

Lo que debería saber un marketero sobre la moda de **Claude AI**



Sebastián Cisterna
Socio en EvoAcademy y
Profesor Universidad Adolfo
Ibáñez



Daniela Torrealba
Consultora asociada en
EvoAcademy

En el último tiempo, Claude dejó de ser "otra IA más" para convertirse en uno de los nombres más comentados en marketing y negocios en general.

Según Similarweb, Claude es la tercera herramienta de IA con más tráfico, sólo detrás de ChatGPT y Gemini, además siendo la herramienta de IA con mayor crecimiento mensual entre los grandes jugadores. Es decir, ya no se está hablando de Claude solo en círculos técnicos sino que ya está en una fase de adopción a otros perfiles.

En este artículo te comentaremos lo que debes saber sobre esta herramienta y así puedas decidir si debes sumarla a tus habilidades o simplemente ver la moda pasar.

¿Qué es lo que hace bien?

Claude no sólo está impresionando por la calidad de sus respuestas, sino también porque puede conectarse a archivos, herramientas y flujos de trabajo, además de permitir construir aplicaciones y herramientas de software tan sólo utilizando lenguaje natural.

Tiene tres grandes módulos:

Claude Chat, que está disponible en su sitio web y todas sus aplicaciones. Es similar a la experiencia de otros asistentes como ChatGPT, Gemini, entre otros.

Claude Code, una capa más orientada a la asistencia en programación, que permite levantar sitios web, apps simples, conectores y pequeñas soluciones sin partir desde cero ni requerir gran conocimiento técnico. Este módulo debe instalarse en el computador del usuario.

Claude Cowork, un punto intermedio entre los dos módulos anteriores que combina la interacción en lenguaje natural con la ejecución de código para resolver tareas concretas.

Según muchos Claude maneja archivos de Office incluso mejor que las propias herramientas de Microsoft, gracias a sus integraciones Claude for Excel, Claude for PowerPoint y Claude for Word. Eso lo vuelve especialmente atractivo para marketeros que viven entre presentaciones, dashboards, informes y entregables comerciales.

Claude Code se ha vuelto cada vez más accesible para perfiles no técnicos. En febrero, Anthropic organizó una hackathon para celebrar el lanzamiento de su modelo Claude Opus 4.6 y, sorprendentemente, varios de

los mejores proyectos los presentaron profesionales ajenos a la programación, como abogados y médicos. Esto evidencia que la IA empieza a permitir construir soluciones desde la expertise de negocio, y no sólo desde lo técnico. Además, en las últimas semanas Claude Code pasó a estar disponible también desde la aplicación de escritorio, lo que reduce la fricción de tener que usarlo desde la Terminal, algo poco familiar para quienes no vienen de la programación.

Por su parte, Claude Cowork permite flujos complejos en base a programación similares a los de Claude Code, pero sin el objetivo de construir software o grandes sistemas, lo que facilita enormemente la automatización de tareas del día a día o la conexión con sistemas fuera del asistente.

Aprende a usar Claude Cowork



Recientemente publicamos un tutorial sobre cómo usar este modo de Claude, puedes encontrarlo en este enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=MNIrnDx7QY> o en este código QR.

Recientemente publicamos un tutorial sobre cómo usar este modo de Claude, puedes encontrarlo en este enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=MNIrnDx7QY> o en este código QR.

¿Qué están haciendo ahora los marketeros con Claude que antes no hacían?

Parte de la "moda" de Claude se explica porque empezó a moverse fuera del terreno clásico del copywriting o la investigación.

Hoy muchos lo están usando para crear sitios, prototipos y apps simples;

conectar datos y automatizar tareas; generar reportes en Excel rápidamente y producir o editar presentaciones en menos tiempo.

Claude es muy bueno conectándose a plataformas, lo que ha llevado a muchos a enlazar sus cuentas de Google Ads, Meta Ads, Notion, Google Calendar, Asana y otras herramientas de trabajo. En la práctica, eso significa que Claude comienza a ser la interfaz conversacional para manejar procesos tediosos que existen dentro de esas plataformas.

Con funciones como Skills, Claude permite guardar instrucciones, problemas recurrentes o formas de trabajar que se repiten semana a semana. A diferencia de alternativas equivalentes - los Agents de Microsoft Copilot, los GPTs de ChatGPT o los Gems de Gemini -, las Skills no se limitan a texto: también pueden incorporar scripts de programación, lo que aumenta la precisión, reduce el tiempo de procesamiento y disminuye la probabilidad de error en tareas específicas.

El punto incómodo: seguridad y permisos

Para que Claude haga varias de las cosas que hoy impresionan, hay que darle acceso a archivos, documentos, herramientas y, en algunos casos, partes relevantes del entorno de trabajo como carpetas o ejecutar código directamente en el computador del usuario. Eso puede funcionar bien en proyectos personales, exploraciones libres o ambientes de prueba, pero se vuelve bastante más complejo en entornos corporativos.

En empresas grandes, no es raro que un área de TI o seguridad mire esto con desconfianza. No porque la herramienta no sea potente, sino precisamente porque lo es. Mientras más puede hacer un asistente, más sensible se vuelve el tema de los permisos, la exposición de datos y el control sobre lo que puede leer, editar o conectar.

La conversación ya no se reduce a la pregunta clásica de si los chats se usan o no para entrenar el siguiente modelo: ahora incluye qué acciones puede ejecutar un asistente de IA directamente sobre el computador y los sistemas del usuario.

Además, Claude ha estado en la conversación pública también por noticias ligadas a seguridad y riesgos.

Un caso reciente cuenta cómo Claude Code borró accidentalmente

la base de datos de producción de DataTalks Club mientras lo ayudaba a migrar un sitio a AWS, eliminando cerca de dos millones de filas acumuladas durante dos años y medio, incluidos los respaldos. El propio autor reconoce que faltó supervisión humana sobre lo que el asistente estaba ejecutando, lo que dejó en claro que el riesgo no está sólo en la herramienta, sino también en cómo se usa.

Eso no significa que sea una mala herramienta, pero sí que el tema no es teórico. Para un marketero, esto importa porque una cosa es usar la IA para acelerar tareas, y otra distinta es abrir accesos cuyo impacto real no siempre está completamente claro.

La cuota de uso es mucho más restrictiva que otros asistentes

Hay otro factor que muchos usuarios descubren recién después de entrar: la cuota de uso. Varios llegan desde ChatGPT Plus con la sensación de poder usar la herramienta casi sin fricción durante todo el día.

En Claude, en cambio, los límites se sienten más restrictivos, especialmente en tareas largas, repetitivas o intensivas. Un prompt mal hecho o un contexto mal armado puede consumirte buena parte de la cuota. Hoy Claude opera con ventanas de uso de cinco horas y, adicionalmente, con un tope semanal.

Una herramienta puede ser muy potente, pero si la cuota se convierte en un freno frecuente en tareas rutinarias, la experiencia cambia. No es necesariamente peor, pero sí distinta.

No tiene herramientas de generación de imágenes o video

Si trabajas en creatividad, probablemente ya hayas usado modelos de Google o de OpenAI para crear imágenes o videos. Tanto Nano Banana y Veo, de Google, como GPT Image y Sora, de OpenAI, vienen incluidos en las licencias de US\$20 mensuales de cada plataforma. Anthropic, en cambio, no ofrece ningún modelo similar dentro de Claude.

Recientemente Anthropic lanzó Claude Design, un producto orientado a diseñadores que permite definir algo parecido a un manual de marca para guiar las distintas generaciones hechas con la plataforma, las que incluyen

mock-ups, presentaciones, entre otras. Aun así, no reemplaza la capacidad de crear contenido multimedia desde cero.

También hay diferencias fuera del mundo creativo, pero de módulos o aplicativos que no son tan populares como el asistente general o la creación de imágenes. En particular, Claude no tiene una herramienta equivalente a Deep Research (disponible tanto en ChatGPT como en otros competidores de la industria) o a NotebookLM.

Entonces, ¿qué debería tener claro hoy un marketero sobre Claude?

La popularidad de Claude no se explica sólo por novedad, sino que representa bastante bien una nueva etapa de la IA: la del asistente que ya no sólo conversa, sino que además trabaja sobre archivos, herramientas y procesos concretos.

Pero conviene mirar esa promesa con criterio. Primero, porque varias de estas capacidades no son exclusivas de Claude: otras plataformas también están avanzando en integración con documentos, automatización, análisis y producción de entregables, y muchas de ellas resultan más amigables para perfiles menos técnicos. Por ejemplo, varios equipos están alcanzando resultados comparables a los de Claude Code usando Cursor, cuya interfaz gráfica es más amable con perfiles ajenos al mundo de la programación.

Segundo, porque gran parte de su valor depende de algo sensible: el nivel de acceso que necesita para operar bien. Por eso, Claude brilla especialmente en proyectos personales, prototipos, exploraciones o entornos de trabajo flexibles. En contextos corporativos, en cambio, la conversación suele volverse más compleja por la gestión de permisos y seguridad.

Tercero, Claude es muy bueno, pero no hace todo. Si tu flujo de trabajo incluye la generación de imágenes o video, vas a tener que seguir pagando por esas plataformas en paralelo, aunque te pases al ecosistema de Anthropic.

Finalmente, la cuota de uso de la herramienta es un problema frecuentemente reportado por sus usuarios. Es importante que te entres en cómo usar bien las herramientas de IA para que tu uso no se vea limitado por esto. ▲