FRAN MURAD

EDICIÓN 2026

MANUAL DE EJECUCIÓN

Tu agencia digital con IA

Cómo pasar de trabajar solo a una agencia ordenada: servicios, precios, procesos, clientes y equipo, sin perder calidad ni margen.

ESCRITO POR

Fran Murad

PRIMERA EDICIÓN
2026

Tu agencia digital con IA

Cómo pasar de trabajar solo a una agencia ordenada: servicios, precios, procesos, clientes y equipo, sin perder calidad ni margen.

Primera edición · 2026 · Versión 1.0
© 2026 Fran Murad. Todos los derechos reservados.

Esta obra es de uso personal del comprador. No está permitida su reproducción total o parcial, su distribución, su reventa ni su uso para crear productos derivados sin autorización escrita del autor.

Las herramientas, precios y planes mencionados corresponden al momento de la edición y pueden cambiar. Verificá siempre las condiciones vigentes en el sitio oficial de cada herramienta antes de contratar. El anexo D reúne los enlaces oficiales.

Este material es educativo: enseña procesos de trabajo y criterios para aplicarlos. No garantiza ventas, clientes ni resultados económicos: eso depende de la ejecución, del mercado y del esfuerzo de cada persona. No reemplaza el asesoramiento legal, contable ni impositivo profesional.

Dudas, correcciones o mejoras: escribime a contactofranmurad@gmail.com o por Instagram, @frann.murad.

Índice

TU AGENCIA DIGITAL CON IA

Antes de empezar 1

PARTE I · ANTES DE CRECER

01 Freelance, estudio o agencia 6

02 El menú de servicios 11

03 Precios que dejan margen 17

PARTE II · EL SISTEMA

04 Que el trabajo no dependa de tu memoria 25

05 El proyecto empieza antes de producir 31

06 Producir con IA sin perder calidad 37

07 Organizar clientes y proyectos 43

08 Abonos mensuales, ingresos que se repiten 48

PARTE III · CRECER

09 La primera persona que sumás 54

10 Los cinco números de la agencia 59

11 Escalar sin romper 65

Plantilla de menú y precios 70

Plantillas de procesos 73

Prompts para la agencia 77

Fuentes y actualización 82

INTRODUCCIÓN

Antes de empezar

Para quién es este libro, qué vas a tener al terminarlo y la pregunta que conviene contestar antes de decir “tengo una agencia”.

Casi todas las agencias chicas nacen igual: alguien que trabaja solo empieza a tener más pedidos de los que puede atender. Y casi todas mueren igual: siguen creciendo con la misma desorganización que tenían cuando eran una sola persona.

Hay un momento en el que trabajar solo deja de alcanzar. Tenés tres clientes esperando, dos propuestas sin mandar, un mensaje de WhatsApp de hace cuatro días sin contestar y la sensación de que, si te enfermás una semana, se cae todo. Ese momento parece un problema de tiempo. En realidad es un problema de **sistema**.

Este libro es sobre construir ese sistema: los servicios que vendés, cómo los cobrás, cómo se producen, cómo se organizan los clientes y, recién después, cómo sumar gente. En ese orden. Una agencia no es un grupo de personas haciendo cosas: es una forma repetible de entregar un resultado, que funciona aunque vos no estés mirando cada detalle.

Para quién es

Este libro sirve si:

- Ya vendés algún servicio digital (webs, landings, redes, publicidad, contenido) y querés dejar de depender solo de tus horas.
- Tenés más trabajo del que podés hacer bien, o estás cerca de tenerlo.

- Querés armar una agencia chica y ordenada, no una empresa de cincuenta personas.
- Usás IA para producir y querés aprovecharla sin que la calidad dependa de la suerte.

Si todavía no tenés ningún cliente, empezá por los libros anteriores: *Tu primera web con IA* te enseña a producir y *Tus primeros clientes* a conseguir con quién trabajar. Este libro asume que ya sabés hacer las dos cosas.

Qué vas a tener al terminar

- [ ] Una decisión clara sobre qué estás construyendo: freelance, estudio o agencia.
- [ ] Un menú de servicios con un servicio ancla y complementos que se venden solos.
- [ ] Precios calculados desde tus costos, con un margen que te permita crecer.
- [ ] Los cinco procesos centrales de la agencia escritos, para que no vivan solo en tu cabeza.
- [ ] Un onboarding de clientes que empieza cada proyecto con el pie derecho.
- [ ] Una forma de producir con IA que tiene control de calidad incorporado.
- [ ] Un tablero para organizar clientes, proyectos y conversaciones.
- [ ] Al menos un servicio con abono mensual, para tener ingresos que se repiten.
- [ ] Un criterio para saber cuándo y a quién contratar primero.
- [ ] Un tablero de cinco números para saber si la agencia está sana.

Cómo está armado

La **Parte I** es la base: qué estás construyendo, qué vendés y a qué precio. Tres capítulos que conviene resolver antes de sumar un cliente más.

La **Parte II** es el sistema: procesos, onboarding, producción con IA, organización de clientes y abonos mensuales. Es la parte que transforma a una persona muy ocupada en un negocio que funciona.

La **Parte III** es crecer: la primera contratación, los números que tenés que mirar y cómo escalar sin romper lo que ya funciona.

Al final hay cuatro anexos: la plantilla del menú de servicios y precios, las plantillas de procesos, una biblioteca de prompts para la agencia y las fuentes.

Una aclaración de alcance

Este libro te enseña a **organizar** un negocio de servicios digitales: qué vender, cómo cobrar, cómo producir y cómo crecer con orden. No es asesoramiento contable, impositivo ni legal. Cuando hablemos de facturación, contratos o contrataciones, vas a encontrar criterios generales y la recomendación de consultar con un profesional de tu país. Tampoco promete ingresos: los números de ejemplo son ejemplos, y los tuyos van a depender de tu mercado, tus precios y tu ejecución.

> **LA TRAMPA DE "SOMOS UNA AGENCIA"**
>
> Muchos freelancers empiezan a hablar en plural (“nosotros”, “nuestro equipo”) antes de tener equipo, porque sienten que así parecen más grandes. Es un error doble: el cliente suele darse cuenta, y vos te comprometés a una escala que todavía no tenés. Ser una persona que trabaja muy bien es un valor, no algo que esconder. La agencia se construye; no se declara.

La pregunta antes de empezar

Te pido una sola cosa: antes de seguir, **escribí por qué querés una agencia.**

No es una pregunta retórica. Hay respuestas muy distintas, y cada una lleva a un negocio distinto:

01

Freelance, estudio o agencia

Las cuatro etapas por las que pasa un negocio de servicios digitales, qué cambia en cada una y cómo saber en cuál estás y a cuál querés llegar.

"Agencia" no es una palabra que describe un tamaño. Describe una forma de trabajar: el cliente le compra a un sistema, no a una persona. Podés tener una agencia de dos personas y un freelance de diez.

La mayoría de la gente usa "freelance" y "agencia" como si fueran lo mismo con distinto número de personas. No lo son. La diferencia real está en **de quién depende el resultado**. Si el trabajo sale bien solo cuando lo hacés vos, sos freelance, aunque tengas ayudantes. Si sale bien porque hay un proceso que cualquiera del equipo puede seguir, empezás a ser una agencia.

Las cuatro etapas

Casi todos los negocios de servicios digitales pasan por estas etapas. No hace falta recorrerlas todas, y quedarse en una no es un fracaso: es una decisión.

ETAPA	CÓMO SE VE	EL LÍMITE
1. Freelance	Hacés todo vos: vender, producir, cobrar, atender.	Tus horas. Cuando se llenan, dejás de crecer.
2. Freelance con apoyo	Seguís siendo la cara y el cerebro, pero delegás tareas sueltas a otros freelancers.	Tu capacidad de coordinar. Todo pasa por vos.
3. Estudio	Un equipo chico y estable, con roles claros. Vos vendés y supervisás.	La calidad depende de que vos revises todo.
4. Agencia	Procesos escritos, roles definidos, alguien más puede vender o supervisar.	Los procesos y el mercado, no una persona.

CADA ETAPA TIENE SU PROPIO TECHO

Pasar de una etapa a la siguiente no es automático: requiere cambiar cómo trabajás. El error más común es querer saltar de la etapa 1 a la 4 contratando gente, sin haber construido los procesos de la 2 y la 3. El resultado es un freelance con empleados: más costos, más caos y la misma dependencia de vos.

Las señales de que llegaste al techo

¿Cómo sabés que es momento de pasar a la etapa siguiente? Estas son las señales más claras:

- [ ] Rechazás trabajo o lo postergás porque no te da el tiempo.
- [ ] Tardás días en mandar propuestas que antes mandabas en horas.
- [ ] Los clientes esperan más de lo que les prometiste.
- [ ] Hacés tareas que otra persona podría hacer igual de bien por menos dinero.
- [ ] No podés tomarte una semana libre sin que algo se rompa.
- [ ] Tus ingresos no suben aunque trabajes más horas.

Si marcaste tres o más, el próximo paso probablemente no sea conseguir más clientes: es **ordenar cómo atendés a los que ya tenés**.

Tres modelos de agencia

Además de la etapa, conviene decidir qué tipo de agencia querés ser. Hay tres modelos principales, y cada uno tiene un negocio muy distinto por detrás:

El especialista

Hace una sola cosa muy bien, para un tipo de cliente. “Webs de turnos para consultorios.” “Publicidad en Instagram para inmobiliarias.” Es el modelo más fácil de vender, de producir y de escalar, porque todo se repite. Su riesgo es depender de un solo mercado.

El integral para un nicho

Hace varias cosas para un mismo tipo de cliente. “Todo lo digital para gimnasios: web, redes, publicidad y automatizaciones.” Es el que más factura por cliente, porque le resuelve mucho a cada uno. Su riesgo es que cada servicio requiere una habilidad distinta.

El generalista

Hace varias cosas para cualquiera. Es el modelo más común al empezar y el más difícil de hacer crecer: cada cliente es un proyecto nuevo, nada se repite, los procesos no se estabilizan y el marketing le habla a todo el mundo, o sea a nadie.

> **EL ORDEN QUE SUELE FUNCIONAR**
>
> Empezar como especialista, ganar experiencia y casos en un nicho, y recién después sumar servicios para ese mismo nicho. Es más fácil venderle un segundo servicio a un cliente contento que conseguir un cliente nuevo para un servicio que recién aprendiste.

3. **Pedile a la IA que lo convierta en procedimiento** con el prompt de abajo.
4. **Revisalo vos.** Corregí lo que esté mal, agregá lo que falta, borrá lo que sobra.
5. **Probalo.** La próxima vez que hagas la tarea, seguí el procedimiento escrito y anotá dónde te trabás.

PROCEDIMIENTO DESDE UNA EXPLICACIÓN — PROCESOS

Te paso la transcripción de cómo hago **nombre de la tarea** en mi agencia.
Convertila en un procedimiento de una página con esta estructura:

1. Nombre y objetivo (una línea)
2. Cuándo se usa
3. Quién lo hace (rol, no persona)
4. Pasos numerados, cada uno empezando con un verbo
5. Plantillas o herramientas que se necesitan
6. Criterio de terminado: cómo se sabe que está bien hecho
7. Errores frecuentes a evitar (solo los que aparecen en mi explicación)

No agregues pasos que yo no mencioné. Si algo de mi explicación es ambiguo o falta información, marcalo con [VERIFICAR] en vez de completarlo vos.

Transcripción:
pegá la transcripción

Dónde guardarlos

Los procesos tienen que estar en un lugar donde se encuentren en diez segundos. No importa tanto la herramienta como la costumbre:

- **Notion**, **Google Docs** o cualquier herramienta de documentos compartidos.
- Una carpeta con un nombre obvio: “Cómo trabajamos”.
- Un índice en la primera página con todos los procesos y sus enlaces.