, 3 ideas clave, 1 plantilla/checklist.
3. CTA por sección: microacción y métrica.

Prompt — Esquema de ebook

“Actúa como editor senior. Crea un índice exhaustivo para un ebook práctico sobre [tema], orientado a [público], con 10–14 secciones. Cada sección debe incluir: objetivo, 3 ideas clave, una plantilla y una métrica de éxito.”

Producción eficiente

- Texto: IA → edición humana → ejemplos reales.
- Gráficos: IA/Canva con estilo consistente.
- Plantillas: primero en Sheets/Notion, luego exporta.

Entrega mínima aceptable:

- Ebook PDF + EPUB.
- Carpeta de plantillas editables.
- 1 vídeo de 10 min “cómo usarlo”.

Packaging y precio

- **Solo:** 29–79 € (según dolor y ahorro/€).
- **Pro:** 79–149 € (incluye plantillas premium y casos).
- **Bundle:** –20/30% con otros productos.
- Order bump: “Actualizaciones de por vida” 9–19 €.

Funnel de 7 días (email + social)

- D1: Problema y coste de no resolverlo.
- D2: Caso corto “antes/después”.
- D3: Demo de plantilla (vídeo 3–5 min).
- D4: Objeciones y respuestas.
- D5: Bonus de lanzamiento (48 h).
- D6: Recordatorio + testimonio.
- D7: Cierre con escasez real (bono se va).

Prompt — 7 emails

“Escribe 7 emails de lanzamiento para [producto]. Público: [perfil]. Tono: directo y útil. Cada email con: asunto, promesa concreta, microhistoria o prueba, CTA única. Máx 180 palabras.”

Métricas clave

- CTR página de ventas > 3–6%.
- Conversión checkout > 2–5%.
- Reembolso < 5%.
- Consumo: % de plantillas abiertas/descargadas.

Checklist de calidad

- Beneficio visible en portada y H1 de la landing.
 - 3 casos prácticos con cifras.
 - 1 plantilla por sección.
 - Tabla de contenidos navegable (EPUB).
 - Política de actualizaciones y soporte.
-

5.2 Vídeo sin cámara: guion, voz y edición con IA

Modelos que funcionan

- **Faceless YouTube** (tutoriales, listas, noticias de nicho).
- **UGC formativo** (shorts 30–60 s).
- **Microcursos** en vídeo (pagados o de captación).

Pipeline semanal (SOP)

1. Investigación: 20 títulos con IA + vol. de búsqueda.
2. Guion: 300–900 palabras por vídeo.
3. Voz: TTS de calidad o locución humana (mejor).
4. Edición: cortes automáticos, b-roll, subtítulos.
5. Miniatura: 2 variantes, test en 24 h.
6. Publicación: descripciones, capítulos, enlaces y UTM.
7. Repurpose: 1 largo → 6–10 shorts.

Prompt — 20 títulos con intención

“Genera 20 títulos para vídeos sobre [tema], orientados a [público]. Clasifícalos por intención (descubrir, considerar, comprar) y sugiere una miniatura para cada uno.”

Prompt — Guion 60–120 s

“Redacta un guion para un vídeo de [duración] sobre [tema] con: hook contundente (10 s), 3 ideas con ejemplos, CTA claro. Tono directo, sin relleno.”

Monetización

- Ads (RPM depende del nicho).
- Afiliación (links en descripción).
- Venta propia (ebook/curso/servicio).
- Patrocinios tras 10–20 mil vistas/semana.

Métricas

- Retención 30 s > 40% (shorts).
- CTR miniatura 4–8%.
- RPM del nicho y % clics en enlaces.

Legal mínimamente serio

- Derechos de música e imágenes.
 - Divulga uso de afiliados.
 - Si usas voces/clonación, consentimiento y aviso.
-

5.3 Arte y recursos generativos: venta y límites legales

Qué vender

- Packs de **fondos**, **iconos**, **mockups**, texturas, patrones.
- **Ilustraciones** personalizadas por encargo.
- **Prompts** y **estilos** listos para uso comercial.

Diferenciación

- Nicho y uso final: no “arte bonito”, sí “pack de 120 mockups tech para SaaS B2B”.
- Consistencia de estilo (seed, paleta, guía).

Prompt — Hoja de estilo

“Define una guía visual coherente para [tipo de recurso] en el nicho [x]. Incluye paleta, formas, composición, iluminación y 10 prompts base con variaciones controladas.”

Canales

- Tu web + Gumroad/Shopify.
- Marketplaces (Creative Market, Etsy).
- Packs exclusivos para suscriptores.

Precio

- Packs: 9–39 € (personal) / 49–149 € (comercial).

- Encargos: 90–500 € según complejidad y entrega.

Legal (no la ignores)

- Licencia clara: personal vs comercial, límites de reventa.
- Evita estilos de autores vivos reconocibles.
- Marcas: nada de logos/propiedad protegida.
- Si generas personas realistas: evitar similitudes con personas reales; consentimiento si procede.

QA

- Resolución y nitidez consistentes.
 - Variaciones controladas (no fotos incongruentes).
 - Archivos bien nombrados y previsualizaciones.
-

5.4 SEO programático y clusters temáticos

Objetivo

Producir contenido en escala que **posiciona y trae ventas**, sin basura.

Método Cluster → Brief → Artículo → Internlinking

1. **Cluster**: agrupa 20–50 keywords por intención y tema.
2. **Brief**: estructura, entidades, FAQs, fuente primaria.
3. **Draft IA + edición humana**: ejemplos, datos, capturas.
4. **Internlinking**: malla entre piezas del cluster y páginas de dinero.

Prompt — Cluster

“Dado el tema [x] y el país [y], genera un cluster de 30–50 keywords agrupadas por intención (informacional, transaccional, navegacional). Devuelve en tabla: keyword, intención, dificultad estimada, URL objetivo sugerida.”

Prompt — Brief SEO

“Eres editor SEO. Crea un brief para la keyword [x]: objetivo, H2/H3, entidades, preguntas, fuentes sugeridas, CTA y notas de tono. Incluye esquema FAQ y enlaces internos recomendados.”

Publicación

- 2–4 piezas/día durante 2–4 semanas.
- Indexación asistida, sitemap actualizado.

- Actualización del top 20 cada 30–45 días.

Métricas

- % indexación 14 días.
- Top 20 en 45 días.
- Tráfico orgánico al cluster y CVR de las páginas de dinero.

Riesgos y mitigación

- Contenido hueco: no publiques sin edición.
 - Canibalización: mapa de keywords único por URL.
 - Ubicación de CTA: siempre claro y por encima del pliegue.
-

Playbooks “de una página” (x4)

P1 — Ebook en 7 días

- D1: tema y promesa; índice con IA.
- D2: redacta 3 capítulos.
- D3: redacta 3 capítulos + plantillas.
- D4: cierra texto; corrección.
- D5: diseño y portada; maquetación.
- D6: landing y emails 1–3.
- D7: lanzamiento y bonus 48 h.

P2 — Canal faceless en 14 días

- 20 títulos; 10 guiones; 5 vídeos largos; 20 shorts.
- Plantilla de edición, voz TTS de calidad.
- Publicación diaria de shorts, 2 largos/semana.
- Afiliación desde el vídeo 1.

P3 — Pack de plantillas que se vende

- Elige proceso con dolor: onboarding, KPIs, experimentos.
- Crea versión Notion + Sheets + PDF guía.
- Vídeo demo 5 min.
- Precio 29–59 € + bump de actualizaciones.

P4 — Cluster programático

- 40 keywords long tail transaccionales.

- 20 briefs en 48 h.
 - Publica 20 piezas en 10 días.
 - Interlinking y 3 CTAs por pieza.
-

Distribución: dónde está el dinero

- **Tu lista:** prioridad. Lead magnet alineado y secuencia de 7 días.
 - **Marketplaces:** visibilidad rápida, menos margen.
 - **Afiliados:** 20–40% comisión; solo si hay margen suficiente.
 - **Redes:** ritmo y consistencia, no dependencia total.
-

Postventa y escalado

- Actualizaciones trimestrales → justifican precio y reducen reembolsos.
 - Comunidad privada (Discord/Telegram) → upsell natural a membresía.
 - Licencias team/business para plantillas.
 - Localización a 1–2 idiomas más si hay tracción.
-

Checklist final del capítulo

- Propuesta clara: “en X días consigues Y”.
- Activo mínimo: contenido + plantilla + demo.
- Canal de venta activo y medido.
- Secuencia de emails lista.
- Métricas configuradas.
- Política legal y licencias definidas.

CAPÍTULO 6 · INTEGRAR IA EN NEGOCIOS EXISTENTES

Objetivo: subir ingresos y margen en 90 días sin rehacer tu empresa. Vas a implantar 3 palancas: **atención 24/7**, **personalización/optimización de oferta** y **analítica accionable**. Con procesos, métricas y control.

6.1 Atención 24/7 con bots (retail, servicios, educación)

Qué resuelve

- Respuestas inmediatas (FAQ, estado de pedido, reservas).
- Captación de leads y cierre de cita/pedido.
- Derivación a humano cuando toca.

Canales

Web (widget), WhatsApp/IG DM, email, Messenger. Empieza por **1 canal** con mayor volumen.

Arquitectura mínima

- **RAG** con tu base de conocimiento (políticas, catálogo, FAQs).
- **Reglas**: qué puede y no puede decir (claims, devoluciones).
- **Handoff** a humano (horarios, colas, macros de respuesta).
- **Trazabilidad**: logs + etiquetas (intención, satisfacción).

SOP (7 pasos, 72 h)

1. Reunir contenido (FAQs, políticas, precios, catálogo).
2. Normalizar en doc único (sin contradicciones).
3. Indexar (embeddings) y fijar políticas de respuesta.
4. Definir 50 preguntas reales de prueba.
5. Conectar 1 acción crítica (reserva/estado pedido).
6. Activar en horario controlado (beta).
7. Revisar conversaciones diarias 14 días; afinar.

Métricas

- % resolución sin humano (target: 50–70%).
- Leads/reservas generadas.
- CSAT/emoji-score simple.
- Tiempo medio de respuesta.
- Coste por conversación vs antes.

Riesgos y control

- **Alucinaciones:** responde solo con contexto citado; si no hay, “no sé + CTA”.
 - **Privacidad:** no metas PII en prompts; anonimiza logs; consentimiento en WhatsApp.
 - **Costes:** límites por plan; resume hilos largos.
-

6.2 Recomendaciones, pricing dinámico y previsión de demanda

Recomendaciones (upsell/cross-sell)

- **Datos mínimos:** vistas, add-to-cart, compras, categorías.
- **Algoritmos prácticos:** “más vistos con...”, “similares por atributos”, “frecuentemente comprados juntos”.
- **Ubicaciones:** ficha de producto, carrito, email post-compra.
- **Frío inicial:** reglas por categoría + ventas top hasta que haya señal.

Métrica: AOV, CTR en módulos, ingresos asistidos por recomendaciones (último clic o ventana de atribución).

Pricing dinámico (guardarrailes)

- **Entrada:** precio competidores, stock, margen mínimo, elasticidad básica (pruebas A/B).
- **Reglas:** no vender bajo coste, variación máx. diaria, exclusiones legales.
- **Cadencia:** 1–2 ajustes/día; nunca tiempo real sin supervisión al principio.
- **Comunicación:** coherencia con promos (no canibalices campañas).

Métrica: margen neto, conversión por rango de precio, rotación de stock.

Previsión de demanda (inventario/operaciones)

- **Datos mínimos:** ventas semanales 6–12 meses, calendario, promos.
- **Modelos prácticos:** medias móviles + estacionalidad; añade eventos.
- **Decisión:** punto de pedido = demanda media * lead time + seguridad.
- **Acción:** alertas de reposición y compras escalonadas.

Métrica: roturas de stock (-%), sobrestock (-%), capital inmovilizado, ventas perdidas recuperadas.

6.3 Analítica accionable: qué mirar cada día/semana

Tablero diario (10 minutos)

- Tráfico → leads → ventas (funnel).
- CVR por canal/landing.
- AOV y margen.
- Tickets abiertos/resueltos y temas top 3 (del bot).
- Anomalías (alertas: pico de devoluciones, caída de CVR).

Tablero semanal (profundidad)

- Cohortes (retención, LTV por origen).
- Rendimiento de recomendaciones y emails.
- Test A/B activos (estado y decisión).
- Coste variable IA (tokens, automatización) vs ingresos asistidos.

Instrumentación mínima

- UTM's consistentes.
 - Eventos: `view`, `add_to_cart`, `begin_checkout`, `purchase`, `chat_opened`, `chat_solved`, `booking_created`.
 - Enlaza ventas a campañas y a módulos IA (flag en evento).
-

6.4 Implantación sin dolor: personas, procesos y datos

Gobierno y seguridad (lo básico)

- **Política IA:** qué usar, qué no; revisión humana obligatoria en contenido legal/sanitario.
- **DPA** con proveedores; DPIA si tratas PII sensible.
- **Roles y accesos:** principio de mínimo privilegio.
- **Versionado:** prompts, KB y reglas con control de cambios.

Gestión del cambio

- **RACI** por palanca (quién decide, hace, aprueba).
- **Formación:** 2 sesiones (uso de bot + lectura de métricas).
- **Comms:** anuncio interno claro (“la IA reduce tickets, no puestos; reasignamos tareas”).
- **Hitos:** semana 1 go-live, semana 2 retro, semana 4 evaluación.

Operación continua (runbook)

- Revisión diaria de logs críticos.
 - Re-entrenar KB semanal.
 - Cerrar 1 test A/B/semana (landing, email o módulo).
 - Backup de reglas y export de datos mensual.
 - Fallback: mensajes predefinidos si falla el LLM.
-

Mini-casos por sector (con números)

Retail eCommerce (moda)

- **Antes:** AOV 52 €, rotura stock 8%, CVR 1,7%.
- **Acciones:** recomendaciones en PDP/carrito + bot de talla/devoluciones + forecast básico.
- **Después (60 días):** AOV 58 € (+11%), rotura 4% (-50%), CVR 1,9% (+0,2 pp).
- **ROI:** coste IA/mes 140 €; ingreso incremental \approx 5.000 €/mes (tienda media).

Clínica dental

- **Antes:** 35% llamadas perdidas; citas por WhatsApp manuales.
- **Acciones:** bot 24/7 con agenda + recordatorios + FAQ precios.
- **Después (30 días):** +21% citas, -30% no-shows con recordatorio.
- **ROI:** plan 299 €/mes; 18 citas extra * 40 € margen \approx 720 €/mes neto.

Academia online

- **Antes:** soporte saturado & baja conversión en landing.
 - **Acciones:** bot consultivo (elige curso) + secuencia email personalizada + testimonials dinámicos.
 - **Después:** CVR 2,3% \rightarrow 3,1% (+35%); tiempo de respuesta soporte 19 h \rightarrow 2 min.
 - **ROI:** coste 180 €/mes; +60 matrículas/mes * 20 € margen \approx 1.200 €/mes.
-

Playbooks “de una página”

P1 — Bot que vende en 7 días

- **Objetivo:** +leads/+reservas.
- **Pasos:** recolecta KB \rightarrow RAG \rightarrow 30 FAQs test \rightarrow conecta 1 acción (reserva/estado) \rightarrow beta en 1 canal \rightarrow revisión diaria.
- **Métrica:** % resolución, reservas, satisfacción.

P2 — Recomendaciones en tu eCommerce

- **Objetivo:** +AOV 5–10%.
- **Pasos:** feed limpio → módulo “frecuentemente juntos” en PDP → email post-compra con upsell → A/B en carrito.
- **Métrica:** CTR módulo, AOV, ingresos asistidos.

P3 — Forecast en Sheets

- **Objetivo:** –50% roturas.
 - **Pasos:** ventas semanales → media móvil + estacionalidad → punto de pedido → alertas.
 - **Métrica:** roturas, capital inmovilizado.
-

Checklist de implantación (marca ✓)

- Nicho/proceso elegido con impacto en caja.
- KB consolidada sin contradicciones.
- Límites y políticas de respuesta definidos.
- Métricas y eventos configurados.
- Plan de tests 4 semanas.
- Runbook y fallback listos.
- DPA/DPIA y accesos ok.

CAPÍTULO 7 · OPERATIVA, RIESGOS Y CUMPLIMIENTO

Objetivo: que nada te explote en la cara. Calidad, costes, datos, contratos y planes B. Sin esto, no hay negocio sostenible.

7.0 Resumen ejecutivo

- **Calidad:** IA produce, humano valida. Siempre.
 - **Datos:** mínimo necesario, con base legal y DPA firmada.
 - **Costes:** límites, alertas y cache. FinOps desde el día 1.
 - **SLAs:** promete poco, cumple siempre. Fallback listo.
 - **Contratos:** propiedad, confidencialidad y responsabilidad por escrito.
-

7.1 Calidad (QA) para outputs de IA

Regla de cuatro ojos: toda pieza pública pasa revisión humana.

Rubrica mínima (0–2 por criterio, aprueba $\geq 7/10$):

- Factualidad (cita fuente si aplica).
- Cobertura de la intención.
- Tono y marca.
- CTA claro y accionable.
- Cero alucinaciones/riesgos legales.

Controles

- Listas de exclusión (claims prohibidos, palabras tabú).
 - Pruebas semanales con “golden set” (50–100 prompts fijos).
 - Versionado de prompts y KB (cambios con fecha y autor).
 - Muestreo aleatorio (10–20%) de respuestas del bot a diario.
-

7.2 Privacidad y RGPD (lo imprescindible)

Antes de empezar

- Base legal: contrato/interés legítimo/consentimiento (elige una y documéntala).
- Minimización: no metas PII en prompts salvo que sea imprescindible.
- **DPA** con cada proveedor (acuerdo de tratamiento de datos).
- Transferencias: si salen del EEE, cláusulas tipo y garantías.

Durante

- Registro de actividades (qué datos, para qué y cuánto tiempo).
- Etiqueta y anonimiza logs (ID, no nombres).
- Derechos de usuarios: acceso, rectificación, supresión, portabilidad, oposición, limitación (procedimiento y plazos).

Cuando hace falta una DPIA

- Datos sensibles, vigilancia sistemática, perfiles a gran escala. Si dudas, hazla.

Retención y borrado

- Política clara (p. ej., chats 90 días, métricas 12 meses).
 - Botón de “borrar mis datos” funcional.
-

7.3 Seguridad técnica (higiene mínima)

- **Accesos:** MFA, principio de mínimo privilegio, rotación trimestral.
 - **Secretos:** variables de entorno, jamás en repositorios.
 - **Entornos:** desarrollo \neq producción. Datos enmascarados en dev.
 - **Cifrado:** en tránsito (TLS) y en reposo.
 - **Logs:** sin PII cruda; redacciones/anónimos.
 - **Backups y auditoría:** diarios/semanales, con pruebas de restauración.
-

7.4 Costes y FinOps de IA

Límites y alertas

- Cuotas por cliente/plan (tokens, minutos, imágenes, conversaciones).
- Alertas al 70/90/100% de consumo.
- “Kill-switch” por cuenta si hay abuso.

Eficiencia

- Cache de respuestas frecuentes.
 - Compresión de contexto y prompts sobrios.
 - Procesos en lote (batch) fuera de horas pico.
 - Streaming/funciones baratas para tareas simples.
 - Umbral de migración: si el coste $> X$ €/mes/cliente, evaluar modelo local o proveedor alternativo.
-

7.5 SLAs, SLOs y fallbacks

SLO sugeridos

- Latencia media respuesta bot < 3 s.
- Uptime mensual $> 99,5\%$.

- TMR (tiempo medio de resolución) tickets < 24 h.

SLA simple (de cara al cliente)

- Ventanas de soporte, canal de incidencias, tiempos de respuesta por severidad.
- Excluye causas de fuerza mayor/terceros críticos.

Fallbacks

- “Modo seguro”: respuestas predefinidas cuando el LLM falla.
- Degradación elegante: quita funciones no críticas, mantiene lo esencial.
- Handoff a humano automático si 2–3 fallos seguidos.

Incidencias

- P1 (crítica): caída total, datos en riesgo. RTO 4 h.
 - P2 (alta): latencia alta/función clave rota. RTO 24 h.
 - P3 (media): bug menor, workaround. RTO 5 días.
- Postmortem en 72 h para P1/P2.
-

7.6 Cumplimiento de marca y ética

- Tono, vocabulario y claims definidos (documento de estilo).
 - Etiquetado honesto: si responde un bot, indícalo.
 - Sectores regulados (salud, legal, finanzas): **disclaimer** y revisión por profesional cualificado.
 - Prohibido: suplantación, deepfakes sin consentimiento, scraping no autorizado.
-

7.7 Contratos y cláusulas clave (plantilla)

Propiedad intelectual

- “El cliente es titular de los entregables finales. El proveedor mantiene la titularidad de métodos, plantillas y modelos.”

Licencia de uso de plantillas

- “Uso ilimitado en su negocio. Prohibida reventa o redistribución como plantillas.”

Confidencialidad

- “Ambas partes protegerán información confidencial durante y 2 años tras la relación.”

Limitación de responsabilidad

- “Responsabilidad total limitada a las tarifas pagadas en los últimos 3 meses. Sin responsabilidad por daños indirectos.”

Datos (encargo de tratamiento)

- Adjunta **DPA**: finalidades, medidas técnicas, subencargados, retención y borrado.

SLA

- Adjunta anexo con SLO/SLA y créditos de servicio (descuentos) si no se cumplen.
-

7.8 Riesgos típicos y planes de contingencia

- **Proveedor LLM caído**: cambia a proveedor B (abstracción de cliente), activa modo seguro.
 - **Picos de coste**: límites por tenant, compresión, pausar automatizaciones no críticas.
 - **Alucinaciones virales**: hotfix de prompt, restricción a respuestas con contexto, comunicado y revisión 100 casos.
 - **Data leak**: corta accesos, notifica según ley, investiga logs, rota claves, postmortem.
 - **Críticas públicas**: responde con hechos, explica controles y arreglos, ofrece canal directo.
-

7.9 Auditoría y mejora continua

- **Evals** mensuales con “golden set” (factualidad, cobertura, seguridad, tono).
 - **Shadow testing** antes de publicar cambios.
 - **Re-embeddings** y limpieza de KB mensual.
 - **Métricas**: % resolución sin humano, NPS/CSAT, coste por conversación, tasa de alucinación (muestras reprobadas).
 - **Roadmap** trimestral con 3 mejoras medibles.
-

Checklists rápidos

Checklist RGPD

- Base legal y registro de actividades.
- DPA firmado con cada proveedor.

- Política de retención/borrado.
- Procedimiento de derechos (acceso/supresión...).
- DPIA (si aplica).

Checklist seguridad

- MFA y roles mínimos.
- Secretos en vault/entorno.
- Logs sin PII y backups probados.
- Separación dev/prod.
- Fallbacks probados.

Checklist FinOps

- Cuotas por plan/cliente.
- Alertas 70/90/100%.
- Cache y compresión activas.
- Informe mensual de COGS y margen.
- Umbral de migración definido.

Checklist QA

- Rubrica $\geq 7/10$.
- Muestreo diario 10–20%.
- Lista de exclusión activa.
- Golden set actualizado.

CAPÍTULO 8 · PLAN DE ACCIÓN EN 30 DÍAS

Objetivo: poner dinero en la mesa en 4 semanas. Tres vías posibles: **Servicios**, **Producto/App**, **Negocio existente**. Elige UNA y síguela a rajatabla. Sin dispersión.

Reglas:

1. Cada día deja un entregable visible.
 2. Métrica o no existe.
 3. Si en 7 días no hay señal (respuestas, demos, trials, ventas), pivota nicho u oferta, no la herramienta.
-

Día 0 — Preparación (2–3 horas)

- Cuentas: LLM, generador imagen/vídeo, Make/Zapier/n8n, ESP (email), dominio y subdominio para landing.
 - Doc base: Notion/Drive con 5 páginas: **Oferta, Prompts, Pipeline leads, KPIs, Runbook.**
 - Calendario: bloquea 90 min diarios para venta y 60 min para producción.
-

Semana 1 — Nicho, promesa y prueba de mercado

Salida mínima de la semana: promesa en una frase, landing con checkout/botón de demo, vídeo demo 60 s, lista de 100 leads.

Día 1 — Elegir nicho y dolor

- Nicho concreto: pymes reales que puedas alcanzar (clínicas dentales, restaurantes, coaches, ecom moda).
- Problema carísimo: “pierdo reservas”, “no contesto DMs”, “carritos abandonados”, “no produzco contenido”.

Día 2 — Promesa y oferta

- Fórmula: **En X días consigues Y sin Z.**
- Paquetes good–better–best definidos con límites y precios.

Día 3 — Landing y assets

- Landing 1 sección: hero (promesa), prueba social simple, bullets, CTA.
- Calendly/checkout activo. Pixel y UTMs puestos.

Día 4 — Demo 60 s

- Vídeo corto mostrando resultado, no la herramienta. Antes/después.
- Guion: Hook → Problema → Demostración → Resultado → CTA.

Día 5 — Pipeline de leads

- 100 leads (nombres, web, email/IG/LinkedIn). 4 columnas: **Nombre, Canal, Estado, Notas.**
- Criterio: locales, accesibles, con página y señales de vida.

Día 6 — Mensajería y objeciones

- 2 emails fríos + 2 DMs + 2 follow-ups listos.
- Lista de 5 objeciones con respuestas.

Día 7 — Señal temprana

- Enviar 30 mensajes. Objetivo: 5 respuestas, 2 demos agendadas.
- Si 0 respuestas, ajusta promesa y reintenta el mismo día.

Semana 2 — Construcción del MVP (elige tu vía)

Salida mínima de la semana: MVP usable + 2 demos agendadas o 20 trials.

Vía A — Servicios (freelance/agency)

Día 8–9: SOP y plantilla

- Redacción/SEO: brief → índice → borrador → edición → QA.
- Social/UGC: 10 hooks, 5 guiones, 10 miniaturas.
- Email: secuencia 3–5 correos (bienvenida o carrito).
- Entregable: 1 ejemplo **antes/después** por servicio.

Día 10–11: Casos de muestra

- 2 piezas publicables en un nicho (artículo SEO + 2 creatives + 1 email).
- PDF de 2 páginas con números esperados y proceso.

Día 12–13: Oferta cerrada

- Página “Paquetes” con límites y SLA.
- Contrato simple y orden de trabajo listos.

Día 14: Demos

- 4 demos hechas o confirmadas para la Semana 3.

Vía B — Producto/App (chatbot, micro-SaaS, GPT nicho)

Día 8: Alcance

- Funciones V1 (máx. 5), no-funciones, integración crítica (calendario/CRM).

Día 9–10: RAG mínimo

- KB limpia (FAQs, políticas). Embeddings + búsqueda.
- Prompt sistema con límites y tono.

Día 11: UI y límites

- Widget simple, logging, cuota por plan.

Día 12: Beta privada

- 3 cuentas demo. Registra 20–30 conversaciones.

Día 13: Precios y checkout

- Planes con límites, checkout activo. Página de estado y soporte.

Día 14: Trials

- 20 trials o 4 demos cerradas para semana siguiente.

Vía C — Negocio existente (implantar IA interna)

Día 8: Selección de palancas

- Elige 2 de 3: Bot soporte/ventas, Recomendaciones, Email/SMS.

Día 9–10: Bot 24/7

- KB, RAG, 30 FAQs probadas, handoff humano.

Día 11: Recomendaciones o Pricing

- Módulo “frecuentemente juntos” o reglas de precio con guardarraíles.

Día 12: Email lifecycle

- Bienvenida 3 correos + carrito 3 correos + 1 SMS.

Día 13: Medición

- Eventos, dashboard diario, alertas anomalías.

Día 14: Go-live controlado

- 1 canal, horario acotado, revisión diaria.

Semana 3 — Adquisición y ventas

Salida mínima de la semana: 10–12 reuniones, 2–4 cierres o 20 pagos/trials.

Día 15 — Prospección masiva

- 50 contactos: 25 email, 25 DM/LL.
- Secuencia: Día 0, 2, 5, 9. Sin adjuntos, enlaces con UTM.

Email frío 1 (servicios/app)

Asunto: ¿[X] en [nicho] sin [Z] en 14 días?

Cuerpo:

«Soy [nombre]. He montado [resultado] para [3 similares]. Demo de 60 s: [link].

Si te interesa, 15 min esta semana para ver si tiene sentido.

Si no, te dejo un playbook en 1 página sin coste.

—[firma]»

DM IG/LinkedIn

«Veo [problema concreto] en tu [web/IG]. Tengo un demo de 60 s con [resultado]. ¿Te lo envío?»

Día 16 — Agenda y confirmaciones

- Objetivo: 6–8 demos en 48 h.
- Calendly con 3 franjas al día. Recordatorios automáticos.

Día 17–18 — Demos que cierran

Agenda 15 min:

1. Dolor y coste (2 min).
2. Demo resultado (5 min).
3. Números y paquete (5 min).
4. Cierre y siguiente paso (3 min).

Preguntas de cierre:

- “Si te entrego X en 14 días, ¿lo ponemos en marcha hoy?”
- “¿Prefieres Starter o Growth para empezar?”

Día 19 — Propuestas y contratos

- Propuesta de 1 página: promesa, entregables, plazos, precio, SLA, next step.
- Enviar con fecha de validez 7 días.

Día 20–21 — Seguimiento y objeciones

- Objeciones típicas: precio, tiempo, riesgo.
Respuestas:
 - Precio: “El plan Starter recupera coste con [métrica] \geq X%; si no, re-implemento sin coste.”
 - Tiempo: “V1 en 7–14 días, luego iteramos con datos.”
 - Riesgo: “Garantía de implementación y salida sin permanencia.”
-

Semana 4 — Entrega, resultados y escalado

Salida mínima de la semana: 2 casos de estudio cortos, 1 upsell por cliente, proceso repetible.

Día 22–24 — Onboarding y setup

- Checklist de accesos, assets, KPIs base.
- Entrega V1: bot activo / 1 módulo de recomendaciones / 2–4 piezas SEO / 1 secuencia email.
- Reporte simple: qué se hizo, qué se mide, cuándo se revisa.

Día 25 — Medir y ajustar

- Primeras métricas: % resolución, CTR, CVR, AOV, tickets.
- Decide 1 test para 72 h (hero, asunto, creatividad).

Día 26 — Caso de estudio 1

- Formato 1 página: contexto → acción → números → cita del cliente → CTA.
- Publica en landing y envía a leads no cerrados.

Día 27 — Upsell y renovaciones

- Si Starter: propone Growth con argumento de métrica.
- Oferta anual prepago –15% con bonus (plantillas/consultoría).

Día 28 — Sistema

- SOP documentado, plantillas finalizadas, límites de uso y alertas funcionando.
- Runbook semanal: qué revisar, qué testear, qué reportar.

Día 29 — Pipeline siguiente

- 100 nuevos leads a la lista.
- 10 demos nuevas para la semana 5.

Día 30 — Retrospectiva y decisión

- ¿Señal? Si sí: duplica. Si no: cambia nicho u oferta.
 - Revisa unit economics y ajusta precios/límites.
-

Métricas objetivo por vía

Servicios

- 50–100 contactos → 10–12 demos → 2–4 cierres.
- Ticket medio inicial: 490–990 €/mes + setup 290–690 €.
- Churn objetivo 90 días: < 20%.

Producto/App

- 200 visitas landing → 40 trials → 10–20 pagos.
- ARPU inicial 15–39 €/mes.
- COGS/usuario < 35–45% del precio.

Negocio existente

- Bot: % resolución 50–70%, tiempo respuesta < 5 s.
 - Recomendaciones: +5–10% AOV.
 - Email: bienvenida CTR 8–15%, carrito recuperado 5–12%.
-

Plantillas operativas (texto listo para copiar)

Guion de demo (15 min)

- “Hoy validamos si tiene sentido. Si no, te dejo el playbook y listo.”
- “Actualmente pierdes X por [problema].”
- “Así queda con nuestra solución.”
- “Plan recomendado: [por qué]. Go-live en 14 días.”
- “Siguiente paso: contrato y setup hoy. ¿Te encaja Starter o Growth?”

Propuesta 1 página

- Problema y coste.
- Resultado y plazo.

- Entregables y límites.
- Precio, SLA, garantía.
- Firma y fecha límite.

Checklist de onboarding

- Accesos, brief, tono, claims prohibidos, KPIs, calendario, contactos.
-

Plan B si no hay ventas en 7–10 días

1. Cambia NICHOS, no herramienta.
 2. Ajusta PROMESA (más concreta y de plazo corto).
 3. Reduce FRICCIÓN (setup bajo, prueba/mes incluido).
 4. Prueba CANAL distinto (DMs con video personal, partner que ya tenga la audiencia).
 5. Sube el PRECIO si hay interés tibio pero sin cierre; baja si ni entran a demo.
-

Tu checklist final de 30 días

- Promesa clara y específica.
- Landing + demo + checkout activos.
- 100 leads y secuencia de 4 toques.
- MVP o V1 entregado.
- 2 casos de estudio.
- Paquetes y precios con margen calculado.
- Sistema de métricas y runbook semanal.
- Decisión de duplicar o pivotar.

CAPÍTULO 8 · PLAN DE ACCIÓN EN 30 DÍAS

Objetivo: poner dinero en la mesa en 4 semanas. Tres vías posibles: **Servicios**, **Producto/App**, **Negocio existente**. Elige UNA y síguela a rajatabla. Sin dispersión.

Reglas:

1. Cada día deja un entregable visible.
 2. Métrica o no existe.
 3. Si en 7 días no hay señal (respuestas, demos, trials, ventas), pivota nicho u oferta, no la herramienta.
-

Día 0 — Preparación (2–3 horas)

- Cuentas: LLM, generador imagen/vídeo, Make/Zapier/n8n, ESP (email), dominio y subdominio para landing.
 - Doc base: Notion/Drive con 5 páginas: **Oferta**, **Prompts**, **Pipeline leads**, **KPIs**, **Runbook**.
 - Calendario: bloquea 90 min diarios para venta y 60 min para producción.
-

Semana 1 — Nicho, promesa y prueba de mercado

Salida mínima de la semana: promesa en una frase, landing con checkout/botón de demo, vídeo demo 60 s, lista de 100 leads.

Día 1 — Elegir nicho y dolor

- Nicho concreto: pymes reales que puedas alcanzar (clínicas dentales, restaurantes, coaches, ecom moda).
- Problema carísimo: “pierdo reservas”, “no contesto DMs”, “carritos abandonados”, “no produzco contenido”.

Día 2 — Promesa y oferta

- Fórmula: **En X días consigues Y sin Z**.
- Paquetes good–better–best definidos con límites y precios.

Día 3 — Landing y assets

- Landing 1 sección: hero (promesa), prueba social simple, bullets, CTA.
- Calendly/checkout activo. Pixel y UTMs puestos.

Día 4 — Demo 60 s

- Video corto mostrando resultado, no la herramienta. Antes/después.
- Guion: Hook → Problema → Demostración → Resultado → CTA.

Día 5 — Pipeline de leads

- 100 leads (nombres, web, email/IG/LinkedIn). 4 columnas: **Nombre, Canal, Estado, Notas.**
- Criterio: locales, accesibles, con página y señales de vida.

Día 6 — Mensajería y objeciones

- 2 emails fríos + 2 DMs + 2 follow-ups listos.
- Lista de 5 objeciones con respuestas.

Día 7 — Señal temprana

- Enviar 30 mensajes. Objetivo: 5 respuestas, 2 demos agendadas.
- Si 0 respuestas, ajusta promesa y reintenta el mismo día.

Semana 2 — Construcción del MVP (elige tu vía)

Salida mínima de la semana: MVP usable + 2 demos agendadas o 20 trials.

Vía A — Servicios (freelance/agency)

Día 8–9: SOP y plantilla

- Redacción/SEO: brief → índice → borrador → edición → QA.
- Social/UGC: 10 hooks, 5 guiones, 10 miniaturas.
- Email: secuencia 3–5 correos (bienvenida o carrito).
- Entregable: 1 ejemplo **antes/después** por servicio.

Día 10–11: Casos de muestra

- 2 piezas publicables en un nicho (artículo SEO + 2 creatives + 1 email).
- PDF de 2 páginas con números esperados y proceso.

Día 12–13: Oferta cerrada

- Página “Paquetes” con límites y SLA.
- Contrato simple y orden de trabajo listos.

Día 14: Demos

- 4 demos hechas o confirmadas para la Semana 3.

Vía B — Producto/App (chatbot, micro-SaaS, GPT nicho)

Día 8: Alcance

- Funciones V1 (máx. 5), no-funciones, integración crítica (calendario/CRM).

Día 9–10: RAG mínimo

- KB limpia (FAQs, políticas). Embeddings + búsqueda.
- Prompt sistema con límites y tono.

Día 11: UI y límites

- Widget simple, logging, cuota por plan.

Día 12: Beta privada

- 3 cuentas demo. Registra 20–30 conversaciones.

Día 13: Precios y checkout

- Planes con límites, checkout activo. Página de estado y soporte.

Día 14: Trials

- 20 trials o 4 demos cerradas para semana siguiente.

Vía C — Negocio existente (implantar IA interna)

Día 8: Selección de palancas

- Elige 2 de 3: Bot soporte/ventas, Recomendaciones, Email/SMS.

Día 9–10: Bot 24/7

- KB, RAG, 30 FAQs probadas, handoff humano.

Día 11: Recomendaciones o Pricing

- Módulo “frecuentemente juntos” o reglas de precio con guardarraíles.

Día 12: Email lifecycle

- Bienvenida 3 correos + carrito 3 correos + 1 SMS.

Día 13: Medición

- Eventos, dashboard diario, alertas anomalías.

Día 14: Go-live controlado

- 1 canal, horario acotado, revisión diaria.
-

Semana 3 — Adquisición y ventas

Salida mínima de la semana: 10–12 reuniones, 2–4 cierres o 20 pagos/trials.

Día 15 — Prospección masiva

- 50 contactos: 25 email, 25 DM/LL.
- Secuencia: Día 0, 2, 5, 9. Sin adjuntos, enlaces con UTM.

Email frío 1 (servicios/app)

Asunto: ¿[X] en [nicho] sin [Z] en 14 días?

Cuerpo:

«Soy [nombre]. He montado [resultado] para [3 similares]. Demo de 60 s: [link].

Si te interesa, 15 min esta semana para ver si tiene sentido.

Si no, te dejo un playbook en 1 página sin coste.

—[firma]»

DM IG/LinkedIn

«Veo [problema concreto] en tu [web/IG]. Tengo un demo de 60 s con [resultado]. ¿Te lo envío?»

Día 16 — Agenda y confirmaciones

- Objetivo: 6–8 demos en 48 h.
- Calendly con 3 franjas al día. Recordatorios automáticos.

Día 17–18 — Demos que cierran

Agenda 15 min:

1. Dolor y coste (2 min).
2. Demo resultado (5 min).
3. Números y paquete (5 min).
4. Cierre y siguiente paso (3 min).

Preguntas de cierre:

- “Si te entrego X en 14 días, ¿lo ponemos en marcha hoy?”

- “¿Prefieres Starter o Growth para empezar?”

Día 19 — Propuestas y contratos

- Propuesta de 1 página: promesa, entregables, plazos, precio, SLA, next step.
- Enviar con fecha de validez 7 días.

Día 20–21 — Seguimiento y objeciones

- Objeciones típicas: precio, tiempo, riesgo.
Respuestas:
 - Precio: “El plan Starter recupera coste con [métrica] \geq X%; si no, re-implemento sin coste.”
 - Tiempo: “V1 en 7–14 días, luego iteramos con datos.”
 - Riesgo: “Garantía de implementación y salida sin permanencia.”
-

Semana 4 — Entrega, resultados y escalado

Salida mínima de la semana: 2 casos de estudio cortos, 1 upsell por cliente, proceso repetible.

Día 22–24 — Onboarding y setup

- Checklist de accesos, assets, KPIs base.
- Entrega V1: bot activo / 1 módulo de recomendaciones / 2–4 piezas SEO / 1 secuencia email.
- Reporte simple: qué se hizo, qué se mide, cuándo se revisa.

Día 25 — Medir y ajustar

- Primeras métricas: % resolución, CTR, CVR, AOV, tickets.
- Decide 1 test para 72 h (hero, asunto, creatividad).

Día 26 — Caso de estudio 1

- Formato 1 página: contexto → acción → números → cita del cliente → CTA.
- Publica en landing y envía a leads no cerrados.

Día 27 — Upsell y renovaciones

- Si Starter: propone Growth con argumento de métrica.
- Oferta anual prepago –15% con bonus (plantillas/consultoría).

Día 28 — Sistema

- SOP documentado, plantillas finalizadas, límites de uso y alertas funcionando.
- Runbook semanal: qué revisar, qué testear, qué reportar.

Día 29 — Pipeline siguiente

- 100 nuevos leads a la lista.
- 10 demos nuevas para la semana 5.

Día 30 — Retrospectiva y decisión

- ¿Señal? Si sí: duplica. Si no: cambia nicho u oferta.
 - Revisa unit economics y ajusta precios/límites.
-

Métricas objetivo por vía

Servicios

- 50–100 contactos → 10–12 demos → 2–4 cierres.
- Ticket medio inicial: 490–990 €/mes + setup 290–690 €.
- Churn objetivo 90 días: < 20%.

Producto/App

- 200 visitas landing → 40 trials → 10–20 pagos.
- ARPU inicial 15–39 €/mes.
- COGS/usuario < 35–45% del precio.

Negocio existente

- Bot: % resolución 50–70%, tiempo respuesta < 5 s.
 - Recomendaciones: +5–10% AOV.
 - Email: bienvenida CTR 8–15%, carrito recuperado 5–12%.
-

Plantillas operativas (texto listo para copiar)

Guion de demo (15 min)

- “Hoy validamos si tiene sentido. Si no, te dejo el playbook y listo.”
- “Actualmente pierdes X por [problema].”
- “Así queda con nuestra solución.”

- “Plan recomendado: [por qué]. Go-live en 14 días.”
- “Siguiente paso: contrato y setup hoy. ¿Te encaja Starter o Growth?”

Propuesta 1 página

- Problema y coste.
- Resultado y plazo.
- Entregables y límites.
- Precio, SLA, garantía.
- Firma y fecha límite.

Checklist de onboarding

- Accesos, brief, tono, claims prohibidos, KPIs, calendario, contactos.
-

Plan B si no hay ventas en 7–10 días

1. Cambia NICHOS, no herramienta.
 2. Ajusta PROMESA (más concreta y de plazo corto).
 3. Reduce FRICCIÓN (setup bajo, prueba/mes incluido).
 4. Prueba CANAL distinto (DMs con vídeo personal, partner que ya tenga la audiencia).
 5. Sube el PRECIO si hay interés tibio pero sin cierre; baja si ni entran a demo.
-

Tu checklist final de 30 días

- Promesa clara y específica.
- Landing + demo + checkout activos.
- 100 leads y secuencia de 4 toques.
- MVP o V1 entregado.
- 2 casos de estudio.
- Paquetes y precios con margen calculado.
- Sistema de métricas y runbook semanal.
- Decisión de duplicar o pivotar.

ANEXO A · LIBRERÍA DE 200 PROMPTS INTERCONECTADOS

Uso: sustituye los corchetes []. Mantén un “brief” base del proyecto (público, oferta, tono, objeciones) y pégalo cuando se pida “usa el brief”. Orientados a: monetización, growth y operación.

Estrategia y oferta (1–10)

1. “Con el **brief** de [negocio/nicho], define en 1 frase la promesa: *En [X días] consigues [Y] sin [Z]*. Dame 5 versiones.”
2. “Lista los 10 dolores ‘pagables’ de [público]. Ordénalos por impacto económico y urgencia.”
3. “Escribe 3 propuestas de valor para [producto/servicio] y mapea prueba social y métricas para cada una.”
4. “Dame 5 ICPs (perfiles de cliente ideal) para [oferta] con triggers de compra y objeciones típicas.”
5. “Convierte [características] en beneficios y pruebas: esquema bullets ‘dolor → solución → resultado’.”
6. “Diseña funnel mínimo (awareness→consideration→purchase) para [oferta] con 1 activo por etapa.”
7. “Genera 10 títulos de landing para [oferta] con tono [tono] y límite 12 palabras.”
8. “Escribe 10 FAQs críticas que bloquean la compra de [oferta] con respuestas breves y medibles.”
9. “Crea matriz de objeciones vs. respuestas para [oferta]. Añade evidencia y CTA por fila.”
10. “Redacta 3 garantías creíbles para [oferta] con límites claros y cobertura.”

SEO programático (11–30)

11. “Genera **cluster** de 40 keywords long tail sobre [tema] en [país], con intención y URL sugerida.”
12. “Crea **brief SEO** para keyword [X]: H2/H3, entidades, FAQs, fuentes, CTA y enlaces internos.”
13. “Escribe índice exhaustivo para [artículo] siguiendo el brief del prompt 12.”
14. “Redacta borrador de 1.500 palabras para [keyword] con tono [tono]; marca lugares para datos reales.”
15. “Genera 10 metatítulos (≤60 caracteres) y 10 metadescripciones (≤155) para [URL].”
16. “Propón 20 FAQs para esquema FAQ JSON-LD sobre [tema].”
17. “Crea 10 slugs SEO amigables para [página] con la keyword [X].”

18. “Planifica interlinking de un cluster de 20 piezas: tabla ‘origen → destino’ con anchor sugerido.”
19. “Genera 10 ideas de lead magnet relacionados con [cluster] y su página de captura.”
20. “Propón calendario de publicación: 4 piezas/semana durante 5 semanas con prioridades.”
21. “Escribe 10 títulos ‘comparativa’ [producto A vs B] con estructura neutral.”
22. “Redacta guía ‘Cómo elegir [categoría]’ con criterios de decisión y CTAs.”
23. “Escribe 20 ideas de artículos transaccionales ‘mejor [X] para [Y]’.”
24. “Genera glosario de 30 términos para [nicho] con definiciones cortas.”
25. “Propón 10 esquemas HowTo estructurados con pasos numerados.”
26. “Crea 10 briefs de imágenes (alt text + prompt imagen) para [artículo].”
27. “Escribe 5 resúmenes de 100 palabras para fragmento destacado de [tema].”
28. “Propón 10 actualizaciones de contenido para subir CTR (nuevos títulos + snippets).”
29. “Crea 5 plantillas de ‘review de producto’ con secciones fijas y tabla comparativa.”
30. “Genera 10 CTAs finales para artículos SEO con oferta [oferta].”

Redacción y copy (31–45)

31. “Con el **brief**, crea voice guide: tono, vocabulario, prohibiciones y ejemplos ‘antes/después’.”
32. “Escribe 10 titulares tipo *beneficio sin dolor* para [público].”
33. “Crea 5 historias cortas (100–150 palabras) que ilustren el ‘antes/después’ de [oferta].”
34. “Redacta bullets de beneficios con pruebas: 7 líneas ‘[beneficio] — [dato/prueba]’.”
35. “Convierte [texto largo] en 3 versiones: 1) directo, 2) técnico, 3) emocional.”
36. “Escribe 10 microcopys de error/validación para formularios de [landing].”
37. “Genera 5 páginas ‘Precios’ con estructura good–better–best; destaca el plan recomendado.”
38. “Crea 12 micro-CTAs distintos para [landing] según etapa del funnel.”
39. “Reescribe [párrafo] para claridad (≤12 palabras por frase) y fuerza (voz activa).”
40. “Escribe 3 versiones de ‘Riesgo inverso’ para [garantía] con límites claros.”
41. “Crea 10 subject lines de newsletter para [tema] con preheaders a juego.”
42. “Convierte [case study] en testimonio en 3 tonos: formal, cercano, técnico.”
43. “Escribe footer legal mínimo persuasivo (confianza, políticas, contacto) para [sitio].”
44. “Crea 5 páginas ‘Gracias’ con siguiente paso y oferta de upsell.”
45. “Convierte [artículo] en guion de 90 s (hook, 3 ideas, CTA).”

Social y UGC (46–65)

46. “Genera 30 hooks para Reels/TikTok sobre [tema] con límite 12 palabras.”
47. “Escribe 10 guiones de 45–60 s estilo UGC para [producto], con CTA a [acción].”
48. “Crea calendario de 30 días (3 pilares) con 1 post/día y objetivo.”
49. “Convierte 1 pieza larga en 10 microcontenidos (formatos + captions).”

50. “Escribe 20 captions con estructura ‘Dolor→Insight→CTA’ y 1 pregunta al final.”
51. “Genera 12 ideas de carrusel (5–7 slides) con titulares y bullets.”
52. “Crea 10 prompts de miniaturas con texto grande para [plataforma].”
53. “Escribe 20 comentarios ‘ancla’ para iniciar conversación debajo de tus posts.”
54. “Redacta 10 DM de respuesta rápida para [objeción] con enlace y prueba.”
55. “Crea 10 challenges/retos de 7 días para [nicho] con reglas y hashtag.”
56. “Genera 15 preguntas para encuestas/quizz de stories orientadas a segmentación.”
57. “Escribe guía de 1 página para creadores UGC externos (tono, no-go, hooks).”
58. “Crea 10 briefs de b-roll genérico aplicable a [nicho].”
59. “Transforma 5 posts en hilos para X (Twitter) con 7–9 tweets cada uno.”
60. “Escribe 12 ideas de lives de 20 min con agenda.”
61. “Genera 10 ofertas de ‘lead magnet express’ para bio/link.”
62. “Crea 10 plantillas de CTA para stories con sticker link.”
63. “Escribe 8 guiones de comparativa ‘X vs Y’ en 30 s.”
64. “Convierte 10 objeciones en hooks potentes con giro.”
65. “Escribe 12 prompts para mockups realistas de [producto] en contexto.”

Vídeo / YouTube (66–75)

66. “Genera 20 títulos clasificados por intención para canal de [tema].”
67. “Escribe guion de 8 minutos con capítulos y timestamps.”
68. “Crea 10 ideas de miniaturas con texto y composición.”
69. “Convierte guion 8 min en 6 shorts con hooks distintos.”
70. “Escribe descripción YouTube (200–300 palabras) con capítulos y CTAs.”
71. “Genera 20 ideas de B-roll y stock para [vídeo].”
72. “Crea 10 llamadas a la acción naturales para mitad/final de vídeo.”
73. “Redacta guion de 60 s tipo anuncio pre-roll para [oferta].”
74. “Optimiza [título/desc] con variaciones A/B, dame 5 pares.”
75. “Crea checklist de grabación/edición para equipo ‘1 persona’.”

Email / SMS (76–90)

76. “Escribe secuencia de **bienvenida** de 5 emails para [lead magnet].”
77. “Genera 3 emails de **carrito abandonado** (1h, 24h, 72h) y 1 SMS (48h).”
78. “Redacta 7 emails de **lanzamiento** (día 1–7) para [producto].”
79. “Crea 5 emails **win-back** para inactivos 90 días.”
80. “Escribe 10 asuntos A/B (40–55 caracteres) para [objetivo].”
81. “Genera 10 preheaders complementarios a los asuntos del prompt 80.”
82. “Crea 10 bloques de recomendación dinámica (plantillas) para ecommerce [categoría].”
83. “Redacta 5 emails de prueba social (casos/testimonios) con CTA único.”
84. “Convierte [post] en newsletter de 500 palabras con sección ‘acción de la semana’.”
85. “Escribe 10 SMS de 160 caracteres con oferta y deadline.”

86. “Crea segmentación en 6 listas y 4 tags a partir de [datos] y define triggers.”
87. “Redacta 3 emails legales (actualización políticas, privacidad, cookies) en tono humano.”
88. “Escribe 5 emails de onboarding para SaaS [X] por momentos clave (día 0,1,3,7,14).”
89. “Crea 10 PS (posdatas) que aumenten CTR en emails de [tema].”
90. “Genera 6 flujos automatizados con objetivos y métricas (bienvenida, carrito, postcompra, win-back, NPS, referidos).”

Ads (creatividades y testeo) (91–105)

91. “Escribe 10 variaciones de copy para [plataforma] con 5 ángulos: dolor/solución, social proof, demo, garantía, comparativa.”
92. “Genera 10 headlines (≤ 40 caracteres) para [anuncio].”
93. “Crea 8 storyboards de 15 s para UGC Ads de [producto].”
94. “Escribe 6 hooks de 3–5 s para vídeo ads.”
95. “Propón 10 test A/B de creatividad (qué cambia y por qué) para [campana].”
96. “Genera 10 prompts de imagen para anuncios estáticos con composición clara.”
97. “Redacta 5 landings ‘post-click’ alineadas con anuncios [X].”
98. “Crea 12 extensiones de anuncio (sitelinks/callouts) para [search].”
99. “Escribe 10 preguntas-respuesta para anuncios tipo lead form.”
100. “Crea 8 scripts de retargeting de 15 s (productos vistos, valor carrito, tiempo).”
101. “Genera 10 listas de intereses/keywords para prospecting de [nicho].”
102. “Propón 6 ofertas de primer pedido con control de margen.”
103. “Redacta 5 anuncios comparativos ‘Nosotros vs Alternativa’ sin infringir marcas.”
104. “Crea 10 variantes de CTA para anuncios con verbo de acción medible.”
105. “Diseña matriz de hipótesis (mensaje×audiencia×formato) con 12 celdas para testeo.”

eCommerce (106–115)

106. “Escribe 10 descripciones de producto (PAS+especificaciones) para [categoría].”
107. “Crea tabla de atributos y beneficios por SKU a partir de [ficha técnica].”
108. “Redacta 10 mensajes de talla/fit con guía visual para [prenda].”
109. “Escribe 8 emails postcompra (uso, cuidado, upsell, reseña).”
110. “Genera 6 bundles ‘frecuentemente juntos’ con precios y ahorro.”
111. “Crea 10 microcopys de checkout (confianza, envío, devoluciones).”
112. “Escribe 5 políticas (envíos, devoluciones, garantías, cambios, privacidad) tono humano.”
113. “Genera 10 mensajes de carrito en sitio (exit intent, barra progreso, umbral envío).”
114. “Crea 10 preguntas para quiz de producto que segmenten por necesidad.”
115. “Escribe 8 scripts de bot para estado de pedido y devoluciones.”

Chatbots y RAG (116–135)

116. “Escribe **política de respuesta** del bot: tono, no-go, cita de fuentes, handoff.”
117. “Genera 50 FAQs prioritarias con intención y acción esperada (responder, reservar, derivar).”
118. “Crea prompt **sistema** del bot de [nicho]: responde solo con KB; si falta, solicita datos/deriva.”
119. “Redacta 10 prompts de **retrieval** para buscar pasajes relevantes en la KB.”
120. “Genera 10 plantillas de mensajes con variables ({{nombre}}, {{producto}}, {{reserva}}).”
121. “Crea 8 flujos conversacionales (árboles) para [casos: reserva, presupuesto, soporte].”
122. “Escribe 10 mensajes de handoff a humano con contexto y etiqueta de prioridad.”
123. “Genera 10 respuestas seguras a temas sensibles (legal/salud): *no diagnóstico/deriva*.”
124. “Crea 10 tests de alucinación: preguntas trampa sin contexto en la KB.”
125. “Redacta 10 mensajes de disculpa/recuperación tras error del bot.”
126. “Genera 10 mensajes proactivos (nudge) basados en comportamiento (tiempo en página, abandono).”
127. “Crea 8 plantillas multilingües (ES/EN) de saludo y verificación de identidad.”
128. “Escribe 10 respuestas con enlaces profundos a secciones de la web/KB.”
129. “Genera 10 preguntas de verificación para confirmar datos críticos (fechas, importes).”
130. “Crea 10 mensajes de confirmación de reserva/pedido con resumen estructurado.”
131. “Escribe 10 scripts de encuesta post-chat (CSAT/NPS) con 1 pregunta y comentario.”
132. “Genera 10 plantillas de redacción de ticket a Helpdesk con resumen y pasos probados.”
133. “Crea 10 mensajes de cierre con CTA a siguiente mejor acción.”
134. “Escribe 10 respuestas de límites de uso (‘fair use’) y tiempos de espera.”
135. “Genera 10 mensajes para pedir feedback y actualizar KB cuando falte información.”

Data y analítica (136–145)

136. “Define 10 KPIs accionables para [negocio] y su fórmula.”
137. “Crea dashboard diario (5 widgets) y semanal (8 widgets) para [funnel].”
138. “Escribe 10 alertas de anomalías (condición, mensaje, canal) para [métrica].”
139. “Genera plan de etiquetado UTM para 6 canales con convenciones.”
140. “Crea 10 hipótesis de test A/B priorizadas (impacto×confianza×esfuerzo).”
141. “Escribe 10 insights a partir de [tabla de datos], en lenguaje directivo.”
142. “Genera 5 modelos sencillos de previsión (media móvil, estacionalidad) con interpretación.”

143. “Crea 10 preguntas para entrevistas de usuario post-compra.”
144. “Escribe 8 definiciones de eventos (nombre, trigger, propiedades).”
145. “Genera 10 recomendaciones para mejorar CVR de [landing] con priorización.”

Producto / App (146–155)

146. “Escribe PRD de 1 página para [idea de app] con problema, usuario, KPIs y riesgos.”
147. “Crea backlog v1 (máx. 5 features) con criterios de aceptación.”
148. “Genera 10 mensajes in-app para onboarding (tooltips/checklist).”
149. “Escribe 8 emails de activación por eventos (‘no probaste X’).”
150. “Crea 10 ideas de ‘copiloto’ de comandos naturales sobre [producto].”
151. “Redacta 5 casos de uso con historia y métrica.”
152. “Genera tabla de límites de plan (starter/growth/scale) con cuotas y overage.”
153. “Escribe 10 mensajes de error útiles con pasos de solución.”
154. “Crea 6 encuestas in-app (1 pregunta) para roadmap (Kano).”
155. “Escribe 8 notas de release en tono humano con ‘por qué importa’.”

Pricing y paquetización (156–165)

156. “Calcula precio suelo: entra COGS [detalle] y margen objetivo [X%]. Muestra fórmula.”
157. “Genera 3 paquetes good–better–best para [servicio] con límites y SLA.”
158. “Escribe 10 anclajes de precio (setup/anual) para mejorar percepción.”
159. “Crea 6 ofertas por tiempo limitado que no maten el margen.”
160. “Propón 10 métricas para precios basados en valor en [nicho].”
161. “Genera tabla de costos variables por uso (tokens, minutos, imágenes) y alertas.”
162. “Escribe 6 cláusulas de sobreconsumo claras y no punitivas.”
163. “Crea 5 experimentos de precio (A/B, ladder, Van Westendorp) con diseño y criterio de éxito.”
164. “Redacta 10 descripciones de planes con beneficio ‘encapsulado’ en el intermedio.”
165. “Genera 5 upsells post-compra con justificación de ROI.”

Ventas / Cold outreach (166–175)

166. “Escribe 3 emails fríos de 90–120 palabras para [nicho], con demo 60 s.”
167. “Genera 6 DMs iniciales para IG/LinkedIn con pregunta de permiso.”
168. “Crea 8 respuestas a objeciones (precio/tiempo/riesgo) con dato y CTA.”
169. “Escribe guion de demo de 15 min en 4 fases (dolor, demo, números, cierre).”
170. “Genera 10 asuntos de cold email sin spam words para [decisor].”
171. “Crea 6 secuencias de seguimiento (día 2,5,9) con nuevo ángulo.”
172. “Redacta 5 *case bullets* (contexto→acción→número→cita) para propuestas.”

- 173. “Escribe 5 cierres alternativos (‘starter o growth’) sin presión tosca.”
- 174. “Genera 10 preguntas de discovery que revelen dinero en la mesa.”
- 175. “Crea 5 scripts de voicemail/nota de voz de 20–30 s.”

Onboarding y soporte (176–185)

- 176. “Crea checklist de onboarding para [servicio/app] con accesos, KPIs y fechas.”
- 177. “Escribe 8 emails de onboarding (semana 0–4) con expectativas y entregables.”
- 178. “Genera 10 macros de soporte para temas repetidos con enlaces a KB.”
- 179. “Crea 6 plantillas de reporte quincenal (qué probamos, qué ganamos, qué sigue).”
- 180. “Escribe 10 mensajes de renovación con métrica y siguiente palanca.”
- 181. “Genera 6 encuestas CSAT/NPS y plantillas de respuesta.”
- 182. “Crea 5 runbooks de incidentes (P1/P2/P3) con RTO y pasos.”
- 183. “Escribe 8 mensajes ‘no puedo hacerlo’ con alternativa y escalado.”
- 184. “Genera 10 check-ins proactivos basados en uso bajo o errores.”
- 185. “Crea 6 plantillas de retro trimestral con roadmap y propuesta.”

Legal y compliance (186–190)

- 186. “Escribe aviso legal de uso de IA en [sitio/app] en lenguaje claro.”
- 187. “Genera cláusula de propiedad intelectual (entregables vs. métodos).”
- 188. “Crea aviso de privacidad resumido con base legal y derechos del usuario.”
- 189. “Escribe política de retención/borrado de datos (plazos y canales).”
- 190. “Genera texto de ‘disclaimer’ para sectores regulados (salud/legal/finanzas).”

QA / Calidad (191–195)

- 191. “Crea **rúbrica** (0–2) para evaluar respuestas del bot: factualidad, cobertura, tono, CTA, seguridad.”
- 192. “Genera 50 *golden prompts* para testeo mensual de [bot/app].”
- 193. “Escribe checklist de revisión humana para contenido público.”
- 194. “Crea 10 casos trampa para detectar alucinaciones.”
- 195. “Genera plan de muestreo diario (10–20%) con registro y mejoras.”

FinOps / Costes (196–200)

- 196. “Crea políticas de límite de uso por plan (cuotas, alertas al 70/90/100%).”
- 197. “Genera 10 ideas de reducción de costes: cache, compresión, batch, degradación elegante.”
- 198. “Escribe playbook de *kill-switch* por tenant con pasos y comunicación.”
- 199. “Crea informe mensual de COGS por cliente (tabla y conclusiones).”
- 200. “Genera análisis ‘migración de modelo’ con umbrales y opciones alternas.”

ANEXO B · 12 PLAYBOOKS “DE UNA PÁGINA”

Formato: objetivo → inputs → pasos → métrica → automatización → riesgos.

1. **Landing al 5% en 7 días**

Inputs: oferta, pruebas, objeciones.

Pasos: wireframe IA → copy → diseño → A/B hero → heatmap → ajuste.

Métrica: CVR, scroll al CTA.

Automatización: capturas/GA4.

Riesgos: promesa vaga; arregla con prueba concreta.

2. **Carrito recuperado**

Inputs: feed, incentivos.

Pasos: 3 emails + 1 SMS → recomendaciones dinámicas → A/B asunto/incentivo.

Métrica: tasa recuperación, margen neto.

Auto: triggers ESP.

3. **Bot 24/7 que vende**

Inputs: KB, 50 FAQs.

Pasos: RAG → políticas → 30 tests → conectar reserva/estado → beta 1 canal.

Métrica: % resolución, leads.

Riesgos: alucinación; responde con contexto o deriva.

4. **SEO cluster 20 piezas/10 días**

Inputs: keywords.

Pasos: cluster → briefs → draft IA → edición → publicación → interlinking.

Métrica: indexación 14d, top20 45d.

Auto: sitemap/indexing.

5. **Creative sprint Ads (7 días)**

Inputs: 3 ángulos × 2 audiencias.

Pasos: 24 creatividades → test controlado → promover ganador → iterar 3 variaciones.

Métrica: CTR, CPA, ROAS.

Riesgos: mismatch landing.

6. **Bienvenida que convierte**

Inputs: lead magnet, oferta.

Pasos: 5 emails (valor/caso/oferta/FAQ/cierre) + schedule.

Métrica: open, click, venta.

Riesgos: spam; cuida dominio.

7. **Onboarding SaaS en 14 días**

Inputs: eventos, features clave.

Pasos: checklist in-app → emails por gap → tutoriales.

Métrica: activación, adopción.

Auto: triggers producto.

8. **UGC 30 días**

Inputs: pilares, tono.

Pasos: 30 hooks → 12 guiones → 12 miniaturas → calendario → análisis.

Métrica: retención, CTR, saves.

Riesgos: repetición; varía ángulos.

9. **Pricing que paga costes**

Inputs: COGS, margen.

Pasos: precio suelo → paquetes → anclajes → test ladder.

Métrica: conversión vs margen.

Riesgos: overage confuso.

10. **Recomendaciones +10% AOV**

Inputs: ventas, categorías.

Pasos: “juntos” en PDP → upsell carrito → email postcompra.

Métrica: AOV, ingresos asistidos.

Riesgos: stock.

11. **Forecast en Sheets**

Inputs: ventas semanales 12m.

Pasos: media móvil+estacionalidad → punto pedido → alertas.

Métrica: roturas, capital inmovilizado.

Riesgos: promociones no etiquetadas.

12. **Case study en 48 h**

Inputs: antes/después, cifras.

Pasos: guion → capturas → cita cliente → diseño 1 página.

Métrica: CTR en propuestas.

Riesgos: dato no verificable.

ANEXO C · CHECKLISTS IMPRIMIBLES

1) QA de contenidos

- Hechos verificados y fuentes.
- Originalidad y tono de marca.
- CTA claro.
- Metas + esquema listos.
- Aprobación “cuatro ojos”.

2) RGPD básico

- Base legal definida.
- DPA firmado con proveedores.
- Minimización de datos (no PII en prompts).
- Política de retención/borrado.
- Procedimiento derechos (acceso/supresión).
- Transferencias fuera EEE documentadas.

3) FinOps IA

- Cuotas por plan y alertas 70/90/100%.
- Cache y compresión activas.
- Batch para tareas pesadas.
- Informe COGS mensual por cliente.
- Umbral de migración de modelo.

4) SLA / Fallbacks

- SLO: latencia, uptime, TMR.
- Canales y tiempos de soporte por severidad.
- Modo seguro y mensajes predefinidos.
- Handoff a humano automático.
- Registro y postmortem P1/P2.

5) Onboarding cliente

- Brief, objetivos y KPIs.
- Accesos y permisos.
- Calendario y entregables.
- Lista de claims prohibidos.
- Dashboard compartido.

6) Dashboard diario/semana

- Tráfico → leads → ventas.
- CVR por canal/landing.
- AOV y margen.
- Tickets y % resueltos.
- Anomalías y alertas.
- Tests A/B activos y decisión.

7) Incidentes

- Clasificación P1/P2/P3.
- RTO definidos.
- Plantilla de comunicación.
- Rotación de claves.
- Revisión de logs y cierre.

8) Lanzamiento

- Landing + checkout + pixel.
- Secuencia de 7 emails.
- Demo 60 s.
- Casos de estudio listos.
- Medición configurada.