

# Plan de 30 días para el primer cliente

## Datos de esta lección

|                                                     |                               |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Fase</b>                                         | F6 — Proyecto completo        |
| <b>Módulo</b>                                       | M6.2 — Auditoría y graduación |
| <b>Puntos de profesionalidad al superar el test</b> | 40                            |

## Objetivo práctico

---

Al terminar esta lección tendrás un plan comercial de 30 días, dividido en seis bloques de cinco días con objetivos medibles y verificables en cada uno, para conseguir tu primer cliente real usando el sistema que ya construiste y auditaste en las dos lecciones anteriores.

## Resultado que obtendrás

---

Un calendario de 30 días propio, con una tarea concreta y un objetivo numérico por bloque, integrado con el CRM y los scripts de ventas ya contruidos en el módulo 5.4.

## Dónde encaja dentro del sistema final

---

Esta lección cierra el curso completo: convierte el sistema técnico auditado en la lección anterior, y las herramientas comerciales del módulo 5.4 (prospección, scripts, gestión del rechazo), en una secuencia de acción concreta con fecha, en lugar de dejar la búsqueda del primer cliente sin ningún plan definido.

## Conocimientos previos

---

- Protocolo final de pruebas de estrés (lección anterior), con el proyecto ya auditado y aprobado.
- Prospección: encontrar clientes y organizarlos (módulo 5.4).
- Scripts de ventas para cada fase del proceso (módulo 5.4).
- Gestión profesional del rechazo comercial (módulo 5.4).
- Qué problema vender y a quién (módulo 5.1).

## Herramientas necesarias

---

- Tu hoja de CRM del módulo 5.4, con la lista de prospectos ya iniciada.
- Tus scripts de ventas descargados (módulo 5.4).

- Tu proyecto de Fontanería Ejemplo, ya auditado (lección anterior), como demostración funcional: «Llama a este número y Pruébalo».
- Un calendario propio (papel, digital o el mismo Google Calendar del módulo 3.2) para marcar los 30 días.

### Posible coste

Este plan no exige, por sí mismo, ningún gasto adicional a lo ya explicado en el módulo 5.1: el coste principal es tiempo dedicado a prospección, contacto y seguimiento. Si decides mantener activo tu número de demostración durante los 30 días para que un prospecto pueda llamarlo y probarlo, aplica los límites de gasto ya revisados en el módulo 2.1 y en la lección «Construcción completa del proyecto final».

## Modelo mental

---

Piensa en este plan como en la hoja de ruta de un viaje largo: no dice únicamente «llegar a Madrid», dice qué carretera tomar cada día, con qué kilómetros recorridos se puede comprobar que el viaje avanza según lo previsto. Sin esos hitos intermedios, es imposible saber, a mitad de camino, si el viaje va bien o mal.

## Explicación

---

Un plan comercial sin objetivos medibles por bloque es indistinguible de la simple esperanza de que «algo funcione». Este plan divide los 30 días en seis bloques de cinco días, cada uno con una tarea concreta y un número verificable al final del bloque, apoyándose directamente en las herramientas ya construidas en el módulo 5.4: la hoja de CRM, los scripts de ventas y el criterio de análisis del rechazo comercial.

**Bloque 1 (días 1 a 5) — Investigación de nicho y lista inicial.** Objetivo: 30 prospectos documentados en la hoja de CRM del módulo 5.4, cada uno con nombre del negocio, sector, teléfono y estado inicial «por contactar». Se construye repitiendo el procedimiento de búsqueda por buscador y directorios ya practicado en esa lección, eligiendo un único nicho concreto (por ejemplo, fontanerías o talleres de un área geográfica delimitada) según el criterio del módulo 5.1, en lugar de dispersar el esfuerzo entre varios sectores a la vez.

**Bloque 2 (días 6 a 10) — Primeros contactos.** Objetivo: contactar (llamada o correo electrónico, según el script correspondiente del módulo 5.4) a al menos 20 de los 30 prospectos de la lista, actualizando el estado de cada uno en el CRM tras el contacto. Al final de este bloque, calcula tu primera tasa de respuesta real (módulo

5.4, lección de gestión del rechazo): cuántos de esos 20 han respondido algo, aunque sea un «no».

**Bloque 3 (días 11 a 15) — Seguimiento y demostraciones.** Objetivo: convertir al menos 5 de los contactos con respuesta positiva o neutra en una demostración real, usando como herramienta principal la frase de demostración de este curso: «Llama a este número y pruébalo», dejando que el prospecto experimente en persona el agente de Fontanería Ejemplo ya auditado (o el proyecto adaptado a su propio negocio, si ya has avanzado en ese ajuste). Actualiza en el CRM el estado a «demostración realizada» para cada caso.

**Bloque 4 (días 16 a 20) — Presupuestos y gestión de objeciones.** Objetivo: enviar al menos 3 presupuestos o propuestas formales a los prospectos que hayan visto la demostración, aplicando los scripts de gestión de objeciones del módulo 5.4 (precio, técnica, privacidad, «ya tengo recepcionista», «la IA falla») en cada conversación de seguimiento. Actualiza el estado a «propuesta enviada».

**Bloque 5 (días 21 a 25) — Cierre y ajuste basado en datos.** Objetivo: cerrar el primer contrato, o, si todavía no se ha producido ningún cierre, recalcular la tasa de respuesta acumulada de todo el proceso y decidir, con el criterio del módulo 5.4, si el siguiente ajuste necesario es de discurso, de nicho o de precio, aplicándolo antes de terminar este bloque en lugar de repetir sin cambios lo que no ha funcionado.

**Bloque 6 (días 26 a 30) — Cierre del ciclo y planificación del siguiente.** Objetivo: si se ha cerrado un contrato, iniciar la entrega real siguiendo la documentación y los contratos educativos del módulo 5.2; si no se ha cerrado ninguno todavía, documentar en el CRM el estado final de los 30 prospectos y preparar una segunda lista de 30 prospectos nuevos, aplicando ya los ajustes decididos en el Bloque 5, para iniciar un segundo ciclo de 30 días con el discurso corregido en lugar de repetir el mismo sin cambios.

Este plan es cíclico, no un intento único: la Fase 5 completa (oferta, legal, escaparate, prospección) proporciona las herramientas; este plan las secuencia en el tiempo con objetivos verificables, y el módulo 5.4 sobre gestión del rechazo proporciona el criterio para decidir qué ajustar entre un ciclo y el siguiente si el primero no cierra un contrato.

## Preparación

---

Ten a mano tu hoja de CRM del módulo 5.4 (aunque esté vacía todavía) y tus scripts de ventas descargados. Decide, antes de empezar el día 1, un único nicho concreto siguiendo el criterio del módulo 5.1.

## Procedimiento paso a paso

---

1. **Contexto:** Vas a marcar los seis bloques de 5 días en tu calendario antes de empezar el día 1.

**Acción de teclado:** Abre tu calendario (Google Calendar, ya practicado en el módulo 3.2, o cualquier otro) y crea seis eventos, uno por bloque, con el nombre del bloque y su objetivo numérico en el título (por ejemplo, «Bloque 1 — 30 prospectos documentados»).

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá el título de cada evento conforme lo crees, igual que en el módulo 3.2.

**Qué significa:** Tener los seis bloques visibles de antemano evita perder de vista el objetivo concreto de cada tramo de cinco días.

**Acción siguiente:** Empieza el Bloque 1 el mismo día en que completes este paso, no lo pospongas.

2. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 1 (días 1 a 5): investigación de nicho y lista inicial.

**Acción de teclado:** Repite el procedimiento de búsqueda de la lección [Prospección: encontrar clientes y organizarlos](#), con tu nicho concreto ya decidido, hasta completar 30 filas en tu hoja de CRM.

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá cada resultado de búsqueda conforme lo recorras.

**Qué significa:** Este bloque no incluye ningún contacto todavía: sólo investigación y organización.

**Acción siguiente:** Confirma las 30 filas completas antes de pasar al Bloque 2, aunque te lleve menos de los cinco días previstos.

3. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 2 (días 6 a 10): primeros contactos.

**Acción de teclado:** Usa los guiones de primera llamada y de email de la lección [Scripts de ventas para cada fase del proceso](#) para contactar al menos 20 de tus 30 prospectos, actualizando el estado de cada uno en el CRM inmediatamente después de cada contacto.

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá tu guion mientras lo consultas y cada celda del CRM conforme la actualices.

**Qué significa:** Actualizar el CRM de inmediato, no al final del día, evita contactar dos veces al mismo prospecto con el mismo mensaje.

**Acción siguiente:** Al llegar al día 10, calcula tu tasa de respuesta con el procedimiento de [Gestión profesional del rechazo comercial](#).

4. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 3 (días 11 a 15): seguimiento y demostraciones.

**Acción de teclado:** Con los prospectos que hayan respondido, agenda una demostración usando la frase «Llama a este número y pruébalo», dirigiéndolos a tu número real de Fontanería Ejemplo ya auditado.

**Respuesta esperada de NVDA:** No aplica una acción de teclado específica durante la propia demostración telefónica del prospecto.

**Qué significa:** Dejar que el prospecto pruebe el sistema en persona suele ser más convincente que cualquier descripción verbal del producto.

**Acción siguiente:** Actualiza el estado a «demostración realizada» en el CRM para cada caso completado.

5. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 4 (días 16 a 20): presupuestos y objeciones.

**Acción de teclado:** Con los prospectos que hayan visto la demostración, envía al menos 3 propuestas formales, usando los guiones de presupuesto y de gestión de objeciones de tus scripts de ventas descargados.

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá cada guion de objeción conforme lo consultes durante la conversación de seguimiento.

**Qué significa:** Cada objeción tiene un guion específico ya trabajado en el módulo 5.4: no improvises la respuesta desde cero.

**Acción siguiente:** Actualiza el estado a «propuesta enviada» en el CRM para cada caso.

6. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 5 (días 21 a 25): cierre y ajuste basado en datos.

**Acción de teclado:** Intenta cerrar el primer contrato con los prospectos en fase de propuesta. Si al llegar al día 25 no se ha cerrado ninguno, recalcula tu tasa de respuesta acumulada con el mismo procedimiento del módulo 5.4.

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá el resultado de tu fórmula de cálculo en la hoja de CRM.

**Qué significa:** Esta cifra decide, con datos y no con impresiones, si el siguiente ajuste necesario es de discurso, de nicho o de precio.

**Acción siguiente:** Aplica el ajuste decidido antes de terminar este bloque, no lo dejes para el bloque siguiente.

7. **Contexto:** Vas a ejecutar el Bloque 6 (días 26 a 30): cierre del ciclo y planificación del siguiente.

**Acción de teclado:** Si has cerrado un contrato, revisa la plantilla de contrato educativo del módulo 5.2 para iniciar la entrega. Si no, documenta en tu CRM el estado final de los 30 prospectos y prepara una nueva lista de 30, aplicando el ajuste del Bloque 5.

**Respuesta esperada de NVDA:** NVDA leerá el contrato educativo o las nuevas filas del CRM conforme las revises.

**Qué significa:** Un ciclo de 30 días sin cierre no es un fracaso del plan: es información real para corregir el siguiente ciclo, exactamente como enseña la lección de gestión del rechazo.

**Acción siguiente:** Marca en tu calendario los seis bloques del siguiente ciclo de 30 días, con el ajuste ya incorporado desde el primer bloque.

## Errores frecuentes y diagnóstico

---

### **Empezar a contactar prospectos antes de completar los 30 del Bloque 1.**

**Cómo localizarlo:** Genera una lista incompleta que obliga a interrumpir el ritmo de contacto del Bloque 2 para seguir buscando prospectos a mitad de proceso.

**Solución:** Completa siempre el Bloque 1 entero antes de iniciar el Bloque 2, tal y como recomienda también la lección de prospección del módulo 5.4.

### **Llegar al Bloque 5 sin haber calculado ninguna tasa de respuesta ni ninguna métrica real del proceso.**

**Cómo localizarlo:** Sin datos, la decisión de ajustar el discurso, el nicho o el precio se convierte en una impresión subjetiva en lugar de una decisión informada.

**Solución:** Calcula la tasa de respuesta al final del Bloque 2, y de nuevo al final del Bloque 5, siguiendo el procedimiento del módulo 5.4.

**Terminar los 30 días sin ningún contrato cerrado y considerar el plan un fracaso completo.**

**Cómo localizarlo:** Confunde el resultado de un único ciclo con el valor del plan en su conjunto: el plan está diseñado para repetirse en ciclos sucesivos, cada uno ajustado con los datos del anterior.

**Solución:** Aplica el criterio de la lección de gestión del rechazo: separa el resultado comercial de un ciclo concreto de la validez técnica del sistema ya auditado, y prepara el siguiente ciclo con el ajuste correspondiente.

## Comprobación final

---

Al terminar el día 30, confirma que puedes indicar, con datos reales de tu hoja de CRM, el número de prospectos documentados, el número de contactos realizados, la tasa de respuesta obtenida, el número de demostraciones y propuestas realizadas, y si se ha cerrado algún contrato. Si dispones de esa información completa, la comprobación es positiva, con independencia de si el primer ciclo terminó en un cierre o en un ajuste para el siguiente.

## Qué acabas de conseguir

---

Tienes un plan comercial concreto, medible y repetible para conseguir tu primer cliente real, apoyado en un sistema técnico ya construido y auditado, cerrando el itinerario completo de Torus Academy: desde los cimientos de accesibilidad hasta la captación del primer cliente.

## Ejercicio práctico

---

Escribe, para tu propio proyecto, el nicho concreto que elegirías para el Bloque 1 (por ejemplo, «talleres mecánicos de mi área metropolitana») y justifica esa elección con al menos dos criterios del módulo 5.1 (qué problema resuelve el sistema para ese nicho concreto y por qué es probable que valore la solución).

## Resumen de lo imprescindible

---

- El plan divide 30 días en seis bloques de cinco días, cada uno con un objetivo numérico verificable, no genérico.
- Cada bloque se apoya directamente en una herramienta ya construida en el

módulo 5.4: CRM, scripts de ventas y análisis de rechazo.

- La tasa de respuesta se calcula al menos dos veces (Bloque 2 y Bloque 5) para tomar decisiones basadas en datos, no en impresiones.
- El plan es cíclico: si un ciclo no cierra ningún contrato, el Bloque 6 prepara el siguiente ciclo con el ajuste correspondiente, en lugar de repetir sin cambios lo que no ha funcionado.
- La demostración principal del curso es dejar que el propio prospecto llame al número real y compruebe el sistema en persona.

## Estoy preparado para continuar si puedo...

---

- Dividir un objetivo comercial de 30 días en bloques con metas numéricas verificables.
- Calcular y aplicar una tasa de respuesta real para decidir entre ajustar el discurso, el nicho o el precio.
- Explicar por qué un ciclo de 30 días sin cierre no invalida ni el plan ni el sistema técnico ya auditado.
- Planificar un segundo ciclo de prospección incorporando los ajustes aprendidos del primero.

## 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. Al llegar al día 6 del plan, sólo tienes documentados 12 prospectos en lugar de los 30 previstos en el Bloque 1, y aun así empiezas a contactarlos. Según el criterio de esta lección, ¿qué problema genera avanzar así al Bloque 2?
  - a. Se interrumpe el ritmo de contacto del Bloque 2 para seguir buscando prospectos a mitad de proceso, en lugar de tener la lista completa organizada de antemano.
  - b. Ningún problema: el número exacto de prospectos del Bloque 1 es orientativo y no afecta al resto del plan.
  - c. El CRM del módulo 5.4 impide técnicamente añadir más de 12 prospectos a la vez.
2. Terminas el Bloque 2 con una tasa de respuesta del 5 % (1 de cada 20 contactos). Según el criterio de esta lección y de la gestión del rechazo comercial, ¿qué es más razonable investigar primero antes de continuar al Bloque 3 sin cambios?

- a. El discurso o el canal usado en el primer contacto, ya que una tasa de respuesta tan baja apunta principalmente a esa causa, no a la calidad técnica del sistema.
  - b. El sistema técnico auditado en la lección anterior, que debería someterse de nuevo a todo el protocolo de pruebas de estrés.
  - c. Nada: una tasa de respuesta del 5 % es la media esperable en cualquier sector y no debe modificarse ningún elemento del plan.
3. Terminas los 30 días sin haber cerrado ningún contrato. Según el enfoque de esta lección, ¿cuál es la interpretación correcta de ese resultado?
- a. Es información real sobre ese ciclo concreto, que debe usarse para ajustar el discurso, el nicho o el precio del siguiente ciclo de 30 días, no una prueba de que el proyecto haya fracasado.
  - b. Una prueba definitiva de que los agentes telefónicos de IA no tienen demanda comercial real en ningún sector.
  - c. Una señal de que el sistema técnico construido en las lecciones anteriores debe descartarse por completo.

## 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**.