

PersonotecnIA

Cómo crear relevancia a gran escala en la era de la inteligencia artificial

Javier G. Recuenco · Miguel Ángel Uriondo



Editorial	Tenos
Publicación	14 de octubre de 2026
Páginas	264
Formato	Rústica con solapas
Medidas	150 × 230 mm
ISBN	979-13-87936-64-8
PVP	20,90 € · también en e-book

“

Estos tiempos de farsa y comedia despertarán un deseo profundo por la realidad.

JAVIER G. RECUECO · ARTÍCULO 14

En la era de las máquinas, tratar a las personas como personas será la mejor ventaja competitiva.

Durante veinte años las empresas han prometido personalización y han confundido acumular datos con conocer a la gente. La IA ha agravado el problema. Recuenco y Uriondo proponen la personotecnica, la creación de relevancia a gran escala, para que una organización entera se comporte como el buen tendero de barrio que sabe qué necesitas, cuándo ayudarte y cuándo dejarte en paz.

CASOS REALES EN EL LIBRO

- El experimento secreto de Telefónica
- El buscador de Mercadona
- Pepephone
- Netflix
- Spotify
- El caso Rubiales
- MrBeast
- Los trenes de Cantabria

PRÓLOGOS

Miguel Arias, antiguo CDO de Telefónica
José Rubén Gallardo, director de Marketing de MAPFRE

ESTRUCTURA

Siete bloques que cruzan datos, relato, confianza, incentivos y agentes de IA

LO QUE CONTARON EN LA PRESENTACIÓN

“El gran error fue asumir que acumular datos sobre la gente equivalía a conocer a las personas.”

Recuenco y Uriondo

“El futuro va a ser de la gente que vuelva a combinar dato y relato.”

Javier G. Recuenco

Fuente: Artículo 14 · David Lorao · 20 de octubre de 2026

“En el mundo de la empresa, ser buena persona es fundamental.”

Miguel Ángel Uriondo

“Tienes que ser transparente en lo que haces, porque cada vez es más valioso.”

Miguel Ángel Uriondo