FRAN MURAD

EDICIÓN 2026

MANUAL DE EJECUCIÓN

Tu primer producto digital

Cómo elegir y validar una idea, crear un ebook, una plantilla o una guía con ayuda de la IA, ponerle precio, armar la página de venta y preparar un lanzamiento que no dependa de la suerte.

ESCRITO POR

Fran Murad

PRIMERA EDICIÓN
2026

Tu primer producto digital

Cómo elegir y validar una idea, crear un ebook, una plantilla o una guía con ayuda de la IA, ponerle precio, armar la página de venta y preparar un lanzamiento que no dependa de la suerte.

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 PRIMER PRODUCTO DIGITAL

Antes de empezar 1

PARTE I · LA IDEA

01 Qué es un producto digital 5

02 Encontrar la idea 10

03 Validar antes de crear 15

PARTE II · CREAR

04 El formato justo 21

05 Crear el contenido con IA 26

06 Diseñar para que se vea profesional 31

07 Precio y oferta 36

PARTE III · VENDER

08 Dónde cobrar y cómo entregar 42

09 La página de venta 47

10 El lanzamiento 52

11 Después del lanzamiento 57

Plantilla de validación 62

Plan de lanzamiento de 30 días 65

Prompts para tu producto 68

Fuentes y actualización 71

INTRODUCCIÓN

Antes de empezar

Para quién es este libro, qué vas a tener al terminarlo y por qué la mayoría de los productos digitales no se venden.

Un producto digital se crea una vez y se puede vender muchas veces. Esa es su promesa. Lo que casi nadie cuenta es que la mayoría no se vende nunca, y casi siempre por la misma razón: se creó primero y se preguntó después si alguien lo quería.

Un ebook, una plantilla, una guía, una planilla, un curso grabado. Los productos digitales tienen algo que los servicios no tienen: no dependen de tus horas. Una vez creados, pueden venderse mientras dormís, a gente de cualquier lugar, sin que tengas que producir cada unidad de nuevo. Por eso tantos emprendedores, profesionales y creadores de contenido quieren tener el suyo.

Y por eso tantos terminan con un producto terminado que nadie compra. Pasaron semanas creándolo, lo publicaron con entusiasmo, vendieron tres copias a amigos y dejaron de intentarlo. No porque el producto fuera malo, sino porque se saltearon los pasos que deciden si un producto digital se vende: **elegir un problema que alguien quiere resolver, validar antes de crear y preparar el lanzamiento con tiempo.**

Para quién es

- Profesionales que quieren convertir lo que saben en un producto que se venda sin depender de sus horas.
- Creadores de contenido con audiencia que quieren monetizarla con algo propio.

- Emprendedores que quieren sumar una fuente de ingresos a su negocio.
- Quienes ya crearon un producto que no se vende y quieren entender por qué.

Qué vas a tener al terminar

- [ ] Una idea de producto elegida con criterio, a partir de un problema concreto.
- [ ] La idea validada con personas reales antes de crear nada.
- [ ] El formato justo para tu producto: ni más grande ni más chico de lo necesario.
- [ ] El contenido creado con ayuda de la IA, pero con tu conocimiento y tu voz.
- [ ] Un diseño que se ve profesional.
- [ ] Un precio y una oferta pensados, no improvisados.
- [ ] La plataforma de venta y la entrega automática funcionando.
- [ ] Una página de venta con los bloques que convierten.
- [ ] Un plan de lanzamiento de 30 días.
- [ ] Un plan para seguir vendiendo después del lanzamiento.

Cómo está armado

La **Parte I** es la idea: qué es un producto digital, cómo encontrar la idea correcta y cómo validarla.

La **Parte II** es crear: el formato, el contenido con IA, el diseño, el precio y la oferta.

La **Parte III** es vender: la plataforma y la entrega, la página de venta, el lanzamiento y lo que viene después.

Al final hay cuatro anexos: la plantilla de validación, el plan de lanzamiento de 30 días, los prompts y las fuentes.

Una aclaración honesta

Este libro no te va a prometer ingresos pasivos ni ventas mientras dormís desde el primer día. Un producto digital se vende una vez creado, sí, pero alguien tiene que saber que existe, confiar en vos y decidir comprarlo. Eso requiere trabajo: contenido, conversaciones, una buena página y, muchas veces, paciencia. Lo que sí vas a tener es un método que aumenta mucho las chances de que tu producto se venda, y que te evita el error más caro de todos: pasar semanas creando algo que nadie quiere.

ESTE LIBRO ES UN EJEMPLO DE LO QUE ENSEÑA

El libro que estás leyendo es un producto digital, creado con el método que describe: elegir un problema concreto, validar que existe, crear con ayuda de la IA sobre conocimiento propio, diseñar con cuidado, ponerle un precio pensado y venderlo con una página y una muestra gratuita. Cuando dudes de algún paso, podés mirar cómo está resuelto en el propio libro.

ANTES DE PASAR DE PÁGINA

Escribí tres problemas que la gente te pregunta seguido, o que vos resolviste y otros todavía tienen. No filtres ni juzgues todavía. Son la materia prima del capítulo 2.

PARTE I · LA IDEA

01

Qué es un producto digital

Los tipos de productos digitales, qué problema resuelve cada uno, sus ventajas y desventajas reales, y la escalera de productos que conviene tener en mente desde el principio.

Un producto digital no es un archivo. Es una solución empaquetada: algo que le permite a una persona resolver un problema concreto sin necesitar que estés vos del otro lado.

Los tipos más comunes

TIPO	QUÉ ES	MEJOR PARA
Ebook o guía	Un documento que explica cómo hacer algo	Enseñar un método, un proceso, un conocimiento ordenado
Plantilla	Algo listo para completar o adaptar	Ahorrar tiempo: documentos, diseños, presupuestos, contratos base
Planilla	Una hoja de cálculo con fórmulas y estructura	Organizar, calcular, controlar: finanzas, stock, planificación
Checklist	Una lista de verificación	Hacer algo sin olvidarse de nada
Pack de recursos	Un conjunto de piezas listas para usar	Diseños para redes, prompts, textos, fotos
Curso grabado	Videos que enseñan un tema paso a paso	Habilidades que se aprenden mejor viendo
Taller o clase grabada	Una sesión puntual sobre un tema	Temas acotados, con más cercanía
Membresía	Acceso a contenido o comunidad a cambio de un pago recurrente	Contenido continuo, cuando ya tenés audiencia

Para un primer producto, los más recomendables suelen ser los primeros cuatro: se crean más rápido, se entregan fácil y es más sencillo validar si funcionan.

Ventajas y desventajas reales

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Se crea una vez y se vende muchas veces	Crear algo bueno lleva más tiempo del que parece
No depende de tus horas para cada venta	Venderlo requiere audiencia, contenido o publicidad
Se puede vender en cualquier lugar	Hay mucha competencia y mucho contenido gratis
El costo de cada venta adicional es muy bajo	El precio suele ser más bajo que un servicio
Te posiciona como referente	Si no se actualiza, envejece

PRODUCTO Y SERVICIO NO COMPITEN

Muchos profesionales usan un producto digital como puerta de entrada a sus servicios: alguien compra una guía barata, confía, y después contrata el servicio completo. Otros hacen al revés: usan los servicios para aprender qué necesita la gente y después lo empaquetan en un producto. Si ya ofrecés un servicio, tu mejor primer producto probablemente esté en las preguntas que te hacen tus clientes.

La escalera de productos

Pensar en un solo producto aislado es un error común. Conviene pensar en una **escalera**: productos de distinto precio y profundidad, donde cada escalón lleva al siguiente.

REDACTAR UNA SECCIÓN DESDE MI EXPLICACIÓN CREAR

Estoy creando un **formato** para **para quién**. Esta es la estructura completa: **estructura**. Ahora vamos con la sección **nombre de la sección**.

Te paso la transcripción de cómo la explico yo: **transcripción**.

Redactá la sección con estas reglas: usá mis ideas, mis ejemplos y mis pasos, no agregues contenido que yo no dije. Mantené mi forma de hablar, en español rioplatense, tuteando o voseando como yo. Estructura: **por ejemplo: una introducción corta, los pasos numerados, un ejemplo y una tarea para el lector**. Si falta algo importante para que se entienda, marcalo con [FALTA: ...] en lugar de inventarlo.

UN EJEMPLO DE ESTILO

Si ya escribiste algo que te gusta cómo quedó (un post, un correo, una sección anterior del producto), pasáselo a la IA como ejemplo de estilo. Es la forma más efectiva de que el producto suene a vos de principio a fin.

Paso 3: la IA como editora

Una vez que tenés la sección redactada, la IA también es muy buena editando:

- **Claridad:** "Marcá las frases que un principiante no entendería y proponé una versión más simple."
- **Lo genérico:** "Marcá las frases que podrían estar en cualquier libro del tema y sugerí cómo hacerlas más concretas con mis ejemplos."
- **Lo que falta:** "Leé esto como alguien que quiere aplicarlo mañana. ¿Qué le falta para poder hacerlo?"
- **La consistencia:** "Revisá si uso los mismos términos en todo el producto."