

VEXION

DIARIO DE UNA IDEA QUE EMPEZÓ A CONVERTIRSE EN EMPRESA

Desde los doce años frente a una computadora y los primeros pasos autodidactas en programación, pasando por años de curiosidad, noches enteras buscando una idea de negocio, ARNOA, el sistema de licitaciones y el nacimiento de VEXION, hasta la búsqueda real de los primeros clientes.

“Digitalizamos operaciones que ya no pueden seguir dependiendo de Excel, WhatsApp y procesos manuales.”

Jonatan Alexis Murillo

Fundador de VEXION · Tostado, Santa Fe, Argentina

Nota de apertura

Una reconstrucción personal del camino hasta el 12 de julio de 2026

Este diario no nació porque la historia ya esté terminada. Nació precisamente por lo contrario: porque todavía está empezando. Quise dejar por escrito cómo se fue formando VEXION, no como una empresa que apareció de golpe con un nombre, un logo y una página web, sino como el resultado de muchos años de relación con la tecnología, curiosidad, programación autodidacta, noches de investigación, proyectos, frustraciones, aprendizajes y decisiones cada vez más concretas.

Las fechas que aparecen son exactas cuando quedaron registradas en nuestras conversaciones o archivos, y aproximadas cuando el recuerdo corresponde a una etapa más amplia. La intención no es inventar una cronología perfecta, sino conservar la verdad del recorrido: qué estaba buscando, qué fui probando, qué entendí en el camino y cómo una inquietud personal terminó transformándose en una empresa de software con una identidad propia.

Este documento está escrito en primera persona porque quiero que se lea como lo que realmente es: mi diario de construcción. No es una nota de prensa ni una presentación comercial. Es la historia de cómo, desde muy joven, fui aprendiendo con una computadora delante, programando, probando, equivocándome, imaginando negocios y buscando una forma de transformar lo que sabía en algo propio.

“No quería simplemente conseguir otro trabajo. Quería construir algo propio que pudiera crecer conmigo y, algún día, darme independencia.”

Una idea que me acompañó durante años, mucho antes de que existiera el nombre VEXION.

Línea de tiempo resumida

PERÍODO	HITO	QUÉ CAMBIÓ
c. 2015-2016	La computadora deja de ser un objeto	Alrededor de los doce años empiezo a usarla como herramienta para aprender, explorar y programar de forma autodidacta.
2016-2024	Años de curiosidad y práctica	Aprendo haciendo: pruebo, rompo, arreglo, programo y desarrollo una forma propia de resolver problemas con tecnología.

PERÍODO	HITO	QUÉ CAMBIÓ
2025 - mayo 2026	Noches buscando una idea	Paso por muchas ideas de negocio, servicios y productos, tratando de encontrar algo que pueda construir y hacer crecer por mi cuenta.
Junio 2026	ARNOA y licitaciones	Ingreso a una empresa real, aprendo el proceso licitatorio y descubro un problema operativo concreto.
22-30 junio 2026	Sistema de licitaciones	El Excel deja de ser una planilla a mejorar y se convierte en la semilla de una plataforma empresarial completa que diseño y programo.
Fin de junio 2026	Potencial de producto	Empiezo a pensar que el sistema puede venderse a otras empresas y no quedar solo como solución interna.
8-10 julio 2026	Fix Soluciones como empresa	La idea de una empresa de desarrollo de software toma forma comercial y aparece el plan de salir a buscar clientes.
11-12 julio 2026	Nacimiento de VEXION	Marca, dominio, web, GitHub, LinkedIn, Google Business, dossier y posicionamiento premium.
12 julio 2026	Commercial OS y choque con la realidad	Intento crear una máquina comercial autónoma y compruebo que una interfaz sin datos reales ni procesos operativos no es todavía un producto.
12 julio 2026	Volver a vender	Decido no esperar a que todo sea perfecto: empiezo a buscar empresas reales, preparar mensajes y construir una base de 100 prospectos.

CAPÍTULO 01

A los doce años: cuando la computadora dejó de ser solo una pantalla

Aproximadamente 2015-2016

Mi relación con la tecnología empezó mucho antes de VEXION. Alrededor de los doce años ya pasaba tiempo frente a una computadora, pero no solo para consumir lo que otros habían creado. Me atraía entender qué había detrás. Quería saber por qué las cosas funcionaban, qué ocurría si cambiaba algo y hasta dónde podía llegar si aprendía por mi cuenta.

Fue una etapa completamente autodidacta. Aprendí buscando, leyendo, probando, equivocándome y volviendo a empezar. La programación apareció de esa manera: no como una materia

obligatoria ni como una carrera perfectamente planificada, sino como la posibilidad de darle instrucciones a una máquina y construir algo que antes no existía.

A esa edad yo todavía no hablaba de arquitectura de software, automatización, inteligencia artificial o productos B2B. Pero ya estaba aprendiendo algo que muchos años después sería fundamental: una computadora podía ser mucho más que entretenimiento. Podía ser una herramienta para crear, investigar, reparar, experimentar y resolver problemas.

Durante años acumulé pequeñas victorias y muchas frustraciones. Hubo programas que no funcionaban, errores que parecían imposibles, configuraciones que rompía y tenía que volver a arreglar. Con el tiempo, esa forma de aprender dejó una marca en mí: frente a un problema técnico, mi primera reacción no era rendirme, sino tratar de entender qué estaba pasando.

No puedo decir que a los doce años ya sabía que iba a fundar VEXION. Eso sería inventar una historia demasiado perfecta. Lo que sí puedo decir es que ahí empezó una relación con la tecnología que nunca se fue. Años después, cuando tuve que diseñar sistemas empresariales completos, esa curiosidad seguía siendo la misma: abrir un problema, entender sus piezas y construir una solución.

“Primero aprendí a usar una computadora. Después quise entenderla. Y, con el tiempo, quise crear con ella.”

El verdadero punto de partida de esta historia.

CAPÍTULO 03

Las noches de ideas: buscar durante años algo propio que pudiera funcionar

2016 - primeros meses de 2026

Después vinieron años de aprender, programar y explorar. No hubo una línea recta. No existió un plan maestro que dijera exactamente qué empresa iba a crear ni qué producto debía vender. Hubo curiosidad, intentos, cambios de dirección y una pregunta que se volvió cada vez más fuerte: ¿cómo puedo transformar lo que sé hacer en algo propio?

Muchas de las decisiones importantes no nacieron en una oficina ni en una reunión. Nacieron de noche, frente a la computadora, pensando qué negocio podía funcionar, qué problema valía la pena resolver, qué servicio podía vender, qué página podía atraer usuarios o qué producto podía empezar con pocos recursos. Hubo noches enteras comparando posibilidades, imaginando proyectos y tratando de encontrar una idea que no fuera solo emocionante, sino viable.

A veces una idea parecía brillante durante unas horas y al día siguiente encontraba sus problemas. Otras veces me obsesionaba con una posibilidad, investigaba el mercado, imaginaba cómo monetizarla y después la descartaba. Lejos de ser tiempo perdido, esa etapa me enseñó a pensar en clientes, tráfico, competencia, costos, diferenciación y escalabilidad.

Antes de VEXION aparecieron muchas ideas. Pensé en una empresa de desarrollo de software y soluciones digitales. Pensé en Automandados, una aplicación de mandados para Tostado. Imaginé un portal de oportunidades para empresas con licitaciones, créditos, subsidios, proveedores y concursos. Evalué un marketplace local, páginas de contenido, herramientas basadas en automatización y una IA personal tipo Jarvis que pudiera responder por voz y entender mis proyectos.

También apareció Fix Soluciones como uno de los primeros intentos de darle identidad a esa necesidad de crear algo propio. Era un antecedente importante: ya no se trataba únicamente de programar proyectos aislados, sino de empezar a pensar en una marca, servicios, clientes y una propuesta de valor.

Durante ese tiempo no buscaba solamente ganar dinero rápido. Buscaba una dirección. Quería encontrar algo que pudiera crecer conmigo y darme independencia. La dificultad era que sabía hacer muchas cosas relacionadas con tecnología, pero todavía no había encontrado el problema empresarial concreto alrededor del cual construir una compañía.

Las ideas que aparecieron antes de elegir un rumbo

- Una empresa de desarrollo de software y soluciones digitales.
- Automandados, una aplicación de mandados para Tostado.
- Un portal de oportunidades para empresas: licitaciones, créditos, subsidios, proveedores y concursos.
- Un marketplace local inspirado en la idea de un Mercado Libre tostadense.
- Una herramienta personal tipo “Jarvis”, capaz de responder por voz y entender proyectos propios.
- Un SaaS especializado en licitaciones para empresas que participan en contrataciones públicas.
- Servicios de landing pages, automatización, sistemas internos y digitalización de procesos.

Mirado desde hoy, puede parecer que eran demasiadas ideas. Y probablemente lo eran. Pero todas formaban parte de una misma búsqueda: encontrar un punto de encuentro entre tecnología, negocio y problemas reales. Todavía no sabía si iba a vender productos, servicios o software por suscripción. Lo único constante era que no quería dejar de construir.

“Hubo muchas noches en las que no sabía cuál era la idea correcta. Lo que sí sabía era que quería crear algo mío y que no iba a dejar de buscar.”

La etapa anterior al nacimiento de VEXION.

ARNOA: el momento en que apareció un problema real

Junio de 2026

El gran cambio empezó cuando entré a trabajar con ARNOA SRL, una empresa de servicios de limpieza. Hasta ese momento yo había pensado muchas ideas desde afuera. ARNOA me puso delante de una operación real, con personas reales, plazos reales, documentos, procesos y problemas que no podían resolverse solamente con una idea bonita.

Mi trabajo me dejaba tiempo para seguir construyendo proyectos propios, pero además me dio algo mucho más importante: acceso a un problema empresarial concreto. Empecé a ver cómo una empresa gestionaba licitaciones públicas y privadas, cómo buscaba oportunidades, cómo coordinaba visitas, cómo reunía documentación, cómo preparaba ofertas y cómo controlaba fechas que podían dejar fuera de competencia a la empresa si se olvidaban.

Javier fue una figura clave en ese aprendizaje. Me mostró el proceso desde adentro: pliegos, visitas obligatorias, garantías, documentación como F931, contrato social y poderes, formas de presentación, fechas rectoras, aperturas, ofertas, competidores y resultados. Al principio yo estaba aprendiendo prácticamente desde cero. Preguntaba qué era una licitación, qué hacía el Consejo de la Magistratura, qué significaba una visita obligatoria y cómo se evaluaban riesgos, costos y ganancias.

La diferencia es que no me quedé solo estudiando. Mientras aprendía, ya empezaba a observar el proceso como alguien que desarrolla sistemas. Veía la repetición, la información dispersa, los PDFs, las fotos, los correos, las planillas y la necesidad de recordar fechas. Cada problema operativo me empezaba a parecer una función potencial de software.

Las preguntas que empezaron a cambiar mi forma de mirar el trabajo

- ¿Por qué una fecha tan importante depende de que alguien la recuerde?
- ¿Por qué los documentos están repartidos entre Excel, correos, carpetas y mensajes?
- ¿Por qué el historial de una licitación es difícil de reconstruir?
- ¿Por qué no existe una agenda automática centrada en la fecha de presentación?
- ¿Por qué los costos, las visitas, las garantías y los resultados no están en un solo lugar?
- ¿Por qué el conocimiento del proceso depende tanto de ciertas personas?

CAPÍTULO 04

Aprender licitaciones desde cero

22-25 de junio de 2026

Hubo un momento en el que decidí que no podía mejorar un proceso que no entendía. Entonces empecé a estudiar licitaciones de verdad. Quise comprender el ciclo completo, desde la detección de una oportunidad hasta la adjudicación o la pérdida. No quería construir una interfaz linda sin saber qué significaba cada campo.

Trabajé con ejemplos concretos. Analicé una licitación del Consejo de la Magistratura para limpieza integral en Santa Fe, con cuatro operarios y un supervisor, visita obligatoria y vigencia de doce meses. Empecé a pensar en riesgos, gastos y ganancias. Aprendí que una oportunidad no siempre debe perseguirse: a veces la decisión correcta es descartarla si las condiciones hacen inviable el negocio.

También revisé casos de Rafaela, La Rioja y otros organismos. Aprendí que la fecha de presentación podía ser la “fecha rectora” alrededor de la cual se organiza todo. Entendí la importancia de las visitas obligatorias, las garantías, los requisitos eliminatorios y la documentación que, si falta, puede dejar afuera a una empresa aunque el precio sea competitivo.

Esa capacitación fue el verdadero origen intelectual del sistema. Ya no estaba copiando un Excel. Estaba entendiendo un proceso de negocio y preguntándome cómo convertirlo en una plataforma.

“El Excel no debía copiarse. Tenía que usarse solo como referencia de algunos campos. El objetivo era transformar un proceso manual, desordenado y difícil de seguir en una plataforma centralizada.”

Principio que definió el sistema de gestión de licitaciones.

CAPÍTULO 05

De una planilla difícil de leer a un sistema completo

22-30 de junio de 2026

El Excel de seguimiento tenía información útil, pero la experiencia era limitada. Había que leer demasiado, filtrar manualmente, recordar fechas, abrir archivos externos y reconstruir contextos. Javier mismo había señalado la necesidad de filtros, agenda y una visión más clara de la fecha de presentación.

Entonces apareció una decisión fundamental: el sistema no iba a ser una tabla gigante ni una copia del Excel. Iba a funcionar como un CRM o un ERP liviano para el ciclo de licitaciones.

El sistema empezó a crecer

- Alta y edición de licitaciones.
- Asignación de responsables.
- Organismos y tipos de licitación.
- Estados y flujo operativo.
- Documentos, pliegos, visitas y certificados.
- Control de costos, dotación, insumos, logística, amortizaciones e impuestos.
- Registro de visitas obligatorias.
- Carga de aperturas, competidores, ofertas y adjudicaciones.
- Historial de cambios y auditoría.
- Dashboard operativo y calendario.
- Alertas automáticas por fechas y vencimientos.
- Tareas internas.
- Reportes y BI ejecutivo.
- Archivado y restauración.
- Oportunidades externas y fuentes públicas.

Cada mejora respondía a algo que había visto o aprendido. Por ejemplo, agregué la fecha de presentación, la fecha de apertura y el monto de garantía exigida. Separé la garantía que pide el pliego del costo interno de emitirla. Permití cargar una oferta antes de tener el acta final, porque en la vida real el proceso no siempre llega completo de una sola vez.

Más adelante aparecieron funciones todavía más avanzadas: control de calidad con tildes antes de crear una licitación, requisitos detectados por IA que pasan al checklist, un armador de presentación que toma documentos automáticamente y un módulo de acta de apertura con IA para precargar competidores, oferta propia y resultados.

Técnicamente, también fui aprendiendo. El proyecto usaba PHP, MySQL y una arquitectura MVC, pensado para funcionar en XAMPP y hosting compartido. Tuve errores de conexión, problemas de rutas, archivos que no se abrían como esperaba y muchas noches corrigiendo detalles hasta que el sistema avanzara. Yo diseñé y programé el proyecto, tomando cada decisión sobre su arquitectura, sus módulos y la forma en que debía responder al proceso real. Cada obstáculo iba convirtiendo el sistema en algo más serio.

A lo largo de todo ese proceso, la visión, el diseño funcional, la estructura del sistema y la programación fueron responsabilidad mía. Pude apoyarme en herramientas modernas para investigar, revisar o acelerar tareas puntuales, pero el producto nació de mis decisiones, de mi comprensión del negocio y de las horas que dediqué a construirlo.

CAPÍTULO 06

El momento en que entendí que el sistema tenía valor comercial

Finales de junio de 2026

En algún momento la pregunta dejó de ser “¿cómo mejoro esto para ARNOA?” y pasó a ser “¿cuánto puede valer un sistema como este?”. Esa pregunta fue importante porque cambió el horizonte del proyecto.

Ya no estaba viendo solamente una herramienta interna. Estaba viendo un producto que podía servir a muchas empresas que participan en licitaciones y que hoy gestionan documentación, fechas, costos y resultados con planillas separadas.

Empecé a pensar en venderlo como SaaS, inicialmente a empresas de limpieza, porque era el sector que conocía mejor y donde tenía una ventaja real de conocimiento. La idea era simple: primero resolver un problema concreto y después convertir esa experiencia en una solución replicable.

“El sistema no debía dejar de ser un simplificador de licitaciones. Cuanto más completo se volviera, más valor tenía, siempre que siguiera reduciendo complejidad en lugar de agregarla.”

La lógica que usé para explicar el valor del proyecto.

También apareció una tensión que después volvería muchas veces: construir más o empezar a vender. Mi tendencia natural era mejorar el producto, agregar módulos, imaginar inteligencia artificial, automatizaciones y nuevas integraciones. Pero un producto sin usuarios ni clientes todavía no es un negocio. Esa lección tardaría unos días más en hacerse evidente.

CAPÍTULO 07

La búsqueda de una empresa propia: Fix Soluciones

8-10 de julio de 2026

Con el sistema de licitaciones creciendo y la idea de vender software cada vez más presente, retomé una identidad que ya había usado como antecedente: Fix Soluciones. La idea era crear una empresa de desarrollo de software a medida, tener una landing, una presencia en LinkedIn, un dominio y materiales comerciales.

El plan era concreto: construir una landing, preparar una demo, crear un PDF comercial y empezar a contactar empresas todos los días. También pensé en Lauti como posible colaborador, especialmente para conseguir clientes. Mi rol, sin embargo, siempre quedó claro: yo era el fundador y dueño del proyecto.

Fix Soluciones fue importante porque fue la transición entre “tengo proyectos” y “quiero construir una empresa”. Pero rápidamente sentí que necesitaba una marca con más personalidad, más fuerza y una estética más tecnológica.

CAPÍTULO 08

El nacimiento de VEXION

11-12 de julio de 2026

Entonces apareció VEXION. El nombre empezó a representar mejor lo que quería construir: una empresa de software empresarial, automatización, sistemas a medida e inteligencia aplicada a problemas reales.

La marca se definió alrededor de una idea muy concreta: no vender código por vender código. Vender control, organización, automatización y capacidad de crecer. La frase que terminó sintetizando la propuesta fue:

“Digitalizamos operaciones que ya no pueden seguir dependiendo de Excel, WhatsApp y procesos manuales.”

Propuesta central de VEXION.

Y la explicación quedó así: VEXION analiza cómo trabaja cada empresa y desarrolla plataformas a medida para centralizar información, automatizar tareas, reducir errores y mejorar el control operativo.

El cambio era más profundo que un nuevo nombre. VEXION ya no quería parecer un freelancer con un logo. Quería presentarse como una consultora tecnológica seria y, con el tiempo, como una empresa de producto.

CAPÍTULO 09

Construir la identidad: web, dominio, GitHub y presencia profesional

11-12 de julio de 2026

La siguiente etapa fue darle cuerpo a la marca. Se creó el dominio `vexionsoftware.site` y se diseñó una landing oscura, premium, con azul, cian y una estética inspirada en productos tecnológicos modernos. El mensaje principal fue directo: “Digitalizamos operaciones que ya no pueden seguir dependiendo de Excel, WhatsApp y procesos manuales”.

La web mostraba el problema de las entradas dispersas —Excel, WhatsApp, PDFs, correos, planillas y documentos— y cómo VEXION podía transformarlas en información centralizada, alertas, responsables claros, reportes, historial y mejores decisiones.

También se creó la página de LinkedIn de VEXION, el perfil de Google Business y un repositorio privado en GitHub: `Jonamurillo7/vexion-corporate-website`. El perfil personal de GitHub fue profesionalizado para mostrarme como Founder & Software Developer at VEXION, con foco en software empresarial, automatización y productos digitales.

El repositorio empezó a mostrar una estructura seria, con múltiples carpetas, TypeScript, CSS, configuración, tests y commits. Más allá del código, el objetivo era que cualquier persona que visitara mis perfiles entendiera que VEXION no era una ocurrencia de una tarde.

También trabajé el posicionamiento en Google, la verificación del sitio y la posibilidad de usar Google Ads. La conclusión fue clara: no tenía sentido gastar mucho en publicidad antes de validar el mercado. La prioridad debía ser conseguir conversaciones reales.

CAPÍTULO 10

El dossier comercial: querer parecer tan serio como la empresa que quería construir

12 de julio de 2026

Quise que VEXION tuviera un dossier comercial capaz de impresionar a un gerente. No quería un PDF con texto vacío ni una presentación genérica. La intención era que, al abrirlo, alguien pensara: “Esta gente parece una empresa consolidada”.

El dossier fue creciendo con portada, comparativas antes y después, diagramas, líneas de solución, casos de uso por industria, el sistema de licitaciones como producto destacado, proceso de implementación, arquitectura de trabajo, beneficios, preguntas frecuentes y contacto.

También hubo correcciones visuales. Señalé que algunos elementos se salían de los cuadros y que la presentación debía ser más editorial, con mockups más visuales, más composición gráfica, iconos refinados y una estética realmente alineada con la landing.

Ese perfeccionismo tenía una razón: yo quería venderle a empresas grandes. Y sabía que la primera impresión importaba. Pero también empezaba a aparecer otra lección: ningún dossier reemplaza una conversación con un cliente real.

CAPÍTULO 11

VEXION Commercial OS: el sueño de una máquina comercial autónoma

12 de julio de 2026

Una vez creada la marca, apareció un problema evidente: ¿cómo conseguir clientes de forma sistemática? Mi respuesta inicial fue ambiciosa. Diseñé la idea de un CRM tan completo que pudiera asumir una parte importante del trabajo que normalmente hacen varias personas.

La visión no era un CRM común. Era un sistema operativo comercial capaz de investigar empresas, encontrar contactos, priorizar oportunidades, recordar seguimientos, preparar reuniones, generar propuestas, limpiar datos y decirme cada mañana qué acciones debía realizar.

Diseñé una especificación enorme y detallada para el sistema. Incluía Command Center, empresas, contactos, prospección, scoring, pipeline, actividades, tareas, seguimientos, automatizaciones, inteligencia artificial, mensajes, email, WhatsApp, LinkedIn, reuniones, diagnóstico comercial, propuestas, documentos, reportes, forecast, objetivos, notificaciones, búsqueda global, vistas guardadas, calidad de datos, auditoría y configuración.

La idea central era que yo pudiera operar solo y que el sistema asumiera la mayor cantidad posible de trabajo repetitivo. En un momento incluso lo pensé como una plataforma capaz de hacer el trabajo operativo que normalmente estaría repartido entre diez o más roles comerciales.

“Quiero que una sola persona pueda operar como si tuviera un pequeño equipo comercial completo.”

Objetivo del VEXION Commercial OS.

Además, decidí que inicialmente no habría equipo. Lauti ya no formaría parte de esta etapa. El sistema debía estar optimizado para mí como único operador.

CAPÍTULO 12

La gran frustración: una demo no es un sistema

12 de julio de 2026

Cuando vi la primera versión del Commercial OS, me encontré con algo que visualmente parecía un sistema, pero en la práctica no hacía lo que yo necesitaba. Estaba en localhost. Mostraba empresas y contadores que parecían ficticios. Tenía módulos y botones, pero no una operación real detrás.

Aparecieron errores concretos, como “ActivityIcon is not defined”. También apareció un mensaje que resumía el problema: “Discovery real bloqueado. No hay proveedores externos configurados. Falta runtime de jobs para ejecuciones programadas.”

Eso me frustró porque yo no quería una maqueta. Quería una herramienta que buscara empresas reales, encontrara teléfonos y correos verdaderos, mostrara fuentes, generara oportunidades y trabajara aunque yo no estuviera conectado.

Yo ya había publicado la landing en Hostinger y sabía que el objetivo final debía ser una aplicación accesible desde una URL real. No entendía por qué el sistema seguía en localhost y no funcionaba como una herramienta de producción. La conclusión fue clara: tener una interfaz no significaba tener un producto funcional.

Lo que empecé a exigir

- Cero datos ficticios en producción.
- Base de datos real y persistente.
- Autenticación real.
- Despliegue real en Hostinger o infraestructura técnicamente adecuada.
- Empresas y contactos reales con fuentes verificables.
- Jobs programados para buscar oportunidades automáticamente.
- Contadores calculados desde datos reales, no hardcodeados.
- Integraciones que informen claramente si están operativas o pendientes.

Fue una lección importante: la complejidad de un sistema no se mide por la cantidad de pantallas. Se mide por lo que realmente puede hacer.

CAPÍTULO 13

La IA con voz: convertir el CRM en un operador comercial

12 de julio de 2026

Como la visión del Commercial OS seguía siendo muy ambiciosa, imaginé una IA integrada al dashboard principal. No quería un chatbot secundario. Quería una presencia central, una especie de asistente de voz que me recibiera al entrar y me hablara como un operador comercial personal.

La escena que imaginaba era concreta: abrir el sistema y escuchar “Buenos días, Jonatan. Desde ayer encontré 23 nuevas empresas. Siete tienen un medio real de contacto. Dos respondieron. Una pidió una demostración. Tenés cuatro seguimientos pendientes”. Después, poder responder hablando: “Leeme las respuestas”, “Buscá nuevas oportunidades”, “Prepará cinco WhatsApp” o “Enviá los tres primeros”.

La idea visual también estaba clara: una esfera animada con energía azul, cian, violeta y magenta, micrófono central, ondas de voz y estados de escucha, procesamiento, ejecución y respuesta. Pero insistí en algo fundamental: no quería una animación que pareciera inteligente. Quería una IA que realmente usara herramientas, consultara la base, buscara empresas, leyera mensajes y ejecutara acciones verificables.

El objetivo era acercarme a una especie de Jarvis comercial para VEXION. Algo que no solo respondiera, sino que trabajara.

CAPÍTULO 14

Parar de construir y empezar a vender

12 de julio de 2026

Después de varios intentos con el Commercial OS, apareció una conclusión incómoda pero necesaria: el sistema estaba inutilizable y yo todavía no tenía clientes. Entonces decidí hacer algo más simple.

Dejé de depender del CRM. La estrategia pasó a ser Google Sheets o Excel, Google Maps, Google, LinkedIn, WhatsApp y correo. Buscar empresas reales. Investigar. Encontrar datos de contacto. Detectar un problema posible. Preparar un mensaje. Hacer seguimiento.

Eso fue un cambio importante en mi forma de pensar. En lugar de construir una herramienta perfecta para conseguir clientes, iba a empezar a conseguir clientes con herramientas simples y, después, automatizar lo que demostrara ser útil.

“Primero descubrimos dónde están los clientes, qué responden, quién decide y qué objeciones aparecen. Después automatizamos exactamente eso.”

La decisión que marcó el regreso a la venta real.

CAPÍTULO 15

El primer nicho: empresas de limpieza

12 de julio de 2026

La primera decisión comercial fue empezar por empresas de limpieza. No porque VEXION solo quisiera trabajar con ese sector, sino porque allí yo tenía una ventaja: entendía la operación, conocía licitaciones, documentación, visitas, garantías, costos y seguimiento.

Empecé a investigar empresas reales y aparecieron nombres como Impecable Limpieza Integral, LIMPOL, Rapolim, Hardward, Superlim, Royal Clean, Limpo, LARS Limpieza, Santa Fe Limpieza y FAC Servicios Industriales.

La prioridad inicial eran empresas con señales de operación compleja, presencia empresarial o participación en contrataciones públicas. Para ellas, el sistema de licitaciones podía ser una puerta de entrada muy concreta.

Sin embargo, rápidamente corregí otra cosa: no quería que VEXION pareciera una empresa que solo vende un sistema de licitaciones. El lema era más amplio y la oferta debía reflejarlo.

“VEXION analiza cómo trabaja cada empresa y desarrolla plataformas a medida para centralizar información, automatizar tareas, reducir errores y mejorar el control operativo.”

Definición comercial central.

Aprender a vender con mensajes que alguien realmente leería

12 de julio de 2026

Los primeros mensajes que preparé eran demasiado largos. Explicaban todo: quién era yo, qué hacía VEXION, qué podía desarrollar, cómo funcionaba el sistema y por qué debía interesar. Pero me puse en el lugar del comprador.

Pensé: si un día me levanto y al WhatsApp de mi empresa llega un texto enorme de un desconocido, ¿lo leería? La respuesta fue probablemente no. Entonces el mensaje cambió.

“Hola, ¿cómo estás? Soy Jonatan, de VEXION. Ayudamos a empresas a dejar de depender tanto de Excel, WhatsApp y procesos manuales, desarrollando software a medida para centralizar y automatizar su operación. Vi que trabajan en el sector de limpieza y quería hacerte una consulta: ¿hay algún proceso interno que hoy les genere desorden, retrabajo o pérdida de tiempo?”

Mensaje corto pensado desde la perspectiva del comprador.

Ese cambio resume una lección de ventas: el primer mensaje no tiene que explicar todo. Tiene que conseguir una respuesta. La venta empieza con una conversación, no con una presentación completa.

También decidí usar WhatsApp y correo, pero con textos distintos. WhatsApp para abrir conversación. Correo para dar un poco más de contexto. Nada de adjuntar PDFs pesados en el primer contacto ni saturar con información.

CAPÍTULO 17

La planilla de 100 prospectos: empezar a construir el mercado

12 de julio de 2026

Para dejar de depender de búsquedas improvisadas, construí una planilla profesional de prospectos. Primero fueron diez empresas de limpieza. Después la ampliamos a 100 empresas de distintos rubros.

La razón de ampliar el alcance fue sencilla: VEXION no solo podía vender sistemas de licitaciones. También podía ofrecer páginas web, automatizaciones, CRM, ERP, gestión documental, dashboards, plataformas internas, integraciones y software a medida.

La nueva planilla incluía prioridad, score de oportunidad, rubro, ciudad, teléfono, WhatsApp, correo, sitio web, canal recomendado, categoría de oportunidad, qué podría venderle VEXION, hipótesis comercial, mensaje de WhatsApp, estado del contacto, seguimiento, fuente y nivel de verificación.

Además, armé un dashboard comercial con 100 prospectos, prioridades, números de WhatsApp disponibles, emails, distribución por tipo de oportunidad y top de empresas para contactar primero.

Eso fue un paso simbólico importante. VEXION ya no tenía solamente una marca, una web y un producto. Tenía un mercado al que empezar a hablarle.

CAPÍTULO 18

LinkedIn: empezar a hablar en público como empresa

12 de julio de 2026

También empezó la estrategia de contenido. La idea no era publicar publicidad genérica, sino mostrar problemas reales de empresas y cómo la tecnología puede resolverlos.

La primera publicación giró alrededor de una pregunta simple: “¿Tu empresa creció, pero tus procesos siguen dependiendo de Excel, WhatsApp, correos y tareas manuales?”

La imagen mostraba un antes y un después: información dispersa, procesos lentos y tiempo perdido frente a una operación centralizada, automatizada y con dashboards.

El objetivo era que LinkedIn no fuera solo una vidriera, sino una herramienta para demostrar criterio. Que un gerente o dueño pudiera leer una publicación y pensar: “Esta gente entiende el problema que tengo”.

CAPÍTULO 19

Dónde estoy hoy

12 de julio de 2026

Hoy VEXION todavía no es una empresa consolidada. No quiero inventar una historia que no existe. Pero tampoco es solo una idea.

Hoy existe una marca. Existe un dominio. Existe una landing profesional. Existe LinkedIn. Existe GitHub. Existe un dossier comercial. Existe un sistema de licitaciones desarrollado a partir de un problema real. Existe una base de 100 prospectos. Existen mensajes preparados. Existe una dirección comercial.

También existe un Commercial OS que, por ahora, no cumplió la promesa. Y eso forma parte de la historia. No todo lo que se construye funciona. No toda idea compleja debe seguir siendo prioridad. Aprender a detenerse también es construir.

Lo más importante es que la pregunta ya no es “¿qué negocio podría hacer?”. La pregunta ahora es mucho más concreta: “¿cómo consigo el primer cliente de VEXION y convierto todo lo aprendido en un negocio real?”

“El cuello de botella ya no es demostrar que puedo construir software. El cuello de botella es conseguir empresas, generar conversaciones y cerrar ventas.”

La verdad más importante de esta etapa.

Lo que aprendí hasta ahora

Reflexiones de la primera etapa

1. Un problema real vale más que cien ideas abstractas

ARNOA me enseñó más sobre oportunidades de software que muchas horas de ideas abstractas. Ver un proceso real, con documentos, fechas, personas y errores, permitió construir algo que tenía sentido.

2. Entender el negocio es parte de desarrollar

No podía crear un buen sistema de licitaciones sin saber qué era una garantía, una visita obligatoria, una apertura o un requisito eliminatorio. El software empieza antes del código.

3. Complejidad no es lo mismo que valor

El Commercial OS podía tener decenas de módulos y seguir siendo inútil si los datos eran ficticios y las acciones no funcionaban. Un sistema simple con datos reales puede valer más que una demo enorme.

4. La presentación importa, pero no sustituye la venta

La landing, el dossier, LinkedIn, GitHub y la identidad ayudan a generar confianza. Pero ninguna de esas cosas consigue clientes por sí sola. Hay que buscar, contactar, hacer seguimiento y conversar.

5. Vender no es explicar todo

Un mensaje más corto puede ser más efectivo que una presentación perfecta. El primer objetivo es obtener respuesta, no contar toda la historia de VEXION en un WhatsApp.

6. La ventaja está en unir tecnología y operación

Lo que más valor puede darle a VEXION no es competir por quién programa más rápido. Es entender procesos empresariales, detectar dónde se pierde tiempo y construir una solución ajustada a esa realidad.

7. Empezar solo no significa pensar pequeño

En esta etapa decidí operar VEXION yo solo. Eso obliga a priorizar, automatizar y usar inteligencia artificial con criterio. Pero también me da una ventaja: puedo moverme rápido y tomar decisiones sin burocracia.

La próxima página todavía está en blanco

Desde el 13 de julio de 2026 en adelante

Este diario llega hasta el momento exacto en que VEXION deja de prepararse y empieza a salir al mercado. La próxima parte de la historia no debería hablar de otra landing, otro logo o un nuevo módulo. Debería hablar de conversaciones reales.

El próximo gran hito será el primer “sí”. La primera empresa que responda con interés. La primera reunión. La primera propuesta. El primer cliente que pague por una solución de VEXION.

Después vendrán nuevos problemas: precio, alcance, soporte, mantenimiento, ventas, contratos, impuestos, equipo, producto, SaaS, escalabilidad. Pero todavía no hace falta vivir esos problemas antes de tiempo.

“La próxima página empieza cuando una empresa real diga: “Sí, esto nos interesa. Mostrame cómo funciona”.”

El hito que VEXION está buscando ahora.

Y cuando eso ocurra, este diario seguirá. Porque el objetivo no es tener una historia perfecta. Es construir una historia verdadera.

CAPÍTULO 22

Bitácora para continuar

Plantilla de próximas entradas

Este espacio queda preparado para continuar documentando la historia de VEXION. La intención es registrar no solo los éxitos, sino también las dudas, errores, decisiones y aprendizajes.

Fecha y lugar

Qué hice hoy

Qué salió bien

Qué salió mal

Qué aprendí

Qué decisión tomé

Qué sigue mañana

“VEXION no apareció de golpe. Fue la respuesta a una pregunta que se repitió muchas veces: ¿cómo puedo usar la tecnología para construir algo propio y resolver problemas reales?”

Fin de la primera parte del diario.

SOBRE EL AUTOR

Jonatan Alexis Murillo

Fundador y desarrollador de software de VEXION

Jonatan Alexis Murillo es fundador y desarrollador de software de VEXION, una empresa creada con la visión de ayudar a otras organizaciones a dejar atrás procesos manuales, planillas dispersas y herramientas desconectadas mediante tecnología, automatización y sistemas a medida.

Su relación con la tecnología comenzó alrededor de los doce años, cuando la computadora dejó de ser para él solo una pantalla y se convirtió en una herramienta para aprender, experimentar y programar de forma autodidacta. A lo largo de los años fue construyendo conocimientos a partir de la práctica, los errores, la curiosidad y la decisión de seguir entendiendo cómo funcionan las cosas.

Emprendedor y obsesionado con encontrar problemas reales que valga la pena resolver, atravesó años de ideas, proyectos y noches de investigación antes de encontrar en el software empresarial una dirección concreta. La historia de VEXION nace de esa búsqueda y de la decisión de convertir experiencia técnica, conocimiento operativo y ambición empresarial en productos útiles.

Su recorrido está marcado por aprender haciendo: desde comprender procesos de licitaciones desde cero hasta diseñar y programar plataformas completas, construir una marca propia y empezar el desafío de convertir VEXION en una empresa real.

“Este diario no cuenta la historia de alguien que ya llegó a la cima, sino la de alguien que decidió empezar, equivocarse, aprender, insistir y construir algo propio.”

Tostado, Santa Fe, Argentina · 2026