

Prospección: encontrar clientes y organizarlos

Datos de esta lección

Fase	F5 — Estructuración del negocio y ventas B2B
Módulo	M5.4 — Prospección y cierre
Puntos de profesionalidad al superar el test	30

Objetivo práctico

Al terminar esta lección sabrás construir una lista propia de al menos veinte clientes potenciales de un nicho concreto, usando búsquedas y directorios accesibles, y organizarlos en un CRM sencillo y accesible para hacer seguimiento sin perder el hilo de ninguno.

Resultado que obtendrás

Una lista real de al menos veinte negocios candidatos, con sus datos de contacto, organizada en una hoja de cálculo accesible que hace las veces de CRM sencillo.

Dónde encaja dentro del sistema final

Esta lección abre el módulo 5.4, el último paso antes de conseguir el primer cliente real: convertir el criterio del módulo 5.1 (a quién vender) en una lista concreta de personas y negocios a contactar.

Conocimientos previos

- Qué problema vender y a quién (módulo 5.1).
- Construcción de una landing page accesible (módulo 5.3).

Herramientas necesarias

- Un navegador con NVDA activo.
- Una hoja de cálculo (Google Sheets, ya usada en el módulo 3.3, u otra de tu elección).

Posible coste

Esta lección no requiere ningún gasto: los directorios y buscadores usados son gratuitos.

Modelo mental

Piensa en la libreta de contactos de un comercial de toda la vida: no memoriza cada cliente potencial de memoria, lleva un registro escrito con quién es, qué le ofreció, cuándo habló con él por última vez y qué toca hacer después. Un CRM sencillo es exactamente esa libreta, en formato accesible.

Explicación

Un **CRM** (*Customer Relationship Management*, gestión de relaciones con clientes) no necesita ser una herramienta compleja para empezar: una hoja de cálculo bien estructurada, con columnas claras, cumple perfectamente esta función al inicio de un negocio. Las columnas mínimas recomendadas son: nombre del negocio, sector, teléfono, correo electrónico si está disponible, fecha del primer contacto, estado (por ejemplo: «por contactar», «contactado», «demostración realizada», «propuesta enviada», «cerrado», «descartado»), y una columna de notas libres.

Para construir la lista inicial, este curso recomienda combinar: búsquedas directas en un buscador web con el nombre del sector y tu zona («fontaneros [tu ciudad]»), directorios de negocios locales (páginas amarillas digitales, directorios de cámaras de comercio, directorios sectoriales), y observación directa (negocios físicos que conoces o ves habitualmente en tu zona). El objetivo de esta lección no es contactar todavía a nadie, sino tener la lista completa y organizada antes de empezar a llamar o escribir, evitando la sensación de «no sé a quién dirigirme» al llegar al módulo de scripts de ventas.

Un **pipeline** (embudo de ventas) es, simplemente, la organización de esa lista por estados, de forma que en cualquier momento puedas responder: ¿cuántos negocios tengo en cada fase del proceso? Esta visión agregada es tan importante como el detalle de cada contacto individual.

Vocabulario nuevo

CRM

Piénsalo así: La libreta de contactos organizada de un comercial, con el estado de

cada cliente potencial anotado.

Customer Relationship Management: sistema (puede ser tan sencillo como una hoja de cálculo) para organizar y hacer seguimiento de clientes potenciales y reales.

Ejemplo: Una hoja de cálculo con columnas de nombre, sector, teléfono, estado y notas es un CRM sencillo y suficiente para empezar.

Pipeline

Piénsalo así: La vista general de cuántos avisos tiene un negocio en cada fase: pendientes, en curso, terminados.

Organización de los clientes potenciales según la fase del proceso de venta en la que se encuentran.

Ejemplo: Tu pipeline puede mostrar diez negocios «por contactar», tres «en demostración» y uno «cerrado».

Preparación

Ten a mano tu criterio de nicho del módulo 5.1 (qué tipo de negocio vas a prospectar primero).

Procedimiento paso a paso

1. **Contexto:** Vas a crear tu hoja de cálculo de CRM sencillo.

Acción de teclado: Crea una hoja de cálculo nueva (por ejemplo, en Google Sheets) y escribe, en la primera fila, las columnas: Nombre, Sector, Teléfono, Correo, Fecha de contacto, Estado, Notas.

Respuesta esperada de NVDA: NVDA leerá cada celda conforme la rellenas.

Qué significa: Esta estructura mínima es suficiente para empezar a prospectar con orden.

Acción siguiente: Guarda la hoja con un nombre identificable, por ejemplo «CRM prospección fontanería».

2. **Contexto:** Vas a construir la lista inicial de al menos veinte negocios candidatos.

Acción de teclado: Busca en un buscador web «[tu nicho] [tu ciudad o zona]» y recorre los resultados con NVDA, anotando en tu hoja de cálculo el nombre y el teléfono de cada negocio relevante.

Respuesta esperada de NVDA: NVDA leerá los resultados de búsqueda conforme los recorres.

Qué significa: Cada negocio anotado, con su estado inicial marcado como «por contactar», es un cliente potencial real para el módulo siguiente.

Acción siguiente: Repite la búsqueda con variaciones del término (por ejemplo, «urgencias fontanería» además de «fontanero») hasta completar al menos veinte filas.

Errores frecuentes y diagnóstico

Empezar a contactar clientes potenciales sin tener antes una lista organizada.

Cómo localizarlo: Provoca perder el hilo de a quién se ha contactado ya y qué se le dijo, generando una impresión poco profesional si se repite el mismo mensaje dos veces a la misma persona.

Solución: Completa siempre primero la lista organizada en el CRM antes de iniciar cualquier contacto real.

Comprobación final

Confirma que tienes al menos veinte negocios anotados en tu hoja de cálculo, cada uno con nombre, teléfono y estado inicial «por contactar». Si lo tienes, la comprobación es positiva.

Qué acabas de conseguir

Tienes una lista real y organizada de clientes potenciales, lista para usarse con los scripts de ventas de la siguiente lección.

Ejercicio práctico

Clasifica tu lista de veinte negocios en tres grupos según tu propio criterio de prioridad

(por ejemplo, «probablemente pierden muchas llamadas», «horario reducido», «otros»), añadiendo esa clasificación como una columna nueva en tu hoja.

Resumen de lo imprescindible

- Un CRM sencillo puede ser, al principio, simplemente una hoja de cálculo bien estructurada.
- Las columnas mínimas son: nombre, sector, contacto, fecha, estado y notas.
- Construye la lista completa antes de empezar a contactar a nadie.
- El pipeline es la vista agregada de cuántos negocios hay en cada fase del proceso.

No necesitas aprender todavía

Todavía no necesitas contactar a nadie de tu lista: los scripts para hacerlo son el contenido de la siguiente lección.

Estoy preparado para continuar si puedo...

- Construir una lista real de al menos veinte clientes potenciales de un nicho concreto.
- Organizar esa lista en un CRM sencillo con las columnas mínimas necesarias.
- Explicar qué es un pipeline y para qué sirve la vista agregada por estados.

Test de comprobación

Para registrar el resultado y obtener Puntos de profesionalidad, realiza este test desde la versión web de la lección. Las opciones se muestran aquí sin señalar la respuesta correcta.

1. ¿Por qué esta lección recomienda completar la lista de veinte negocios antes de empezar a contactar a ninguno?
 - a. Para evitar perder el hilo de a quién se ha contactado ya y con qué mensaje, lo que podría generar una impresión poco profesional.
 - b. Porque contactar antes de completar la lista está prohibido por ley.
 - c. Porque veinte es el número máximo de clientes que un negocio puede tener nunca.
2. ¿Qué representa el «pipeline» de un proceso de prospección?
 - a. La vista agregada de cuántos clientes potenciales hay en cada fase del

- proceso de venta.
- b. El nombre técnico de la hoja de cálculo usada como CRM.
 - c. El número de teléfono usado para las llamadas de prospección.
3. Según esta lección, ¿qué columnas mínimas debería tener un CRM sencillo en forma de hoja de cálculo?
- a. Nombre, sector, contacto, fecha, estado y notas.
 - b. Únicamente el nombre del negocio, sin ningún otro dato.
 - c. Sólo el precio final acordado con cada cliente.

Fuentes

- [Manual de técnicas comerciales — ipyme.org](https://ipyme.org) (Ministerio de Industria y Turismo, Dirección General de Industria y de la PYME) (consultado el 2026-08-30)

Última actualización de este contenido: **2026-08-30**.