

Tu Segundo Cerebro con Claude Projects

Cómo construir la memoria de tu negocio dentro de Claude, para que cada respuesta parta de tu contexto real y no de cero.

Cada vez que abres un chat nuevo y le explicas a la IA quién eres, qué vende tu negocio y cómo hablas, estás perdiendo tiempo que ya no deberías perder. Claude Projects resuelve exactamente esto: un espacio que recuerda tu marca, tus procesos y tus clientes, para que no vuelvas a empezar de cero.

- 01 Entiende qué es un Project y qué cambia
- 02 Mapea los "cerebros" que necesita tu negocio
- 03 Escribe las instrucciones — el ADN del cerebro
- 04 Construye la base de conocimiento
- 05 Organiza tu ecosistema completo de Projects
- 06 Mantén el cerebro vivo
- 07 Compártelo con tu equipo

El problema del "chat en blanco"

Si usas la IA en conversaciones sueltas, cada chat empieza de cero: vuelves a pegar tu propuesta de valor, tu tono de marca, tu lista de servicios, el contexto del cliente... y para cuando terminas de explicarlo, ya has gastado la mitad del tiempo que ibas a ahorrar.

Un Project en Claude es un espacio de trabajo persistente: tiene su propia base de conocimiento (los documentos que subas) y sus propias instrucciones (cómo quieres que Claude piense y responda dentro de ese espacio). Todo lo que subas y definas una vez, queda disponible en cada conversación nueva dentro de ese Project, sin volver a explicarlo.

Piénsalo como contratar y formar a una persona nueva en tu equipo una sola vez, en lugar de volver a entrenarla desde cero cada mañana.

1 Entiende qué es un Project y qué cambia

Un Project en Claude tiene tres partes que trabajan juntas:

- **Instrucciones de proyecto:** el "cómo pensar" — tono, rol, reglas fijas para ese espacio.
- **Base de conocimiento:** los documentos que Claude puede consultar (PDFs, textos, hojas de cálculo, código).
- **Historial de conversaciones:** todos los chats de ese Project quedan agrupados y con el mismo contexto de fondo.

***Tip de Sonia:** Los Projects están disponibles incluso en el plan gratuito de Claude (con un número limitado). Si tienes un plan de pago, la capacidad de la base de conocimiento escala automáticamente cuando el contenido crece, así que no dudes en subir todo lo relevante.*

2 Mapea los "cerebros" que necesita tu negocio

No crees un único Project gigante para todo. Un Segundo Cerebro funciona mejor cuando lo divides por área, marca o función. Algunos ejemplos de cerebros habituales:

- **Cerebro de Marca:** identidad, tono de voz, valores, historia, posicionamiento.
- **Cerebro de Marketing/Contenido:** guías de estilo, banco de voz, ejemplos de piezas que funcionaron.
- **Cerebro de Ventas:** guion de llamadas, objeciones frecuentes, casos de éxito, precios y condiciones.
- **Cerebro de Atención al Cliente:** FAQs, políticas, procesos de reclamación.
- **Cerebro por unidad de negocio:** si gestionas varias marcas o líneas (como en un ecosistema con distintas empresas), cada una merece su propio espacio.

Tip de Sonia: Si tu negocio tiene varias marcas o divisiones, un Project por unidad evita que se mezcle el tono y el contexto de una con el de otra.

3 Escribe las instrucciones — el ADN del cerebro

Las instrucciones de proyecto son lo primero que Claude lee en cada conversación de ese espacio. Cuanto más específicas, mejor funciona el cerebro. Incluye siempre:

- Quién eres y qué rol cumple ese Project ("Este espacio es el cerebro de marketing de mi negocio").
- El objetivo del espacio: qué tipo de tareas vas a pedir ahí dentro.
- El tono y el formato con el que quieres que responda (formal, cercano, con o sin emojis, longitud).
- Reglas de "no hacer": lo que nunca debe asumir, inventar o prometer.

Tip de Sonia: Evita instrucciones vagas como "sé útil". Cuanto más concreta la instrucción (tono, formato, límites), menos genérica será cada respuesta dentro del Project.

4 Construye la base de conocimiento

Aquí es donde tu negocio deja de ser una explicación y se convierte en referencia consultable. Sube a cada Project los documentos que ese cerebro necesita de verdad:

- Guías de marca, manual de tono de voz, ejemplos de comunicaciones pasadas.
- Catálogo de productos/servicios con precios y condiciones actualizadas.
- Casos de éxito, testimonios, propuestas comerciales ya cerradas.
- Procesos internos documentados (onboarding, políticas, checklist de calidad).
- Transcripciones o notas de reuniones y llamadas relevantes.

***Tip de Sonia:** No subas "todo por si acaso". Un cerebro con 10 documentos bien elegidos responde mejor que uno con 100 documentos desordenados y redundantes.*

5 Organiza tu ecosistema completo de Projects

Cuando tu negocio crece o tiene varias marcas, el Segundo Cerebro se convierte en un ecosistema de espacios conectados. Un ejemplo de cómo podría organizarse:

Marca / Área	Qué guarda ese cerebro
Identidad y Posicionamiento	Historia de marca, valores, mensajes clave, biografía profesional.
Marketing y Contenido	Banco de voz, calendario editorial, piezas que mejor funcionaron.
Ventas y Propuestas	Guiones de venta, objeciones, plantillas de propuesta comercial.
Cada unidad o marca del negocio	Contexto propio: audiencia, tono y objetivos específicos de esa marca.
Atención al cliente	FAQs, políticas, tono de respuesta ante quejas o incidencias.

***Tip de Sonia:** Nombra cada Project de forma específica (no "Marketing" a secas, sino "Marketing — Marca X, tono cercano"). Cuando tengas 6 u 8 cerebros activos, el nombre es lo que te permite abrir el correcto en segundos.*

6 Mantén el cerebro vivo

Un Segundo Cerebro que no se actualiza se queda obsoleto igual que cualquier documento olvidado en una carpeta. Dale mantenimiento:

- Revisa cada mes si los precios, políticas o catálogos siguen vigentes.
- Sustituye documentos antiguos en lugar de acumular versiones duplicadas.
- Cuando una conversación produzca un resultado especialmente bueno (un copy, una respuesta, un análisis), guárdalo como nuevo ejemplo de referencia.
- Ajusta las instrucciones del Project si notas que las respuestas se están desviando del tono o del objetivo.

***Tip de Sonia:** Reserva 15 minutos cada quince días para "limpiar" tus Projects más usados. Es la diferencia entre un cerebro que mejora con el tiempo y uno que se queda anticuado.*

7 Compártelo con tu equipo

Si trabajas con más personas, el Segundo Cerebro deja de ser tuyo y se convierte en la memoria común del equipo:

- En cuentas de equipo, los Projects se pueden compartir con distintos niveles de permiso: solo ver, o ver y editar.
- Así, cualquier persona que escriba en nombre de tu marca parte del mismo tono, los mismos datos y las mismas reglas.
- Se elimina la dependencia de "solo yo sé explicarlo bien": el conocimiento deja de vivir únicamente en tu cabeza.

***Tip de Sonia:** Antes de compartir un Project con tu equipo, revisa qué documentos contiene: es una base de conocimiento compartida, así que solo debería tener lo que quieres que todo el equipo pueda consultar.*

Si has llegado hasta aquí,

QUIERES IR MÁS ALLÁ

Construir el ecosistema completo de cerebros de tu negocio, conectado a tu sistema de contenido, ventas y atención al cliente, es exactamente lo que trabajamos dentro de Sprint to Growth Business School.

◆ 3 mentorías 1:1 gratuitas — Posicionamiento, Sistemas con IA, y Crecimiento y Oferta.

◆ Bonus exclusivo: acceso gratuito al ecosistema Movies x Brands (moviesxbrands.com) para posicionarte junto a figuras de Hollywood en el Festival de Cine de Cannes.

Todo esto, al adquirir la membresía vitalicia de Sprint to Growth Business School.