

spoiler



¿Se acabó el teletrabajo? La señal que están enviando las grandes compañías

Puede que aún goces de este beneficio y que quizás puedas pasar parte del verano en otro espacio que no sea la oficina. Sin embargo, hay grandes empresas que han terminado con esta modalidad.



De hobby a marca

Cómo La Reina del Dato profesionalizó la creación de contenido

Crear contenido dejó de ser un pasatiempo. Hoy, la llamada creator economy agrupa a cerca de **50 millones de personas en el mundo** que monetizan audiencias a través de acuerdos con marcas, plataformas y comunidades propias.



Lo que revelan los sueldos ejecutivos sobre poder, industria y tamaño de empresa

En Chile, los sueldos altos se comentan en voz baja. No aparecen en las conversaciones de sobremesa ni en los chats de trabajo, pero circulan —de forma fragmentada— en directorios, headhunters y pasillos corporativos.

TENDENCIAS

fatiga.

Del latín *fatigāre*.

1. nombre femenino _____

Cansancio o hastío.

La palabra del año en el mundo laboral.

Glassdoor, la reconocida plataforma de trabajo eligió la palabra fatiga como la palabra del año tras analizar millones de conversaciones y reseñas de trabajadores en su plataforma.

spoiler
by Buk

Asumimos el compromiso de convertirnos en el primer medio en Latinoamérica **dedicado 100% a explorar** cómo la tecnología, la innovación y el bienestar **están transformando la forma en que vivimos y trabajamos**.

Spoiler nace como una iniciativa de Buk. Aquí creemos que quienes influyamos en cómo se trabaja, tenemos el deber de aportar rigor al debate público.

Lo que viene, bien contado.



Suscríbete y
recibe Spoiler
directo en
tu correo

¿Se acabó el teletrabajo?



La señal que están enviando las grandes compañías

Puede que aún goces de este beneficio y que quizás puedas pasar parte del verano en otro espacio que no sea la oficina. Sin embargo, hay grandes empresas que han terminado con esta modalidad.

Algunas compañías han optado por el sistema híbrido y otras directamente volvieron al flujo de trabajo pre pandemia. Varios de los CEO's más influyentes del mundo han reconocido públicamente que no están de acuerdo con este formato de trabajo y que, por lo mismo, lo han eliminado.

A través de una carta enviada a los empleados, el presidente y director general de Starbucks, Brian Niccol, comunicó que los empleados con cargos corporativos, deberán trabajar presencialmente cuatro días a la semana, a partir de principios de octubre de 2025, en lugar de tres días a la semana.

Además, la compañía señaló en su comunicado que quienes no estén en condiciones de asumir

esta medida podrán optar por el programa de retiro voluntario. "Mientras trabajamos para darle un giro al negocio, todas estas decisiones importan más que nunca", subrayó el CEO.

Starbucks, no es la primera compañía en hacer este tipo de anuncios. De hecho, empresas como Amazon, JP Morgan e incluso Zoom —de manera paradójica— ya han implementado nuevos esquemas de trabajo.

En 2024, Amazon tomó la decisión más drástica de todas: ordenó al personal volver a trabajar presencialmente durante los cinco días de la semana, poniendo fin a la política de trabajo híbrida.

La medida entró en vigencia en enero de 2025 y se realizó con el objetivo de estar "lo mejor preparados para inventar, colaborar y estar conectados entre sí", según comunicó su director ejecutivo Andy Jassy.

Según datos de Harvard Business Review en 2025 se le solicitó al 75% de los trabajadores asistir de forma presencial un par de días a la semana o mes.

La vuelta presencial generó un punto de tensión al interior de la empresa, según informó el Daily Mail. Desde la sede de Seattle se organizó una protesta en contra de la compañía. Tiempo después, Amazon despidió al organizador detrás de la manifestación. Esto activó aún más la tensión al interior de la empresa.

Empresas como Apple, Disney, Google y JPMorgan han optado por modelos híbridos o 100% presenciales, los que han generado resistencia por parte de los trabajadores. Para los líderes, parte de estas medidas **pasan principalmente por la crisis que hay actualmente en Estados Unidos**.

La filtración del audio en JP Morgan

Los cambios en los flujos de trabajos, han dejado en evidencia la molestia de los CEO's por el teletrabajo. Un caso emblemático fue el de la filtración de un audio del CEO de JP Morgan en donde manifestaba su malestar por la **baja participación presencial de los trabajadores**.

En particular, **Jamie Dimon, el director ejecutivo, en medio de una reunión con empleados del banco** dijo:

"Estoy harto de estas cosas", sobre el trabajo remoto. "He estado trabajando siete días en la maldita semana desde el COVID, y llego y... ¿dónde están los demás?"

Además, en la instancia alegó que, "muchos de ustedes estaban en Zoom haciendo lo siguiente: revisando su correo, enviando mensajes sobre qué imbécil es otra persona, sin prestar atención ni leer lo necesario", dijo Dimon.

Para el ejecutivo, esta falta de compromiso afecta la productividad y ralentiza la toma de decisiones. "Si no creen que esto reduce la eficiencia y la creatividad, se equivocan", añadió según lo obtenido por el medio Barron's.

La crisis de bienestar en las empresas

Según un artículo publicado por Harvard Business Review y datos del Pew Research Center, la vuelta presencial por parte de los trabajadores **es recibida de forma negativa**.

La conclusión del estudio indica que casi la mitad de los encuestados, en concreto, el 46%, "si tuvieran que dejar de trabajar a distancia por completo, probablemente renunciarían a sus empleos".

Además el estudio indicó que el porcentaje de personas dispuestas a renunciar aumentaba con la cantidad de tiempo que trabajaban desde casa en ese momento.

TENDENCIAS

fatiga

Fatiga es elegida como la palabra del año del mundo laboral

Glassdoor, la reconocida plataforma de trabajo eligió la palabra fatiga como la palabra del año tras analizar millones de conversaciones y reseñas de trabajadores en su plataforma.

La Startup estadounidense, detectó un aumento histórico del agotamiento.

Política, incertidumbre económica e inteligencia artificial aparecen como los principales detonantes.

La palabra del año para el mundo del trabajo es clara y contundente: fatiga.

Así lo determinó Glassdoor, la plataforma estadounidense donde empleados y empleados evalúan de forma anónima cómo es trabajar en una empresa.

El diagnóstico no surge de una encuesta aislada, sino del análisis de las conversaciones que miles de personas mantienen dentro de la comunidad de Glassdoor: comentarios, reseñas y debates donde se habla de sueldos, liderazgo, cultura interna y experiencias cotidianas en el trabajo. En ese espacio, el agotamiento se volvió un tema recurrente durante todo el año.

Fundada en 2008, Glassdoor es una plataforma en la que trabajadores y empleados califican y reseñan de manera anónima a las empresas. Cada organización cuenta con un perfil público que incluye una puntuación general, el porcentaje de personas que la recomendarían, comentarios sobre sueldos, procesos de entrevista, beneficios, horarios, cultura interna y estilo de liderazgo.

Según su último análisis de sentimiento laboral, las menciones al término aumentaron un 41% en comparación con el año anterior, reflejando un cansancio extendido entre profesionales de distintos sectores.

Por su volumen de información y su carácter espontáneo, Glassdoor se ha convertido en un termómetro privilegiado del clima laboral. Lo que allí se repite no es solo opinión: es tendencia.

Política y economía: tensiones que entran a la oficina

Uno de los factores que más contribuyó a la fatiga fue el contexto político. Aunque muchos trabajadores preferirían dejar estos temas fuera del trabajo, las conversaciones se filtraron igualmente en las oficinas.

De hecho, las menciones a la palabra "inauguración" aumentaron un 875% interanual, evidenciando cómo los acontecimientos externos influyeron en las dinámicas laborales diarias.

"Llevé mi pegatina de 'Yo voté' a la oficina y tuve que quitármela porque la gente seguía usándola como invitación al debate", comentó un gerente senior en la plataforma.

A esto se sumó la presión económica. Las menciones a "estanflación" se triplicaron respecto de 2024, con trabajadores expresando frustración por salarios que no logran seguir el ritmo de la inflación y por el temor persistente a una recesión.

"¿Alguien más está absolutamente 'emocionado' por la falta de compensación que no se ajusta a la inflación cada año?", escribió un empleado. Otro reclutador senior fue aún más directo: "El aumento fue del 2% en general, prácticamente nada considerando la inflación".

IA: velocidad, incertidumbre y miedo a quedar atrás

La aceleración de la inteligencia artificial añadió una nueva capa de agotamiento. Las menciones al término "agentic" crecieron más de un 2200%, reflejando la ansiedad por la vigencia de las habilidades y la estabilidad laboral.

Desde asistentes de codificación hasta herramientas autónomas, muchos empleados dijeron sentirse abrumados por la velocidad del cambio.

"Ha pasado menos de un año desde que todos se apresuraron a contratar expertos en GenAI, y ahora, si tu currículum no dice 'IA agente' o 'agentes autónomos', estás atrasado", señaló un analista senior.

Un cansancio que no se disipa

Cuando Glassdoor preguntó a profesionales si sentían que los acontecimientos noticiosos les quitaban energía en el trabajo, el 78% respondió que sí. Ese agotamiento, lejos de ser momentáneo, se mantuvo durante todo el año. La política dominó la conversación, el temor a despidos persistió, las preocupaciones económicas se intensificaron y la disrupción tecnológica no dio tregua.

En ese contexto, la comunidad de Glassdoor funcionó también como un espacio de desahogo. Muchos usuarios encontraron alivio al compartir experiencias reales con otras personas, incluso cuando los temas no estaban directamente relacionados con el trabajo, pero igualmente impactaban su desempeño y bienestar.

Así, "fatiga" no sólo fue elegida como palabra del año: se convirtió en el concepto que mejor resume cómo se sintió trabajar en un año marcado por la tensión constante. Un cansancio que ya no es individual, sino colectivo. 

De hobby a marca:

Cómo La Reina del Dato profesionalizó la creación de contenido

Crear contenido dejó de ser un pasatiempo. Hoy, la llamada creator economy reúne a cerca de 50 millones de personas en el mundo que monetizan audiencias a través de acuerdos con marcas, plataformas y comunidades propias.

Aunque el ecosistema crece a tasas de dos dígitos, solo una parte logra profesionalizarse y operar como una empresa.

En Chile, una de las pioneras en entender este cambio fue Josefa Izquierdo, conocida como La Reina del Dato, quien convirtió una necesidad cotidiana en un modelo de negocio basado en prueba, criterio y confianza.

¿En qué momento dejaste de sentir que era solo un hobby y tomaste la decisión de convertir La Reina del Dato algo más?

Yo siempre concebí La Reina del Dato como una marca. Cuando partí, esto era un hobby pero empecé a darme cuenta que lo hacía muy bien y que a la gente le gustaba. Se convirtió en una oportunidad de negocio.

De los creadores de contenido fui de las pioneras en hacer una empresa desde el origen.

Además pensé en que era mucho mejor hacer una empresa desde el principio, eso lo hacía mucho más transparente, mejor para las empresas. Más que ser una influencer o creadora de contenido yo me siento una empresa.

Hace nueve años comenzó compartiendo precios, servicios y datos útiles que iba descubriendo en su vida diaria. "Un día dije: ¿por qué no comarto esto con la gente que lo necesita?", recuerda.

Al principio era casi un archivo personal, pero el crecimiento fue rápido y orgánico.

Durante la pandemia, su cuenta se volvió especialmente útil y explotó en alcance. Hoy suma casi 700 mil seguidores, manteniendo la misma lógica: probar, evaluar y compartir información real.

¿Hace cuánto estás dedicada en un 100% a esto?

Hace siete años solo me dedico a esto. En el inicio ganaba poco y lo complementaba con mi otra empresa.

Cuando vi el potencial del crecimiento que esto tenía, me dije o me dedico 100% a esto o no va a explotar. Ahí dejé mi otra empresa.

¿Tienes equipo?

Siempre he tenido equipo. Hoy en día tengo a tres personas contratadas, más un contador externo.

Las tres hacemos el contenido en donde verificamos los datos, estamos muchísimo en terreno. Grabamos, editamos, pensamos, planificamos.



¿Cuál es el criterio para definir qué datos entregar?

Sabemos perfectamente qué datos caben en La Reina del Dato y cuáles no. De repente nos contactan marcas para hacer publicidad que no calza realmente con los valores de la marca y con el contenido que compartimos en general.

No vamos a trabajar jamás con alguien que se escape de nuestro marco. Me gusta que esto se mantenga bajo la lógica de lo que yo elegiría o consumiría.

Hoy día hay mucha competencia, ¿qué crees que hay que hacer para mantenerse vigente en este rubro?

La perseverancia y ser constante. Es muy fácil caer en lo que funciona y hacer dos contenidos a la semana en donde te vas a la segura con el truco viral cuando lo que sirve es la continuidad.

También el estar en constante actualización. Las plataformas y el medio son muy cambiantes entonces hay que estar abierto a lo que venga.

Si el día de mañana es haciendo mímica, habrá que migrar a eso.

TECNOLOGÍA

Los diez empleos que crecerán más rápido en

2026

Los principales empleos para 2026 confirman una tendencia clara: los roles **vinculados a la inteligencia artificial**, el trabajo autónomo y los datos están en pleno auge.

En un contexto donde más de la mitad de los profesionales estadounidenses (56%) planean buscar un nuevo empleo en 2026, el dato más llamativo es que el 76% declara no sentirse preparado para hacerlo, según LinkedIn.

En un mercado laboral moldeado por la IA, la consultoría estratégica y el trabajo temporal, identificar dónde se están expandiendo las oportunidades se vuelve clave.

La lista anual de empleos en ascenso de LinkedIn se basa en los roles de más rápido crecimiento durante los últimos tres años y permite observar con claridad qué habilidades e industrias están ganando protagonismo.

IA, estrategia y flexibilidad al centro del crecimiento

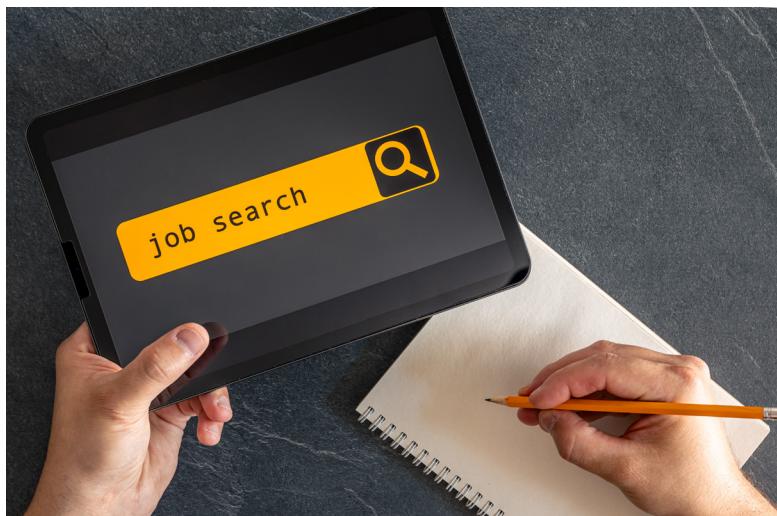
Los puestos relacionados con la inteligencia artificial lideran el ranking, combinando tanto perfiles técnicos como estratégicos.

Al mismo tiempo, el aumento de consultores independientes y founders refleja una búsqueda creciente de flexibilidad y auto-empleo como respuesta a la incertidumbre del entorno laboral.

La modalidad de trabajo varía significativamente entre cargos: algunos roles tecnológicos y de emprendimiento superan el 50% de opciones remotas o híbridas, mientras que los puestos senior o altamente especializados siguen concentrándose en el trabajo presencial. 

Los 10 empleos de más rápido crecimiento en EE. UU. (2026)

Cargo	Descripción
1 Ingenieros de IA	Crean modelos de IA para tareas complejas.
2 Consultores y estrategas de IA	Planifican e implementan soluciones de IA.
3 Especialistas en ventas de viviendas nueva	Guían a compradores en nuevas construcciones.
4 Anotadores de datos	Etiquetan y revisan datos para entrenar IA.
5 Investigadores de IA/ML	Diseñan y prueban algoritmos de IA.
6 Especialistas en reembolsos de atención médica	Gestionan facturación y reclamos.
7 Asesores estratégicos y consultores independientes	Brindan orientación especializada.
8 Especialistas en ventas de publicidad	Venden espacios en medios.
9 Fundadores	Lanzan y hacen crecer empresas.
10 Ejecutivos de ventas	Lideran equipos y estrategias comerciales.



Zoom

a las vacaciones de verano

¿Cómo se vive según los países?

El verano llega, pero no aterriza igual en todas partes. Para algunos trabajadores es sinónimo de un mes completo fuera de la oficina; para otros, de una pausa más breve, cuidadosamente planificada.

La cantidad de días disponibles, el mes elegido y los destinos favoritos revelan algo más profundo que una preferencia turística: hablan de cultura laboral, de marcos legales y de cómo cada país entiende el descanso.

En América Latina, las diferencias son evidentes desde el primer cálculo. Perú y Brasil destacan por otorgar hasta 30 días de vacaciones, lo que permite viajes largos y desconexiones reales.

No es casual que en ambos casos el verano se viva con menos prisa y más continuidad: hay tiempo para salir del país, recorrer regiones enteras o simplemente desaparecer del radar laboral por varias semanas.

En el extremo opuesto, países como Chile y Colombia, con 15 días hábiles, obligan a decidir rápido y priorizar: playa o montaña, familia o viaje, enero o febrero.

Los destinos y el mes favorito

Esa disponibilidad condiciona también los destinos. En Colombia, el verano se reparte durante el año, con preferencia por meses como diciembre, enero y julio, y eso se refleja en elecciones que combinan cercanía y escape: Santa Marta y Cartagena lideran dentro del país, mientras Madrid aparece como una puerta de entrada a Europa, según el buscador KAYAK.

En Perú, en cambio, el calendario manda. Junio y julio concentran las vacaciones porque coinciden con la estación seca andina, transformando a Cusco en un imán natural: cielos despejados, buen clima y Machu Picchu en su mejor versión. El descanso, aquí, se sincroniza con la geografía, según cifras de PromPerú.

Chile y Argentina viven el verano con un pulso más clásico. Febrero es el mes por excelencia para los chilenos, que alternan entre destinos locales como Viña del Mar o Pucón según datos de Airbnb y escapadas internacionales, con Brasil y República Dominicana como favoritos.

En Argentina, enero es el mes favorito: Mar del Plata vuelve a llenarse y Brasil reaparece como la alternativa extranjera más recurrente según indican las Estadísticas de Turismo Internacional. Son veranos concentrados, intensos, donde gran parte del país parece ponerse de acuerdo para pausar al mismo tiempo.

México y Brasil, por su parte, combinan clima y calendario. En México, diciembre encabeza las preferencias, impulsado por la temporada seca que se extiende hasta abril.

En Brasil, diciembre y enero funcionan como un gran paréntesis estival, favorecido por la posibilidad de dividir o acumular vacaciones y por una cultura que valora el descanso prolongado tras un año de trabajo.

Al otro lado del mundo conviven ideas distintas

Cuando se amplía el zoom hacia fuera de la región, el contraste es aún mayor. Estados Unidos promedia unos 15 días de vacaciones, pero sin obligación legal: todo depende de la empresa.

El resultado es un verano fragmentado, con escapadas cortas y una desconexión menos garantizada. Según datos de la plataforma de viajes Expedia en 2024, son los estadounidenses los que menos vacaciones se toman, en el mundo.

Europa, en cambio, parece jugar con otras reglas. Las cuatro semanas de vacaciones pagadas son el piso, no el techo, y países como San Marino, Andorra o Mónaco superan holgadamente los 40 días libres al año.

En España, por ejemplo, el verano se construye entre días laborales y festivos, dando lugar a pausas más largas y una conciliación que ya forma parte del contrato social.

Está comprobado: las vacaciones ayudan

Un estudio de Ernst & Young mostró que, por cada 10 horas adicionales de vacaciones que los empleados tomaban, su rendimiento de fin de año mejoraba en torno a un 8%. Otra investigación complementaria encontró que usar todo el tiempo de descanso disponible incrementa las probabilidades de obtener un ascenso o un aumento salarial.

El mismo análisis de EY observó, además, que quienes vacacionan con mayor frecuencia presentan menores tasas de salida de la empresa.

Cuando el descanso se institucionaliza, los efectos se amplifican: en un experimento corporativo con vacaciones obligatorias, se registraron aumentos claros en creatividad, bienestar (estado de ánimo) y productividad, al tiempo que se desactivó la "mentalidad de guerrero o mártir" —esa cultura de demostrar compromiso a fuerza de no parar—, precisamente porque todos estaban obligados a desconectarse en intervalos definidos.



REPORTAJE

¿Cuánto gana realmente un gerente en Chile?

Lo que revelan los sueldos ejecutivos sobre poder, industria y tamaño de empresa

En Chile, los sueldos altos rara vez se conversan abiertamente. No aparecen en la sobremesa ni en los chats de trabajo, pero circulan —de forma fragmentada— entre directorios, headhunters y pasillos corporativos. Cuando los datos aparecen, ayudan a ordenar ese rumor permanente.

Un análisis de remuneraciones del sector privado formal, basado en información de la Guía Salarial BUK 2025, permite observar con mayor claridad cómo se estructuran hoy los sueldos de los principales cargos ejecutivos del país. Y la conclusión es menos obvia de lo que parece: el cargo importa, pero no explica todo. La industria y el tamaño de la empresa suelen ser factores igual o más determinantes.

El techo salarial: gerentes generales y la ilusión del promedio

El cargo mejor pagado del mundo corporativo chileno sigue siendo el de gerente general. En empresas grandes, la mediana salarial bordea los \$10,9 millones brutos mensuales.

Sin embargo, esa cifra esconde realidades muy distintas. En sectores como finanzas, minería o inmobiliaria, los ingresos tienden a ubicarse en la parte alta de la distribución. En servicios o comercio, el mismo cargo puede recibir remuneraciones considerablemente menores.

Dos personas con el mismo título pueden vivir realidades salariales opuestas según el rubro y el peso económico de la organización que lideran.

Finanzas, tecnología y operaciones: el núcleo del poder interno.

Más allá del cargo máximo, ciertas áreas concentran una parte relevante del poder y del presupuesto organizacional. Finanzas, Tecnología y Operaciones conforman el núcleo mejor remunerado del nivel ejecutivo.

Las gerencias de Administración y Finanzas alcanzan medianas cercanas a los \$6,1 millones en empresas grandes, reflejando la creciente importancia del control presupuestario y la planificación financiera.

En Tecnología, los sueldos se mueven entre \$6 y \$6,5 millones, con alta dispersión debido a la especialización técnica y la escasez de talento. En Operaciones y Producción, especialmente en industrias intensivas en procesos, las medianas pueden superar los \$7 millones, como prima por continuidad operacional.



El tamaño sí importa

Uno de los patrones más consistentes es la brecha salarial asociada al tamaño de la empresa. Para cargos ejecutivos, trabajar en una empresa grande puede implicar incrementos de 30% o más frente a una mediana. No se trata solo de presupuesto: mayor complejidad, exposición reputacional y riesgo elevan el valor económico del rol.

Recursos Humanos: de soporte a estrategia

Durante años, Recursos Humanos fue visto como un área de apoyo. Hoy, un gerente de RRHH en una empresa grande alcanza medianas cercanas a los \$6,1 millones, especialmente en industrias reguladas o intensivas en talento. A medida que el área se involucra en decisiones estratégicas compensaciones, cultura, productividad o retención— su valorización económica se ajusta.

Marketing y Comercial: más dispersión, menos certezas.

En Marketing y Comercial, la estructura salarial es más heterogénea. Los sueldos base suelen ser más bajos, pero se complementan con variables. En marketing, las medianas van desde \$3,8 millones en empresas medianas hasta más de \$6,4 millones en grandes, reflejando diferencias en presupuesto, madurez digital y peso estratégico.

Lo que dicen los sueldos ejecutivos

Los datos muestran que el mundo ejecutivo chileno está lejos de ser homogéneo. Industria, tamaño de empresa y rol estratégicopesan tanto como el cargo. Hablar de sueldos no resuelve todo, pero mirarlos con datos permite tomar decisiones mejor informadas.





Descubre más historias en Spoiler:

Un especial para seguir explorando el trabajo del presente

En **Spoiler** siempre estamos buscando cuáles son las tendencias en el mundo del trabajo. Y por lo mismo nos metimos de lleno en el mundo de los creadores de contenido.

Durante semanas fuimos a buscar a personas que comenzaron subiendo videos, escribiendo hilos o recomendando productos, muchas veces solo como un hobby, y que hoy **viven o han logrado potenciar negocios completos gracias a las redes**.

Son **siete historias** que muestran caminos distintos hacia un mismo fenómeno: en algunos casos, el contenido fue la vitrina para hacer crecer un proyecto; en otros, se transformó directamente en la principal fuente de ingresos.

Recomendar, explicar, contar historias o compartir experiencias dejó de ser un pasatiempo y pasó a ser **un trabajo real**.

El trabajo del futuro ya está pasando. Lo contamos desde la voz de quienes lo viven: creadores de true crime, profesionales de la salud que responden dudas todos los días en redes, y casos que muestran cómo una recomendación puede mover industrias completas —como lo que ocurrió con las botellas Stanley y el poder de la comunidad.

Con esa convicción, preparamos un especial con un solo foco: responder si ser creador de contenido es un trabajo del presente y del futuro.

¿Cómo se vive de las redes?

Las historias de **Francisco Ackermann, Josefa Izquierdo** (La Reina del Dato) y el explosivo caso de la odontóloga **Valentina Pumpin** se reúnen en un solo lugar para responder esa pregunta.

Esto no es solo una intuición: **las cifras lo respaldan**.

Según **Forbes**, los 50 creadores mejor pagados de Instagram, TikTok y YouTube generaron **US\$853 millones en 2025**, un 18% más que en 2024. Y eso sin considerar participaciones accionarias, licencias o negocios propios.

Detrás del estereotipo del video viral hay algo mucho más grande: **empresas completas**.

Estudios de producción, equipos creativos, marcas de consumo, podcasts, eventos en vivo y acuerdos con plataformas de streaming. Crear contenido es solo una parte del trabajo; el resto es estrategia, negociación, expansión de marca y gestión de audiencias.



Por eso, te invitamos
a leer este especial
escaneando el QR a
continuación.