

4 pilares, 37 proyectos, un método.

Documento maestro del estudio Softvibes: la categorización completa del portafolio en cuatro pilares y veinticuatro tópicos, la metodología Analysis-First que los conecta, la arquitectura de agentes con supervisión humana, y el catálogo de servicios y activos digitales derivados.

1. Resumen ejecutivo

Softvibes es un estudio unipersonal que construye agentes de inteligencia artificial, automatizaciones y productos web y móviles. Este documento consolida su portafolio completo —treinta y siete proyectos activos, en desarrollo o archivados— en una estructura navegable de cuatro pilares temáticos, cada uno con seis tópicos, y traduce esa estructura en una oferta comercial concreta.

El análisis parte de un catálogo operativo (la hoja de control llamada Control Tower) que registra cada proyecto con su tipo, estado, prioridad, riesgo, stack tecnológico, objetivo y siguiente acción. Ese catálogo se convirtió en un grafo de conocimiento mediante extracción semántica: cada proyecto se representó como un nodo, junto con las tecnologías, verticales de mercado, patrones de trabajo y entidades cliente que aparecen en él. El resultado fue un grafo de sesenta y ocho nodos conectados por ciento treinta y dos relaciones, agrupado automáticamente en nueve comunidades.

El hallazgo central del análisis es que el nodo con mayor conectividad conceptual no es una tecnología ni un cliente, sino un método: el **patrón Analysis-First**, con doce conexiones. Este patrón consiste en publicar un diagnóstico navegable del negocio del cliente *antes* de venderle cualquier implementación, y aparece de forma idéntica en proyectos de salud, bienestar, educación, comercio artesanal e inmobiliaria. Es decir: lo que parecía especialización por nicho es en realidad un método transversal que se aplica a cualquier vertical. Esta conclusión reorienta toda la estrategia comercial: los servicios no deben venderse por nicho, sino por método.

Tesis del documento

El valor de Softvibes no está en dominar una tecnología ni en servir a un sector, sino en un método repetible que convierte procesos manuales y prototipos frágiles en sistemas verificables con supervisión humana. La evidencia de que ese método funciona son treinta y siete proyectos que lo aplican en seis verticales distintas.

2. Posicionamiento y filosofía de trabajo

El posicionamiento profesional es **AI Product Builder & Agentic Systems Architect**: constructor de productos con inteligencia artificial y arquitecto de sistemas agénticos. La formulación deliberadamente evita dos etiquetas más comunes y menos precisas: "freelancer que hace de todo" y "senior full-stack engineer". La ventaja competitiva no reside en una tecnología aislada sino en la capacidad de conectar cuatro capas que el mercado normalmente fragmenta: el problema humano y operativo del cliente, el producto y su experiencia, la arquitectura e integración técnica, y la evidencia de que la solución efectivamente funciona.

El principio de verificación

La regla operativa que gobierna todos los proyectos es la separación explícita de tres estados que suelen confundirse: **lo implementado** (el código existe), **lo probado** (hay evidencia de que funciona) y **lo listo para producción** (se puede lanzar sin riesgo inaceptable). Un proyecto puede estar completamente implementado y no estar probado; puede estar probado y aún así no ser apto para producción por razones de seguridad, escala o gobernanza. Documentar en cuál de los tres estados se encuentra cada entrega, y declarar un "no-go" cuando falta validación, es parte del entregable, no una nota al margen.

Este principio tiene un correlato económico. En un mercado donde generar código se ha vuelto barato y rápido gracias a los modelos generativos, el cuello de botella se desplazó hacia la verificación: revisar, auditar y certificar que lo generado es seguro y correcto. La capacidad escasa ya no es escribir, es verificar. Softvibes se posiciona explícitamente en ese lado de la ecuación.

Diseño alrededor de la experiencia vivida

El diseño de agentes no se aborda solo desde los prompts o las interfaces de programación, sino desde los rituales, la presión social, la atención disponible y la carga emocional de quien va a usarlos. La pregunta que guía cada diseño es: *¿qué multitarea puede absorber el agente para que la persona permanezca concentrada en su trabajo principal?* Esto explica por qué las interfaces elegidas son conversacionales —Telegram, WhatsApp, Slack— en lugar de paneles: la gente ya vive ahí, no hay que enseñarle un sistema nuevo.

3. La metodología Analysis-First

Publicar un diagnóstico navegable del negocio del cliente antes de venderle nada. Es el nodo más conectado del grafo de conocimiento y el activo metodológico más diferenciado del estudio.

El ciclo comercial tradicional de un estudio de desarrollo funciona así: el prospecto pide una cotización, el estudio estima horas y funcionalidades, y el prospecto compara precios entre proveedores. Esa dinámica convierte el trabajo en una commodity y empuja los márgenes hacia abajo, porque lo único comparable entre dos propuestas es el precio.

El método Analysis-First invierte esa secuencia. En lugar de cotizar, se produce y publica un diagnóstico del estado digital del negocio: qué se encuentra al buscarlo, qué comunican sus perfiles, qué fricciones tiene su proceso de captación, qué oportunidades concretas están sin explotar. Ese diagnóstico se entrega como una página navegable que el propio cliente puede recorrer y compartir. El efecto es doble: demuestra criterio antes de pedir confianza, y convierte la conversación de "cuánto cobras" a "esto es lo que está pasando en tu negocio".

Las seis fases del ciclo

1. **Selección.** Se identifica un negocio cuya operación tenga fricciones visibles desde afuera: presencia digital incompleta, captación manual, información dispersa.
2. **Auditoría.** Se revisa presencia digital, canales, mensajes y procesos observables. No se inventan métricas: se documenta lo verificable y se separa evidencia de hipótesis.
3. **Publicación del diagnóstico.** Se construye una página navegable con hallazgos, oportunidades priorizadas y riesgos. Es un entregable real, no una presentación de ventas.
4. **Conversión a propuesta.** El diagnóstico deriva naturalmente en un alcance acotado: qué se construye primero, con qué criterios de aceptación explícitos.
5. **Producto mínimo viable.** Se entrega el flujo principal funcionando —sitio, catálogo, agente o automatización— sin infraestructura innecesaria.
6. **Retención.** La operación continua (supervisión del agente, contenido, ajustes) se convierte en un acuerdo mensual.

El patrón está validado en al menos seis proyectos de verticales distintas: un análisis de una propuesta de coaching femenino que derivó en un producto mínimo viable con captación por consentimiento; el diagnóstico de un colegio que derivó en propuesta comercial navegable y agente de voz; los análisis de una inmobiliaria, una repostería artesanal y una marca de velas, cada uno con su landing de conversión correspondiente.

Por qué funciona como diferenciador

Un diagnóstico publicado es simultáneamente una demostración de competencia, un filtro de clientes serios (quien no valora el diagnóstico tampoco valorará la implementación) y un activo reutilizable como pieza de contenido. Cumple tres funciones comerciales con un solo esfuerzo.

4. Los cuatro pilares

La agrupación automática del grafo produjo nueve comunidades: agentes y metodología, sitios cliente contruidos con Astro y gestores de contenido, inmobiliaria bilingüe, bienestar con enfoque analysis-first, educación y voz, gastronomía whitelabel, música, archivos y automatización en Python. Esas nueve comunidades consolidan en cuatro pilares comercialmente coherentes.

PILAR 1

Agentic AI y Metodología

Sistemas donde varios agentes especializados colaboran bajo un orquestador, con contratos explícitos de entrada y salida, permisos trazables y puntos de aprobación humana. Incluye también el andamiaje metodológico que hace repetible el trabajo.

1. **Sistemas multiagente con Hermes.** Arquitectura de identidad padre-hijo donde un perfil raíz define principios y los agentes derivados heredan contexto acotado.
2. **Agentes de voz para negocios.** Atención telefónica automatizada que califica, agenda y escala a un humano cuando baja la confianza.
3. **Skills y tooling reutilizable.** Bibliotecas de habilidades, reglas para asistentes de código y flujos de diseño asistido que se reusan entre proyectos.
4. **Metodología de producto mínimo viable verificable.** Guía interna para definir alcance, criterios de aceptación y decisiones documentadas de lanzar o no lanzar.
5. **Automatización de contenido y captación.** Publicación, seguimiento y medición automatizados con supervisión humana.
6. **Grafos de conocimiento y torre de control.** Gobernar decenas de proyectos con un grafo consultable en lugar de una hoja de cálculo estática.

PILAR 2

Sitios verticales bilingües (multinicho)

Sitios donde el catálogo es el producto: inventarios navegables, filtros que funcionan, fichas individuales por elemento y posicionamiento orgánico por zona o categoría. El mismo motor sirve a inmuebles, productos artesanales, servicios profesionales y cursos.

1. **Catálogos e inventarios con filtros bilingües.** Español e inglés simultáneos, con filtros que reducen la fricción de búsqueda.
2. **Posicionamiento por zonas y categorías.** Páginas específicas por área geográfica o segmento que capturan búsquedas de intención alta.
3. **Landings personales con acreditación profesional.** Presencia individual para brokers, médicos, coaches o consultores con sus credenciales verificables.
4. **Micrositios por elemento individual.** Una página dedicada por propiedad, producto o programa, compartible como enlace propio.
5. **Pedidos y captación por WhatsApp.** El canal donde el cliente final ya conversa, integrado al catálogo sin fricción.
6. **Gestores de contenido ligeros con aislamiento multi-cliente.** Administración segura sin plataformas pesadas, con separación estricta de datos entre clientes.

PILAR 3

Negocios locales Analysis-First

La aplicación del método de diagnóstico público a negocios de servicio locales. Cada vertical adapta la superficie, no el método.

1. **El diagnóstico público como puerta de venta.** El patrón transversal descrito en la sección 3.
2. **Salud.** Sitios médicos con gestor de contenido, materiales comerciales y enlaces de referencia.
3. **Bienestar y coaching.** Landing, contenido y captación con consentimiento explícito.
4. **Artesanal y comercio con propósito.** Catálogo de piezas únicas con pedidos conversacionales.
5. **Educación.** Sitio institucional, base de conocimiento consultable y agente de voz para admisiones.
6. **Arte y música.** Landings expresivas con editor local para que el creador mantenga su propio contenido.

Productos whitelabel

Software propio, replicable entre clientes, que genera ingreso recurrente en lugar de facturación por proyecto.

1. **Plataforma de menús digitales.** Menús con código QR, pedidos y operación para restaurantes; actualmente el único componente en producción del portafolio.
2. **Lealtad y medición de satisfacción integradas.** Programas de recompensa y encuestas de recomendación dentro del mismo producto.
3. **Experiencias y operación cervecera.** Concepto vertical derivado del anterior, aún sin desarrollar.
4. **Plantillas verticales reutilizables.** Un mismo esqueleto técnico desplegado para múltiples clientes con contenido y marca propios.
5. **Gestores de contenido seguros para hospedaje compartido.** Administración ligera que funciona donde no hay infraestructura dedicada.
6. **Embudo comercial propio.** El recorrido análisis, propuesta, producto mínimo y retención, sistematizado como activo.

5. El portafolio: treinta y siete proyectos

Distribución por tipo: dieciséis proyectos de cliente, cinco productos propios, cinco herramientas de referencia, cinco análisis, tres archivos, un proyecto de contenido, uno de agentes, uno de documentación y uno de infraestructura. Por estado: dos en producción, dieciocho en desarrollo, cinco análisis listos para convertir, uno en revisión y once en respaldo o referencia. Por prioridad: seis de prioridad alta, dieciocho media, trece baja.

Proyectos de prioridad alta

Proyecto	Estado	Objetivo y siguiente paso
Plataforma de menús QR	Producción · Hecho	Plataforma whitelabel para menús, pedidos, lealtad y satisfacción. Proteger producción y definir lista de verificación de cambios.
Redirección de dominio inmobiliario	Producción · Hecho	Infraestructura ligera de redirección. Mantener estable, revisar solo con evidencia.
Colegio (sitio y agente de voz)	Desarrollo · En curso	Sitio comercial, base de conocimiento y agente de voz. Validar datos y revisar el agente con evidencia.
Coaching femenino (producto mínimo)	Desarrollo · En curso	Producto web y administrativo. Coordinar análisis, contenido y captación con consentimiento.
Agentes Softvibes	Activo · En curso	Identidad raíz y arquitectura padre-hijo de agentes. Usar el perfil raíz como identidad para agentes derivados.
Portal inmobiliario (dos versiones)	Desarrollo / Revisión	Sitio con propiedades, zonas, blog y contacto. Decidir versión canónica sin borrar la alternativa.

Riesgo transversal identificado

Veinticinco de los treinta y siete proyectos comparten exactamente el mismo riesgo abierto, marcado en nivel amarillo: *pendiente de validación operativa antes de marcarse como completo*, con la misma mitigación: *definir responsable, evidencia y criterio de terminado*. Ninguno tiene responsable asignado. Este es el hallazgo operativo más accionable del catálogo: el portafolio no sufre de falta de trabajo hecho, sino de falta de criterios de cierre. Coherentemente con la filosofía del estudio, la deuda no es de implementación sino de verificación.

6. La oferta de agentes: siete roles

"Escribe un mensaje. Tus agentes hacen el resto." La propuesta operativa consiste en que el dueño de un negocio gestione su operación desde un chat, sin abrir paneles ni aprender sistemas nuevos.

La promesa se articula sobre una observación simple: el trabajo operativo de un negocio pequeño no se pierde por falta de herramientas, sino por exceso de ellas. Catorce pestañas abiertas, siete paneles distintos y cuarenta correos diarios producen una carga de coordinación que consume la atención que debería ir al trabajo principal. La alternativa propuesta es que esa coordinación la absorban agentes especializados, y que el dueño interactúe con ellos como lo haría con su mejor empleado: escribiendo un mensaje.

Arquitectura en cinco pasos

1. El usuario escribe desde donde ya vive: Telegram, WhatsApp o el canal que ya usa.
2. El agente interpreta el mensaje con contexto: conoce el negocio, sus reglas y su historial.
3. Ejecuta usando herramientas reales: gestión de clientes, inventario, correo, agenda, pagos.
4. Devuelve evidencia en el mismo chat: reportes, seguimientos, alertas.
5. **El usuario aprueba lo importante.** Las decisiones sensibles nunca salen del centro; el agente propone, la persona confirma.

Este quinto paso es el que separa la propuesta de una automatización convencional. La autoridad sobre las decisiones consecuentes —comprometer dinero, contactar clientes, publicar, desplegar— permanece siempre en la persona, y cada acción queda registrada como evidencia auditable.

Los siete roles disponibles

Rol	Qué resuelve
Comercial	Organiza oportunidades, prioriza a quién atender y garantiza que ninguna conversación se pierda.
Operativo	Convierte solicitudes en tareas, detecta bloqueos y prepara cierres y reportes.
Software	Implementa cambios, ejecuta pruebas y deja evidencia técnica de cada entrega.
Marketing	Investiga mercados, diseña contenido y embudos, y mide qué debe corregirse.
Ejecutivo	Resume información dispersa, detecta fugas y riesgos, y convierte reportes en decisiones.
Experiencias	Arma itinerarios personalizados, recomienda con contexto y se adapta a cambios imprevistos.
Comunidad	Organiza programas, da seguimiento a participantes y convierte conocimiento en acción.

"Si el trabajo tiene reglas y herramientas, se puede construir un agente para hacerlo."

El proceso de adopción es deliberadamente incremental: se elige un solo rol —el que más duele—, se mapea su flujo real, y en un plazo de dos a cuatro semanas el cliente está conversando con su propio agente. No se propone reemplazar la operación completa de golpe, sino demostrar valor en un frente acotado y expandir desde ahí.

7. Catálogo de servicios

Todos los servicios se venden como paquetes de precio fijo o con retención mensual, nunca por hora. La razón es económica: cuando las herramientas generativas reducen el tiempo de implementación, facturar por tiempo castiga la eficiencia. Cada compromiso empieza con un diagnóstico de precio cerrado que funciona simultáneamente como entregable y como filtro de clientes.

Auditoría y rescate de producto

Desde 750 dólares · 3 a 7 días · precio fijo

Dirigido a aplicaciones construidas con herramientas generativas o heredadas que presentan comportamiento errático en producción: sesiones cruzadas entre usuarios, bases de datos sin políticas de acceso, errores de despliegue. Se audita código, funcionalidad, seguridad y preparación para lanzamiento, y se entrega una lista de bloqueantes con correcciones críticas y una decisión documentada de lanzar o no lanzar.

Agente especializado para WhatsApp, Telegram o Slack

Desde 1,500 dólares de configuración · retención mensual desde 500

Agente de producción para soporte, captación comercial o coordinación, con memoria acotada por organización y usuario, permisos explícitos, recuperación trazable de conocimiento desde los documentos del cliente, y escalamiento a un humano cuando baja la confianza. La configuración incluye normalizar la documentación dispersa en una base consultable.

Producto mínimo viable web o móvil

Desde 3,500 dólares · por niveles

Flujo principal funcionando, interfaz, backend ligero e integraciones esenciales, acotado por criterios de aceptación explícitos y sin infraestructura sobredimensionada. Los niveles escalan de flujo principal a flujo con integraciones a flujo con capa de agentes.

Auditoría de presencia digital y diagnóstico público

Desde 500 dólares · multinicho

La materialización comercial del método Analysis-First. Se analiza la presencia digital del negocio y se publica un diagnóstico navegable que el propio cliente puede recorrer, y luego se convierte en landing de conversión. Aplicable a salud, bienestar, educación, comercio artesanal, inmobiliaria y hospitalidad: el método no cambia con el sector.

Sitio bilingüe con catálogo, filtros y posicionamiento

Desde 1,200 dólares · multinicho

Sitio en español e inglés donde el catálogo es efectivamente encontrable: filtros funcionales, páginas por elemento, posicionamiento por zona o categoría, gestor de contenido ligero y seguro, y pedidos por WhatsApp. Sirve por igual a inventarios inmobiliarios, catálogos artesanales, directorios de servicios profesionales y listados de cursos.

Agente de voz

Desde 1,800 dólares de configuración · retención mensual · multinicho

Agente telefónico que atiende, califica, agenda y escala a un humano cuando corresponde, dejando cada llamada registrada como evidencia. La misma arquitectura sirve a admisiones escolares, citas clínicas, visitas inmobiliarias, reservas de restaurante y soporte de primer nivel.

Equipo de agentes para tu negocio

Desde 2,500 dólares de configuración · retención mensual de 500 a 3,000

La oferta descrita en la sección 6, empaquetada: se elige uno de los siete roles, se mapea el flujo, y en dos a cuatro semanas el cliente opera desde un chat. Las decisiones sensibles siempre requieren aprobación humana con un toque, y todo queda registrado como evidencia.

8. Activos digitales derivados

Los cuatro pilares con seis tópicos cada uno producen veinticuatro temas de contenido: a razón de dos publicaciones semanales, tres meses de calendario editorial sin repetir. Además, tres activos empaquetables:

Guía "Analysis-First: vende el diagnóstico, no la cotización"

Documento de doce a quince páginas en español e inglés que detalla el método validado en seis o más proyectos reales, con plantilla de estructura del diagnóstico y lista de verificación. Es el activo prioritario porque desarrolla el nodo más conectado del grafo, y funciona tanto como producto de bajo precio como imán de captación gratuito.

Lista de verificación previa al lanzamiento de aplicaciones generadas con IA

Veinticinco puntos de control agrupados en seis secciones —autenticación y sesiones, seguridad de datos, autoridad del estado y pagos, secretos y configuración, verificaciones específicas de inteligencia artificial, y preparación para lanzamiento— con un sistema de puntuación que arroja una recomendación de lanzar o no lanzar. Ya producido y publicado.

Infografía del mapa de pilares

Representación visual de los cuatro pilares y sus veinticuatro tópicos, derivada directamente de la estructura del grafo de conocimiento. Sirve simultáneamente como pieza de contenido social y como material de venta consultiva.

9. Apéndice: método de construcción del grafo

El catálogo operativo en formato de hoja de cálculo se transformó en un corpus de treinta y siete documentos markdown, uno por proyecto, conservando tipo, estado, prioridad, riesgo, stack, objetivo, siguiente acción, tareas y riesgos asociados. Ese corpus se procesó con extracción semántica paralela, produciendo nodos para proyectos, tecnologías, verticales de mercado, patrones metodológicos y entidades cliente, junto con relaciones etiquetadas según su nivel de certeza: extraídas cuando la fuente lo declara explícitamente, inferidas cuando la relación es una deducción razonable, y ambiguas cuando hay duda genuina. Cada relación lleva una puntuación de confianza.

El grafo resultante contiene sesenta y ocho nodos y ciento treinta y dos relaciones, agrupados en nueve comunidades mediante detección automática. Los nodos con mayor grado de conexión resultaron ser una tecnología base compartida por casi todos los sitios, el patrón Analysis-First con doce conexiones, una landing personal que actúa como puente entre la vertical inmobiliaria y el patrón de sitios bilingües, y el proyecto inmobiliario principal con ocho conexiones.

La distinción entre relaciones extraídas e inferidas es deliberada y coherente con el principio de verificación que gobierna el estudio: un grafo que no distingue entre lo que la fuente afirma y lo que el analista dedujo es un grafo que no se puede auditar.