

El Auditor de Obsolescencia: qué de tu negocio ya te puede **quitar la IA** (y qué nunca podrá)

La pregunta incómoda que todo negocio de servicios necesita responder antes de que se la responda un cliente. Un método para separar lo automatizable de lo irremplazable — y subir de precio con datos, no con miedo.

Si Claude puede hacerlo en 30 segundos, ¿por qué te lo siguen pagando a ti?

No es una pregunta retórica. Es la que ya se están haciendo tus clientes, aunque no te la digan en la cara. Cada mes que pasa, una IA resuelve gratis o casi gratis una tarea más de las que hasta ayer eran parte de tu oferta: redactar un primer borrador, montar una plantilla, resumir un informe, generar una idea de campaña.

El error no es usar IA. El error es no saber **qué parte de tu negocio ya dejó de ser diferencial** — y seguir cobrando, comunicando y compitiendo como si nada hubiera cambiado. El negocio que va por delante no es el que más herramientas de IA usa: es el que ya audita, con método, qué automatiza y qué protege.

Lo que vas a construir en esta guía: tu propio mapa de "Automatizable / Irremplazable", aplicado a tu oferta real. Al terminar, vas a saber exactamente qué tareas puedes delegar sin miedo a una IA, y qué parte de lo que haces es la verdadera razón por la que te siguen contratando — para blindarla, comunicarla y cobrarla como corresponde.

Dos preguntas separan lo **commodity** de lo **irremplazable**

Antes de auditar nada, entiende la lógica. Toda tarea de tu negocio cae en uno de estos dos territorios — y la mayoría de negocios nunca se ha detenido a clasificarlas.

Automatizable

- Sigue un patrón repetible: dado un input, hay una salida "correcta" más o menos predecible.
- No depende de tu historial con ese cliente ni de tu intuición del momento.
- Se puede describir en un procedimiento paso a paso sin perder calidad.
- Ejemplos típicos: primeros borradores, resúmenes, formatos, transcripciones, plantillas.

Irremplazable

- Requiere criterio: la misma pregunta, en manos distintas, da resultados de valor muy distinto.
- Depende de contexto que solo tú tienes: relación, historia, riesgo, matices del cliente.
- Implica una decisión con consecuencias reales, no solo generar contenido.
- Ejemplos típicos: diagnóstico, estrategia, negociación, la decisión final de "esto sí, esto no".

El objetivo no es defender todo tu trabajo como "irremplazable". Es exactamente lo contrario: cuanto más honesta seas separando lo automatizable, más nítido y más caro se vuelve lo que sí es solo tuyo.

El método en 4 pasos para auditar tu oferta

No necesitas más de una hora ni ningún software especial. Necesitas honestidad y esta secuencia:

- **Lista cada tarea** que compone tu servicio principal, desagregada al máximo (no "hago estrategia de marca", sino cada paso concreto de cómo la haces).
- **Pon a prueba cada tarea con Claude.** Descríbele el input real que tendrías y pídele que la resuelva. Sé exigente: evalúa el resultado como lo evaluaría tu cliente, no como lo evaluarías tú sabiendo lo que sabes.
- **Clasifica el resultado** en la tabla de la página siguiente: si Claude resolvió la tarea a un nivel aceptable para el cliente, va en "Automatizable". Si el resultado fue genérico, plano o directamente incorrecto sin tu criterio, va en "Irreemplazable".
- **Decide qué haces con cada columna:** lo automatizable se convierte en un skill que te ahorra tiempo (revisa el recurso "Skills de Claude" para el método); lo irreemplazable se convierte en el argumento central de tu propuesta de valor y tu precio.

Una advertencia honesta: vas a sentir la tentación de marcar como "irreemplazable" tareas que en realidad son automatizables pero te dan miedo soltar. Es normal. Por eso el paso 2 —probarlo de verdad con Claude— no es opcional: la prueba real es lo único que evita que audites desde el ego en vez de desde los hechos.

La tabla del Auditor de Obsolescencia

Copia esta estructura en una hoja o un documento y complétala con tu propia oferta. Aquí tienes un ejemplo ya resuelto para que veas cómo se aplica:

TAREA	RESULTADO CON CLAUDE	CLASIFICACIÓN	QUÉ HACER CON ELLA
Redactar un primer borrador de guion para redes	Aceptable, con edición ligera	Automatizable	Crear un skill con tu voz de marca y dejar de partir de una hoja en blanco cada vez.
Decidir qué narrativa usar frente a una marca dudosa sobre invertir	Genérico, sin conocer el contexto real de la relación	Irreemplazable	Es el argumento central de por qué te contratan a ti y no a una agencia junior. Comunícalo así.
Resumir una reunión o una transcripción larga	Muy bueno, ahorra tiempo real	Automatizable	Automatiza con un conector o un skill; deja de facturar tiempo por esta tarea.
Diseñar la oferta y el precio de un programa nuevo	Plano, sin criterio de posicionamiento	Irreemplazable	Súbelo de nivel: es consultoría estratégica, no "armar una propuesta". Cóbralo como tal.

Repite este ejercicio con al menos 10 tareas reales de tu oferta antes de sacar conclusiones. Con menos de 10, el sesgo del miedo pesa más que los datos.

Cómo se ve esta auditoría según tu tipo de negocio

El framework es el mismo, pero lo que cae en cada columna cambia según el rubro. Algunos ejemplos para ubicarte:

AGENCIA O CONSULTORA

Automatizable: reportes, primeros borradores, research inicial.

Irreemplazable: la relación con el cliente en momentos de crisis, y la lectura fina de qué estrategia funciona para esa marca en particular, no "en general".

COACH O MENTORA

Automatizable: contenido educativo genérico, plantillas de ejercicios, FAQs.

Irreemplazable: el diagnóstico del bloqueo real de esa persona, y el criterio para saber cuándo empujar y cuándo sostener.

PRODUCTORA AUDIOVISUAL

Automatizable: transcripciones, primeros storyboards, sinopsis de guion.

Irreemplazable: la red de contactos, el criterio de casting y la capacidad de sostener una negociación con una marca o un festival.

ESCUELA O ACADEMIA

Automatizable: resúmenes de clase, quizzes, primeras versiones de material.

Irreemplazable: la comunidad, el acompañamiento personalizado y la actualización constante de metodología con casos reales.

Tu checklist del Auditor de Obsolescencia

Guarda esta página y vuelve a ella cada trimestre — lo que hoy es irremplazable, en un año puede dejar de serlo.

- ☐ **Desglosé** mi oferta principal en al menos 10 tareas concretas, no en categorías generales.
- ☐ **Probé cada tarea con Claude** de forma honesta, evaluando el resultado como lo haría mi cliente.
- ☐ **Clasifiqué** cada tarea en Automatizable o Irremplazable, sin dejarme llevar por el miedo a soltar.
- ☐ **Convertí** lo automatizable en al menos un skill o proceso que me ahorre tiempo real.
- ☐ **Reescribí** mi propuesta de valor y mi precio alrededor de lo irremplazable, no de lo que ya hace una IA gratis.

El negocio que sobrevive a esta ola de IA no es el que ignora la herramienta, ni el que le entrega todo. Es el que sabe, con precisión, qué parte de su valor nunca debería automatizar.

Auditar es el primer paso. Reposicionar es el que paga las facturas.

En Sprint to Growth Business School trabajamos la Arquitectura del Posicionamiento completa: cómo comunicar y cobrar lo irremplazable de tu negocio una vez que ya sabes cuál es, para que la conversación con tus clientes deje de girar en torno al precio y empiece a girar en torno a tu criterio.

¿Quieres ir más allá de este recurso?

Escríbeme y te cuento cómo trabajamos el reposicionamiento con IA dentro de Sprint to Growth Business School y del ecosistema de The Wonder World Group.

WhatsApp: +34 671 077 605 — Sonia Boost