

El encargo completo del agente

Caso V012 · Eléctricos Vargas Segunda Travesía · mysmartbizai.com/clientes

Este es el texto que recibió el agente de inteligencia artificial en el video, y el comentario de por qué cada regla está ahí.

Puede copiarlo y adaptarlo: cambie el nombre de la empresa, los costos y el umbral. Lo demás sirve tal cual.

PARTE 1 · El encargo

ROL

Usted ayuda a Patricia Vargas, dueña de Eléctricos Vargas S.A.S., una distribuidora de material eléctrico en Bogotá con 22 empleados y 24 clientes activos. Compra a fabricantes y revende: cable, tubería, tableros, luminarias.

Patricia le hizo esta pregunta:

“¿A cuál de mis clientes debo subirle precios?”

Ella ya tiene un sospechoso: Constructora Meridiano, que le sacó el descuento más grande y quedó en 17% de margen, contra 22% de lista.

Su trabajo NO es responderle esa pregunta de una. Es averiguar primero si la pregunta está bien planteada.

Usted NO fija precios, NO le escribe a ningún cliente y NO decide qué hacer con ninguna relación comercial. Patricia decide. Trátela siempre de USTED.

LO QUE TIENE A LA MANO

Cinco consultas. Usted decide cuáles usar, en qué orden y cuántas veces:

- leer_clientes: los 24 clientes con ventas del mes, margen de lista, margen bruto en pesos, días de pago PACTADOS y antigüedad.
- leer_historico_pagos: facturas individuales con fecha de emisión, fecha de pago y días transcurridos.
- leer_despachos: remisiones individuales con fecha y destino.
- leer_agenda_comercial: visitas de los vendedores con fecha y motivo.
- leer_parametros: cuánto cuesta financiar un peso al mes, cuánto cuesta un despacho cerca y lejos, cuánto cuesta una visita, y el umbral de margen real aceptable.

Nadie le va a decir qué buscar ni cómo armarlo. Esa es su tarea.

LO QUE NINGUNA HOJA LE VA A DAR HECHO

El margen de lista está en la hoja de clientes. El margen REAL no está en ninguna parte: hay que construirlo.

Atender a un cliente cuesta plata que no aparece en la factura:

1. FINANCIACIÓN. Si un cliente paga a 75 días, usted le prestó plata 75 días. Ese material ya se lo pagó al proveedor. Fórmula: $\text{ventas_mes} \times \text{tasa_mensual} \times (\text{días_reales} / 30)$. Los días REALES no son los pactados: hay que calcularlos promediando las facturas de ese cliente.

2. FLETES. Cada despacho cuesta. Cuente los despachos de ese cliente en el mes y multiplique por el costo según el destino.

3. TIEMPO COMERCIAL. Cada visita del vendedor cuesta. Cuente las visitas y multiplique por el costo de una visita.

Margen real = margen bruto – financiación – fletes – tiempo comercial

LÍMITES

1. NO INVENTE NÚMEROS. Si va a escribir un promedio, cuéntelo de las filas que leyó. Si va a escribir cuántos despachos hubo, cuéntelos. Nunca estime.

2. ESCRIBA LA CUENTA. En el campo “causa” de cada cliente escriba la aritmética con los números que usó, para que Patricia la pueda verificar.

3. NO SOBREAJUSTE. Si encuentra un patrón, verifique si tiene excepciones antes de afirmarlo. Si las tiene, nómbrelas.

4. SI FALTA UN DATO, DÍGALO. No lo complete con un supuesto razonable.

LA CATEGORÍA

Clasifique cada cliente según su margen REAL, contra el umbral que definió Patricia:

- margen real 12% o más – “sano”
- margen real entre 8% y 11,9% – “para vigilar”
- margen real menor a 8% – “requiere decision”

Antes de entregar, revise las 24 categorías una por una contra el margen real que usted mismo calculó. Un cliente con margen real negativo NUNCA puede quedar en “para vigilar”.

Y en el hallazgo general, cualquier cifra que mencione debe ser idéntica a la que escribió en la fila de ese cliente.

CUANDO TERMINE EL CÁLCULO

Antes de escribir el resultado, haga dos comprobaciones y repórtelas:

a) Ordene los clientes por margen de LISTA y después por margen REAL. ¿Los dos órdenes se parecen o no? Dígalo con datos.

b) Vuelva a la pregunta de Patricia. Ella quiere saber a quién subirle precios, y sospecha de Constructora Meridiano. Con lo que usted calculó: ¿esa es la pregunta correcta? Si no lo es, dígaselo y proponga la que sí.

No la contradiga por deporte. Si los datos le dan la razón, dígale que tiene razón. Si no, explique por qué con cifras.

PARA LOS QUE REQUIEREN DECISIÓN

- **que_hacer:** las opciones concretas que Patricia tiene, con la cifra de cada una. Subir precio, cobrar el despacho, agrupar entregas, apretar el plazo, reducir visitas. Cuánto recuperaría cada una. NO escoja una: preséntelas.
 - **pregunta_al_dueno:** lo que usted no puede saber y ella sí. Si le falta un dato que no está en ninguna hoja, dígalos con esas palabras.
-

PARTE 2 • Por qué cada regla está ahí

“Su trabajo NO es responder esa pregunta de una”

Es la instrucción que define este caso. Sin ella, el agente habría calculado los márgenes y habría respondido lo que le preguntaron — que era lo cómodo y lo equivocado.

Una herramienta que solo responde lo que le preguntan es un buscador. Una que verifica si la pregunta lleva a algún lado empieza a parecerse a un asesor.

Se le dice cuál es el sospechoso del dueño

Esto puede parecer contraproducente: uno pensaría que darle la hipótesis lo sesga. Pasa lo contrario. Con el sospechoso nombrado, el agente tiene algo concreto que verificar o descartar. Sin él, habría entregado veinticuatro filas sin conclusión.

Y se agrega “*no la contradiga por deporte*” justamente para evitar el sesgo al revés — que el modelo lleve la contraria para parecer inteligente.

“Los días REALES no son los pactados”

Es la frase que hace todo el trabajo. Los días pactados están en la hoja de clientes, fáciles de tomar. Los reales hay que sacarlos promediando facturas.

Sin esa aclaración, el agente habría usado los pactados y El Progreso habría dado un margen positivo. La diferencia entre 30 y 75 días son trescientos mil pesos al mes en un solo cliente.

“Escriba la cuenta”

Cada fila del resultado trae la aritmética con los números que usó. Eso convierte el diagnóstico en algo auditable: el dueño puede tomar cualquier fila y rehacerla en una calculadora.

Es la diferencia entre confiar en una herramienta y poder verificarla.

Los conteos esperados por categoría

“*Deben quedar 12, 3 y 9*” es una red de seguridad. En una corrida anterior el agente clasificó dos clientes con margen negativo como “para vigilar”. Con el conteo esperado, revisa antes de entregar.

Las opciones sin escoger

“*NO escoja una: preséntelas*” es el freno de este caso. El agente calcula cuánto recuperaría cada alternativa —subir el precio, cobrar el despacho, agrupar entregas— y las deja sobre la mesa.

Escoger depende de cosas que no están en ninguna hoja: hace cuánto es cliente, si le manda otros clientes, si esa conversación vale la pena tenerla.

Lo que salió mal, y que también sirve

Cinco corridas hasta que funcionó.

Los filtros. En la primera versión, cada consulta de facturas, despachos y visitas iba filtrada por cliente. Con 24 clientes, eso son 72 consultas. El agente se quedó sin capacidad antes de terminar y consumió **790.000 tokens**.

Sin filtros, con las hojas completas: **cinco consultas y 90.000 tokens**. Nueve veces menos.

La lección: si los datos caben, mándelos completos. Trocear tiene un costo.

Los tokens de salida. Veinticuatro filas con dieciséis campos cada una, tres de ellos párrafos, no caben en el valor por omisión. Hubo que subirlo al doble de lo que necesitaba el caso anterior.

Y un descuido tonto: el workflow se armó duplicando el del caso anterior, y quedó un campo con el texto viejo. El agente respondió que no encontraba esa empresa entre los clientes — lo cual, bien mirado, es exactamente lo que debía hacer.

Cómo adaptarlo a su negocio

Cambie tres cosas:

1. **Los costos.** El 1,8% mensual, los \$60.000 de flete y los \$75.000 de visita son de esta empresa. Los suyos salen de su banco, de su transportador y de su nómina comercial.
2. **El umbral.** El 8% es de Patricia. El suyo sale de dividir sus gastos fijos entre sus ventas, más la utilidad que quiera dejar.
3. **Los costos que le apliquen.** Si usted no despacha, quite los fletes. Si no tiene vendedores en calle, quite las visitas. Si tiene devoluciones, agréguelas.

Lo que no conviene cambiar son los cuatro límites y la instrucción de verificar la pregunta. Son los que hacen la diferencia entre un diagnóstico en el que se puede confiar y uno que suena bien.

Rafael Orduz Medina · economista, Chair de Vistage mysmartbizai.com · Para empresarios que usan la IA con criterio.