

EL MÉTODO DE LOS 7 DÍAS

# DE EMPLEADO A EMPRENDEDOR EN 7 DÍAS

---

# 7

---

El sistema probado para dejar tu trabajo  
y duplicar tus ingresos en 6 meses

**FELIPE AGUIRRE GUTIÉRREZ**

E L O P E R A D O R



# De Empleado a Emprendedor *en 7 días*

*Un sistema metódico para profesionales esforzados  
que quieren trabajar menos y vivir más.*

P O R

Felipe Aguirre Gutiérrez

## Í N D I C E

# El mapa de los 7 días

**INTRODUCCIÓN** El Comienzo de tu Transformación

- ¿Quién soy y por qué tu historia se parece a la mía?
- Para quién es este viaje (y para quién no).
- La promesa: ¿Qué esperar de estos 7 días?
- La balanza: Los verdaderos pros y contras de la independencia.

**DÍA 1** El Plan de Escape

- Define y vence tus miedos con un método lógico.
- ¿Independencia total o parcial? Tu Puente de Ingresos.
- Tu Ingreso Mínimo Objetivo (IMO).
- Tu Ingreso Óptimo Deseado (IOD).
- El poder de las metas: tu hoja de ruta personal y financiera.
- Liberar tiempo y optimizar tu productividad (Pareto + Parkinson).

**DÍA 2** El Valor Único

- El error que todos cometen: empieza por ti, no por el cliente.
- Océano Rojo vs. Océano Azul: encuentra tu nicho rentable.
- Validación con el Planificador de Palabras Clave de Google.
- Creando tu Avatar: el “Profesional Esforzado”.
- Tu Propuesta Única de Valor.
- Aplicando todo con IA: tus prompts del Día 2 con Claude (Sonnet).

**DÍA 3** Tu Centro de Operaciones Digital

- Los 3 pilares de tu presencia online.
- El poder de la Landing Page.
- Anatomía de una Landing Page que vende.
- Construye tu Landing Page con Claude Code + Antigravity.
- Captura de leads automática con Formspre.
- El motor de la comunicación: tu correo profesional.

**DÍA 4** Atracción Masiva con Google Ads

- ¿Por qué Google Ads y no Redes Sociales?
- Introducción al ecosistema Google Ads.
- Configurando tu primera campaña paso a paso.
- El presupuesto inteligente: cuánto invertir.

- Métricas que importan: CPC, conversión y ROI.

### **D Í A 5 El Arte de la Venta Empática**

- Vender no es atacar, es diagnosticar.
- Cómo fijar el precio correcto de tus servicios.
- El guion de la venta inevitable.
- El Método CONECTA para discursos de venta.
- Prompt para generar tu discurso de venta con IA.
- Manejo de objeciones y cierre del trato.

### **D Í A 6 Sistematiza tu Éxito**

- La filosofía del Pescador Inteligente.
- El principio de Pareto para emprendedores.
- La matriz Eliminar / Automatizar / Tercerizar.
- Email Marketing: las 3 plataformas para empezar.
- Análisis del embudo: convierte datos en decisiones.
- Reinvertir para crecer.

### **D Í A 7 De Emprendedor a Empresario**

- Tus primeros \$1.000 USD: el hito que lo cambia todo.
- El rol inteligente de las redes sociales.
- Crear contenido de valor: de vendedor a mentor.
- La escalera de valor: profundizar y escalar.

### **C I E R R E Has Llegado.**

- Conclusión: el primer día del resto de tu vida.

D Í A 0

# Introducción

*El comienzo de tu transformación*

## PASO 01

### ¿Quién soy y por qué tu historia probablemente se parece a la mía?

Mi nombre es Felipe Aguirre Gutiérrez. Si estás leyendo esto, es muy probable que compartamos un punto de partida similar. Yo también estuve ahí: atrapado en un ciclo de trabajo exigente, con muchas horas y condiciones laborales y económicas que no mejoraban al ritmo de mi esfuerzo. Soy abogado, especialista en derecho inmobiliario, y durante muchos años viví la “seguridad” de una relación de dependencia.

Pero la realidad es que esa seguridad tenía un costo muy alto: mi tiempo, mi energía y, en última instancia, mi calidad de vida. Pasé de un trabajo de 45 horas semanales que me generaba **800 dólares al mes**, a ser un profesional independiente que hoy trabaja entre 20 y 25 horas a la semana, con una facturación que fluctúa entre **3.000 y 10.000 dólares mensuales**.

No te cuento esto para presumir, sino para mostrarte que es posible. Estoy creando este libro porque recorrí ese camino tortuoso y sinuoso desde el punto A (empleado insatisfecho) al punto B (emprendedor con libertad). En ese viaje, acerté en muchas decisiones, pero también me equivoqué estrepitosamente en otras. Esas equivocaciones, que a mí me costaron tiempo y dinero, son los atajos que hoy quiero ofrecerte.

Creo firmemente que cualquier persona que domine un oficio o una profesión puede dar el salto a la independencia para tener una mejor calidad de vida, más tiempo y más dinero. La idea de “vivir para trabajar” está obsoleta. Hoy, gracias a las herramientas digitales, puedes diseñar una vida equilibrada donde tu trabajo se integre a tu vida, y no al revés, sin depender de un jefe o una empresa.

## PASO 02

### ¿Para quién es este viaje (y para quién no)?

Este programa está diseñado meticulosamente para un tipo específico de persona, a quien llamo “**El Profesional Esforzado**”. ¿Te suena familiar?

- **Si eres un profesional dependiente** que siente que su potencial está limitado y se pregunta si hay algo más allá del empleo tradicional, este libro es tu guía para decidir si el viaje de la independencia es para ti.
- **Si ya eres un profesional independiente** pero luchas por conseguir clientes de manera constante, te enseñaré estrategias de marketing digital sencillas y de muy bajo costo para que nunca más te falten.
- **Si manejas un oficio** (diseñador, carpintero, chef, entrenador, etc.) y sabes que tu trabajo es bueno pero no sabes cómo llegar a más gente, aquí encontrarás el sistema para hacerlo.
- **Si estás desempleado:** ¡ya estás sin dinero! Es el momento de ponerse manos a la obra.

Ahora, seamos brutalmente honestos. También es importante definir **lo que NO es este libro:**

- **No es un curso avanzado de Marketing Digital para expertos.** Es una guía práctica, sencilla y eficaz para profesionales o personas con un oficio que quieren resultados rápidos: trabajar menos horas y ganar más dinero.
- **No es un curso para quienes no desean la independencia** (o al menos, complementar su renta actual). Respeto totalmente el valor de la seguridad de un empleo. Sin embargo, te invito a quedarte, porque al final de estos 7 días, podrás tomar una decisión informada, con todas las cartas sobre la mesa.
- **No es un manual técnico de Google Ads.** Es un curso corto y práctico enfocado en salir RÁPIDO a vender tu servicio o producto. El objetivo es que captes tus primeros clientes cuanto antes, y luego te preocupes por optimizar los detalles finos.

### P A S O 0 3

## La promesa: un sistema creíble para tu transformación

El “Profesional Esforzado” no busca esquemas de “hágase rico rápidamente”. Valora la seguridad, la planificación y los sistemas repetibles. Por mi formación como abogado, mi enfoque es precisamente ese: un método estructurado para minimizar los riesgos en tu transición al emprendimiento.

Mi promesa no es que te harás millonario en 7 días, no hay Lamborghini ni relojes caros, no hay una vida superficial: hay una transformación real. Mi promesa es que en una semana tendrás la **claridad, el plan de acción y las herramientas necesarias** para dar los primeros pasos firmes y seguros hacia tu independencia. Te entregaré el marco lógico que necesitas para vencer la parálisis y empezar a actuar.

## PASO 04

## La balanza: los verdaderos pros y contras de la independencia

Tomar este camino es una de las decisiones más importantes de tu vida. Veamos la realidad, sin filtros.

### PROS · LAS RECOMPENSAS QUE TE ESPERAN

- **Libertad real:** organizarás tu tiempo según tus necesidades, no las de otros.
- **Mayor potencial de ingresos:** tu ganancia no la define un tabulador, sino el valor que aportas (y lo que estés dispuesto a invertir en publicidad).
- **Más tiempo para lo que importa:** tu familia, tus hijos, el deporte, aprender algo nuevo o, simplemente, descansar.
- **Crecimiento acelerado:** aprenderás sobre planificación, finanzas, gestión de clientes y, lo más importante, a vender la solución a un problema.

### CONTRAS · LOS DESAFÍOS QUE SUPERAREMOS

- **Mayor responsabilidad:** los resultados son directamente proporcionales a tu esfuerzo y calidad.
- **Falsa sensación de “inestabilidad” inicial:** durante los primeros meses, sentirás incertidumbre. Te demostraré por qué es una sensación falsa y cómo Google se convierte en tu fuente predecible de clientes.
- **Necesidad de nuevos conocimientos:** deberás aprender lo mínimo sobre contabilidad e impuestos. La solución es simple: o lo aprendes, o lo tercerizas en otro profesional independiente.

Ahora que el panorama está claro, estás listo. Bienvenido al Día 1.

## D Í A 1

# El Plan de Escape

*Mentalidad, miedos y dinero*

Hoy sentamos las bases de toda tu transformación. La independencia no empieza con una página web o una campaña de publicidad: empieza en tu mente y en tu planificación. Hoy vamos a construir tu **“Plan de Escape”**, un marco lógico y financiero que disipará la niebla del miedo y te dará la confianza para actuar.

## P A S O 1

## Define tus miedos y véncelos con lógica

El principal freno para cualquier persona que quiere independizarse es el miedo. El miedo a la inestabilidad, a no saber de dónde vendrán los clientes y, en consecuencia, el dinero. Yo también me hice esas preguntas, y la respuesta no es “pensar en positivo”, es tener un plan.

Tim Ferriss, en *La Semana Laboral de 4 Horas* (el libro que me impulsó a tomar esta decisión), propone un ejercicio simple pero poderoso para desarmar el miedo:

- **Define tu peor escenario:** pregúntate, ¿qué es lo peor que podría pasar si doy el salto? La respuesta más común es quedarse sin dinero para las obligaciones básicas.

**Solución lógica:** la planificación financiera, que abordaremos ahora mismo con el Ingreso Mínimo Objetivo (IMO).

- **Identifica la fuente de ingresos:** la segunda pregunta es, ¿de dónde obtendré mis clientes?

**Solución lógica:** de Google, el motor de búsqueda más grande del mundo, donde millones de personas buscan activamente cada día los servicios que tú ofreces. Este libro te enseñará cómo llegar a ellos.

Ahora, pregúntate con honestidad: ¿estás realmente mejor que hace un año? ¿O que hace un mes? Cuando yo me hice esa pregunta, la respuesta fue un rotundo NO. Probablemente la tuya también lo sea. Donde algunos ven un problema, yo veo la mayor oportunidad de la historia: nunca ha sido tan fácil y barato prestar servicios de manera online, un área que creció exponencialmente tras la pandemia.

*La mayoría no tiene la suerte de que les despidan y mueren una lenta muerte espiritual que se alarga 30 o 40 años de tolerar mediocridad.*

— Tim Ferriss

Hoy dejas de tolerar la mediocridad.

## PASO 2

### ¿Independencia total o parcial? Crea tu Puente de Ingresos

La independencia total rara vez ocurre de la noche a la mañana. A menos que tengas ahorros significativos, la estrategia más inteligente y segura es construir un “puente de ingresos”.

Esto significa que, por ahora, **no tienes que renunciar a tu trabajo** (si es que tienes uno; si no, es hora de pasar a la acción lo antes posible). La primera recomendación es que empieces a prestar tus servicios de manera independiente para complementar tu renta actual. Este libro te dará las herramientas para conseguir esos primeros clientes. Una vez que tus ingresos como independiente iguallen o superen tu Ingreso Mínimo Objetivo, podrás tomar la decisión de saltar con una red de seguridad financiera construida por ti mismo.

## PASO 3

### Tu número clave: cómo calcular tu Ingreso Mínimo Objetivo (IMO)

Este es el concepto más liberador que aprenderás. El IMO es la cantidad exacta de dinero que necesitas para cubrir tus gastos mensuales de subsistencia. Ni un céntimo más, ni uno menos.

#### LA FÓRMULA DEL IMO

$$\text{IMO} = (\text{Suma de tus gastos mensuales esenciales}) \times 1,3$$

¿Por qué multiplicar por 1,3? Porque necesitas ese 30% extra para ahorrar y poder generar un colchón que te permita renunciar a tu trabajo (si así lo deseas) y estar tranquilo.

Para calcularlo, necesitas tener un registro de tus gastos. Abre una simple hoja de Excel y lista todo: comida, hipoteca/arriendo, transporte, servicios básicos, etc.

Acá tienes el link para descargarla y la explicación de cómo funciona:



**DATO ADICIONAL****El Fondo de Emergencia: tu colchón de seguridad**

Ese 30% extra (el “× 1,3”) tiene un propósito fundamental: es el margen que te permitirá empezar a construir tu **Fondo de Emergencia**. Este fondo es tu colchón de seguridad, dinero que debe cubrir entre 3 y 12 meses de tu IMO. Cuando dejé mi empleo, mi finiquito y seguro de cesantía me permitieron tener un fondo para vivir 6 meses sin trabajar, y la tranquilidad que eso me dio no tiene precio.

Saber tu IMO destruye el miedo a “quedarse sin dinero”, porque ya no es una idea abstracta y aterradora. Es un número. Y un número se puede alcanzar.

**PASO 4****Fijando metas realizables: tu hoja de ruta al éxito**

Con los miedos controlados y tu IMO claro, es hora de diseñar tu futuro. Las metas deben ser realizables y estructuradas. Yo las dividí en cuatro categorías y las planifiqué a un año, dividido por trimestres y meses.

Aquí te comparto un extracto de mis metas iniciales **anuales** para que te sirvan de inspiración:

- **Personales:** tener más tiempo libre, entrenar 3 veces por semana, realizar 4 viajes dentro de mi país y 1 fuera.
- **Financieras:** vender 45.000 USD anuales, invertir 5.000 USD, pagarme un sueldo (IOD), y cubrir mis impuestos y seguridad social.
- **Marketing:** invertir 4.000 USD en Google Ads.
- **Recursos Humanos:** contratar un contador en el segundo trimestre y un segundo abogado en el segundo semestre.

**EJERCICIO PRÁCTICO****¿Cómo lo haces tú?**

Define tus metas anuales en estas cuatro categorías.

Divide los montos por 4 para obtener tus metas trimestrales.

Divide el resultado por 3 para obtener tus metas mensuales.

Para las metas personales, como viajes o hobbies, cotiza sus costos, divídelos en 12 y suma esa cifra a tu IMO mensual. Tim Ferriss llama a esto “**minijubilaciones**”: no esperar a los 65 para hacer lo que te apasiona.

## PASO 5

# La liberación del tiempo y la optimización de la productividad

Cuando empieces a tener más tiempo libre, te enfrentarás a un enemigo inesperado: la culpa por no estar “ocupado”. Es crucial entender la diferencia entre estar ocupado y ser productivo. No inventes trabajo para llenar horas; mejora tus sistemas para que tus horas de trabajo sean ultraproductivas.

Aquí tienes un sistema de productividad basado en dos leyes fundamentales:

## La Ley de Parkinson

*El trabajo se expande hasta llenar el tiempo disponible para que se termine.*

**Aplicación práctica:** si te das 8 horas para hacer una tarea, tardarás 8 horas. Si te das 3, es muy probable que la termines en 3. Establece plazos MUY cortos y agresivos para tus tareas más importantes. Limita tu jornada laboral a 5 o 6 horas diarias máximo.

## La Ley de Pareto (Principio 80/20)

*El 80% de tus resultados provendrán del 20% de tus esfuerzos.*

**Aplicación práctica:** cada día, identifica cuál es esa única tarea (el 20%) que, si la completas, te acercará más a tus metas financieras (el 80%). Esa es la primera tarea que debes hacer, sin excusas.

### TU LISTA DE “COSAS QUE SÍ HACER”

- Planifica las tareas del día siguiente la noche anterior.
- La primera tarea del día es siempre la más importante y la que más ingresos genera.

### TU LISTA DE “COSAS QUE NO HACER”

- Improvisar tu día.
- Leer el correo electrónico al despertar.
- Aceptar reuniones que podrían ser un email o un audio de WhatsApp.

- Revisa tu email en bloques de tiempo, nunca a primera hora. Si algo es urgente, te llamarán.
- Agrupa tareas similares: haz todas las facturas juntas, todas las llamadas a prospectos juntas, etc.
- Llamar a clientes potenciales al final del día cuando tú y ellos están cansados.

## Has completado el Día 1.

Has pasado del miedo abstracto a un plan concreto. Tienes un número (tu IMO), tienes metas y tienes un sistema para gestionar tu recurso más valioso: el tiempo.

Mañana, en el **Día 2**, definiremos exactamente qué vas a vender y a quién.

## DÍA 2

# El Valor Único

*Define tu servicio, tu nicho y tu cliente ideal*

¡Felicidades! Si completaste el Día 1, has logrado lo que el 99% de los aspirantes a emprendedores nunca hacen: creaste un plan de escape basado en la lógica y no en la fantasía. Has cuantificado tus miedos, definido tus metas y tienes un sistema para proteger tu recurso más valioso: el tiempo.

Hoy damos el siguiente paso fundamental. Vamos a definir la esencia de tu futuro negocio. Responderemos a tres preguntas que lo cambiarán todo:

- **¿QUÉ vas a vender exactamente?**
- **¿A QUIÉN se lo vas a vender?**
- **¿POR QUÉ deberían comprártelo a ti y no a otro?**

Al final de este día, tendrás una claridad tan potente sobre tu oferta y tu cliente que sentirás que tu negocio prácticamente se vende solo.

## PASO 1

## El espejo, no el telescopio: empieza por ti, no por el cliente

Este es el primer gran error que cometen los emprendedores novatos. Se pasan semanas haciendo “investigación de mercado” para encontrar clientes, sin antes haberse mirado al espejo para entender cuál es el valor único que ellos pueden ofrecer.

La primera regla de oro es: **dedícate a lo que sabes hacer bien y no a ampliar tu servicio**. En un mundo lleno de generalistas, la gente no busca, y no paga bien, al que sabe “un poco de todo”. La gente busca y paga muy bien al especialista, al referente que puede resolver su problema específico con maestría.

*Tu primer trabajo no es encontrar clientes. Es encontrar tu propia genialidad.*

## EJERCICIO PRÁCTICO

## Tu inventario de habilidades rentables

Abre un documento o una libreta ahora mismo. Haz una lista de 3 a 5 cosas que sabes hacer o tipos de problemas que puedes resolver como profesional o persona con un oficio. Sé honesto y específico. Piensa en tu educación, tu experiencia laboral, tus certificaciones e incluso tus hobbies o experiencias personales.

¿Necesitas inspiración? Prácticamente cualquier habilidad, si se enfoca correctamente, puede rentabilizarse. Aquí algunos ejemplos:

- **Contador:** asesoramiento tributario, servicios de contabilidad, planificación financiera.
- **Diseñador Web:** diseño de sitios, creación de logotipos, estrategias de marketing digital.
- **Abogado:** asesoramiento legal específico, redacción de contratos, defensa legal.
- **Psicólogo:** terapia individual o de pareja, evaluación psicológica, tratamiento de trastornos emocionales.
- **Preparador físico:** programas de entrenamiento, nutrición, entrenamiento personalizado.
- **Chef:** menús personalizados, catering, enseñanza de técnicas culinarias.
- **Carpintero:** diseño de muebles a medida, reparación de estructuras de madera.
- **Gasfiter:** instalación y reparación de sistemas de agua y gas.
- **Profesor:** capacitación en diversas áreas, desarrollo de planes de estudio.
- **Instructor de Yoga:** clases personalizadas, asesoramiento en posturas, meditación.

Tu lista es el punto de partida. Es el oro en bruto. Ahora, vamos a pulirlo.

### P A S O 2

## Océano Rojo vs. Océano Azul: encuentra tu nicho rentable

Imagina dos océanos.

El **Océano Rojo** está teñido de sangre por la competencia feroz de todos los tiburones comiéndose a sus presas. Todos ofrecen lo mismo, y la única forma de competir es bajando el precio. Es un baño de sangre donde los márgenes son pequeños y el estrés es enorme. Por ejemplo: ofrecer “reparación de computadores” en general.

El **Océano Azul** es vasto, profundo y está lleno de oportunidades. Hay poca o ninguna competencia. Aquí no compites por precio, sino por valor. Es un espacio de mercado nuevo y sin explotar. Por ejemplo:

ofrecer “recuperación de datos para fotógrafos profesionales” o “mantenimiento de computadores para estudios de abogados”.

Tu objetivo es encontrar tu Océano Azul. Mira la lista de habilidades que creaste. Dentro de cada una, ¿cómo puedes especializarte?

- Si eres diseñador gráfico, en lugar de “hacer logos”, especialízate en *“diseño de packaging para marcas de café artesanal”*.
- Si eres psicólogo, en lugar de “terapia general”, enfócate en *“manejo de la ansiedad para profesionales que quieren emprender”*.
- Si eres abogado como yo, en lugar de “abogado general”, especialízate en *“asesorar personas que quieren comprar una propiedad al contado”*.

La especialización te permite cobrar más, te convierte en un referente y hace que tus esfuerzos de marketing sean mil veces más efectivos, porque no le hablas a todo el mundo: le hablas a alguien específico.

### P A S O 3

## Validando tu océano con datos: el Planificador de Palabras Clave

Una vez que tienes una idea de tu Océano Azul, debemos asegurarnos de que haya peces en él. Es decir, ¿hay gente buscando activamente la solución que tú ofreces?

Para esto, usaremos una herramienta fundamental y gratuita de Google: el **Planificador de Palabras Clave (Keyword Planner)**.

Una palabra clave (o *keyword*) es simplemente el término o la frase que una persona escribe en Google cuando tiene un problema o una necesidad. Nuestro trabajo es descubrir qué palabras clave usan nuestros futuros clientes y si hay suficientes búsquedas para sostener un negocio.

### EJERCICIO PRÁCTICO

#### Tu investigación de palabras clave

- **Elige tus 3 a 5 servicios** más especializados de la lista que creaste en el Paso 1 y refinaste en el Paso 2.
- **Ponte en los zapatos de tu cliente.** ¿Cómo buscarían en Google ese servicio? Anota entre 5 y 10 frases de búsqueda para cada servicio. No pienses como un profesional, piensa como una

persona normal: **piensa como tu cliente, y qué escribiría esa persona para encontrar el servicio en Google.**

**Mi ejemplo real:** para mis servicios, identifiqué las siguientes palabras clave que mis clientes potenciales usan:

- **Servicio: Estudio de Títulos** — palabras clave: *“abogado estudio de títulos”, “cuánto cuesta un estudio de títulos”, “estudio de título de propiedad”, “estudio de títulos precio”*.
- **Servicio: Promesa de Compraventa** — palabras clave: *“contrato de compraventa de inmueble”, “promesa de compra venta inmueble”, “promesa de compraventa de terreno”*.
- **Ingresas a Google Ads**, busca la herramienta “Planificador de Palabras Clave” e introduce tus listas. Google te dirá cuántas personas al mes buscan esos términos, qué tan alta es la competencia e incluso te sugerirá nuevas ideas.

Este paso transforma tu idea de una suposición a una decisión basada en datos.

#### P A S O 4

## Tu cliente ideal: dándole vida a tu Avatar

Ahora que sabes QUÉ vas a vender, necesitas una claridad absoluta sobre A QUIÉN se lo vas a vender. No puedes escribir un email, crear un anuncio o diseñar una página web si no sabes a quién le estás hablando.

Vamos a crear un **Avatar** o **Buyer Persona**. Este es un perfil detallado de tu cliente ideal, una representación semi-ficticia de esa persona. Para este libro, he definido al avatar como **“El Profesional Esforzado”**.

Déjame describírtelo para que veas el nivel de detalle que necesitas:

- **Demografía:** un hombre o mujer de entre 28 y 45 años. Tiene un título profesional y un trabajo estable, con ingresos que le permiten vivir, pero no prosperar.
- **Psicografía (sus sentimientos y pensamientos):** a pesar de su éxito aparente, siente una profunda insatisfacción, estrés y falta de propósito en su trabajo. Valora la seguridad, el logro y la autonomía, pero está paralizado por el miedo al fracaso, a la inestabilidad financiera y al juicio de sus colegas y familiares. No busca soluciones mágicas; es adverso al riesgo y necesita un sistema creíble, estructurado y repetible que le dé confianza para actuar.
- **Su dolor más profundo:** su miedo declarado puede ser “no tengo dinero” o “no tengo tiempo”, pero su miedo real, el que no le cuenta a nadie, es: *“estoy aterrorizado de tomar la decisión equivocada y quedar como un tonto”*.

## EJERCICIO PRÁCTICO

**Crea tu propio Avatar**

Tómate 30 minutos. En una hoja, responde estas preguntas sobre tu cliente ideal:

- ¿Cómo se llama? (¡Ponle un nombre!)
- ¿Qué edad tiene? ¿Dónde vive? ¿Qué profesión tiene?
- ¿Cuáles son sus mayores frustraciones en relación con el problema que tú resuelves?
- ¿Qué es lo que más desea en el mundo? (Libertad, seguridad, reconocimiento...)
- ¿Cuál es su miedo más profundo y secreto?

Conocer a tu avatar a este nivel te permitirá comunicarte de una manera que resuene profundamente, generando confianza y conexión instantánea.

## PASO 5

**Tu Propuesta Única de Valor (PUV): ¿por qué deberían elegirte a ti?**

Este es el quinto paso, y une todo lo anterior. Tu Propuesta Única de Valor es una declaración clara y concisa que explica cómo tu servicio resuelve el problema de tu cliente, por qué eres la persona cualificada para hacerlo, y qué te diferencia de los demás.

Mi PUV, por ejemplo, no es solo “soy un abogado inmobiliario”. Mi PUV es:

*Soy Felipe Aguirre, el Abogado-Emprendedor. Uso mi mentalidad metódica y mi aversión al riesgo como ex-abogado para darte un plan estructurado y seguro que te permita pasar de empleado frustrado a emprendedor libre, minimizando los peligros financieros y maximizando tu confianza.*

Mi PUV es ofrecer una “**Transformación Creíble**”. El hecho de ser abogado no es solo un dato: es la razón por la que mi audiencia (El Profesional Esforzado) confía en mi método.

## EJERCICIO PRÁCTICO

**Define tu PUV con esta fórmula**

*“Ayudo a [tu Avatar] a lograr [el resultado que desean] a través de [tu servicio/método único], que es diferente a otras opciones porque [tu diferenciador clave].”*

**Ejemplo (Entrenador Físico):** *“Ayudo a oficinistas de más de 40 años a recuperar su energía y perder 10 kilos en 3 meses a través de rutinas cortas de 30 minutos que pueden hacer en casa, que es diferente a ir a un gimnasio porque nos enfocamos en prevenir lesiones de espalda, su mayor preocupación.”*

## PASO 6

### Aplicando todo con IA: tus prompts del Día 2

Hasta aquí trabajaste con tu cabeza y con un cuaderno. Ahora vamos a usar inteligencia artificial para acelerar el trabajo y validar tus ideas con un experto virtual. La herramienta que usaremos es **Claude**, en su modelo **Sonnet**, al que puedes acceder en *claude.ai*.

¿Por qué Claude y no otra IA? Porque Claude (modelo Sonnet) es, hoy, una de las herramientas más confiables para tareas estratégicas y de redacción profesional. Es la misma IA que vamos a usar mañana, en el Día 3, para construir tu landing page. Aprende a usarla bien acá y mañana ya estarás un paso adelante.

#### DATO ADICIONAL

##### Cómo usar los prompts de este libro

Entras a *claude.ai*, te suscribes (te recomiendo el plan **Pro o Max** porque te servirá también para el Día 3 cuando construyamos la landing), y te aseguras de tener seleccionado el modelo **Sonnet** en el menú superior. Luego copias el prompt de la caja gris, lo pegas en Claude, completas los corchetes con tus datos y aprietas enviar.

Te dejo a continuación los tres prompts del Día 2, en el orden lógico en que los tienes que ejecutar. Cada prompt tiene una **casilla en blanco** debajo para que pegues ahí la respuesta que te dé Claude. Eso te quedará como tu propio cuaderno de trabajo.

#### Prompt 1 • Genera tus servicios especializados

Este prompt te entrega 10 ideas de servicios rentables y específicos basados en tu profesión y experiencia. De esa lista vas a elegir entre 3 y 5 servicios para trabajar con ellos en los siguientes pasos.

## PROMPT 1 · SERVICIOS

### CONTEXTO

Soy [NOMBRE Y APELLIDO], tengo [EDAD] años, vivo en [PAÍS] y soy [PROFESIÓN / TÉCNICO / OFICIO], con [AÑOS] años de experiencia. He desarrollado mi trabajo en el área de [ÁREA].

En mi trabajo habitualmente hago estas labores:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

### PETICIÓN

Responde como un experto en marca personal, reclutamiento y coaching laboral, con más de 20 años de experiencia, y deberás:

- 1) Generar una lista de 10 servicios que yo pueda prestar en base al contexto enviado, cumpliendo los siguientes requisitos:
  - a) Estos servicios deben ser rentables.
  - b) Estos servicios deben ser específicos y especializados.

LENGUAJE: Español

ESTRUCTURA: Listado

DEBERÁS ELEGIR ENTRE 3 Y 5 SERVICIOS DEL LISTADO QUE TE ENTREGUE LA IA.

## RESULTADO · PEGA AQUÍ LO QUE TE ENTREGUE CLAUDE

## Prompt 2 • Genera tus palabras clave por servicio

Con los 3 a 5 servicios que elegiste del Prompt 1, ahora le pediremos a Claude que te entregue **10 palabras clave de búsqueda por cada servicio**. Estas palabras clave son las que usarás luego en el Keyword Planner y, sobre todo, en el Día 4 cuando armes tus campañas de Google Ads.

### P R O M P T 2 • P A L A B R A S C L A V E

#### CONTEXTO

Soy [NOMBRE Y APELLIDO], tengo [EDAD] años, vivo en [PAÍS] y soy [PROFESIÓN / TÉCNICO / OFICIO], con [AÑOS] años de experiencia.

He decidido prestar los siguientes servicios de manera independiente:

[PEGA AQUÍ LOS 3 A 5 SERVICIOS QUE ELEGISTE DEL PROMPT 1]

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

#### PETICIÓN

Responde como un experto en marketing digital, SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing). Deberás:

- 1) Generar 10 palabras clave de búsqueda para CADA servicio del contexto, cumpliendo los siguientes requisitos:
  - a) Deben ser palabras clave de alta demanda y volumen de búsqueda.
  - b) Deben estar orientadas a la contratación de un servicio, a la búsqueda de un profesional o a la resolución de un problema.
  - c) NO deben ser palabras clave de búsqueda informativa (evitar “cómo hacer”, “cómo hacer para”, “qué es”, etc.).

LENGUAJE: Español

ESTRUCTURA: Listado por servicio (Servicio / palabras clave)

RESULTADO · PEGA AQUÍ LO QUE TE ENTREGUE CLAUDE

## Validación con el Planificador de Palabras Clave de Google

Las palabras clave que te entregó Claude son una hipótesis sólida, pero ahora necesitamos confirmarlas con datos reales: cuántas personas las buscan al mes y qué tan caras son en publicidad. Para eso usamos el Planificador de Palabras Clave de Google.

[Abrir Google Keyword Planner](#)

Pega ahí las palabras clave del Prompt 2 y revisa: descarta las que tengan volumen muy bajo o competencia desproporcionada para tu presupuesto, y prioriza las que tengan demanda real en tu país o ciudad. Las que quedan son las que usarás en el siguiente prompt y, sobre todo, en el Día 4 con Google Ads.

## Prompt 3 · Define tu Avatar y tu Propuesta Única de Valor

Con tus servicios elegidos y tus palabras clave validadas, ya tienes todo lo que Claude necesita para entregarte tu Avatar (Buyer Persona) detallado y tu Propuesta Única de Valor lista para usar en la landing page del Día 3.

**P R O M P T 3 · A V A T A R + P U V****CONTEXTO**

Soy [NOMBRE Y APELLIDO], tengo [EDAD] años, vivo en [PAÍS] y soy [PROFESIÓN / TÉCNICO / OFICIO], con [AÑOS] años de experiencia. He decidido prestar los siguientes servicios de manera independiente: [PEGA ACÁ TUS 3 A 5 SERVICIOS]  
[PEGA ACÁ TODAS TUS PALABRAS CLAVE VALIDADAS DEL PROMPT 2 Y DE GOOGLE KEYWORD PLANNER, AGRUPADAS POR SERVICIO]

**PETICIÓN**

Responde como un estratega de marketing y emprendedor digital con 10 años de experiencia en la creación de landing pages, experto en marketing digital, copywriting y storytelling. Deberás:

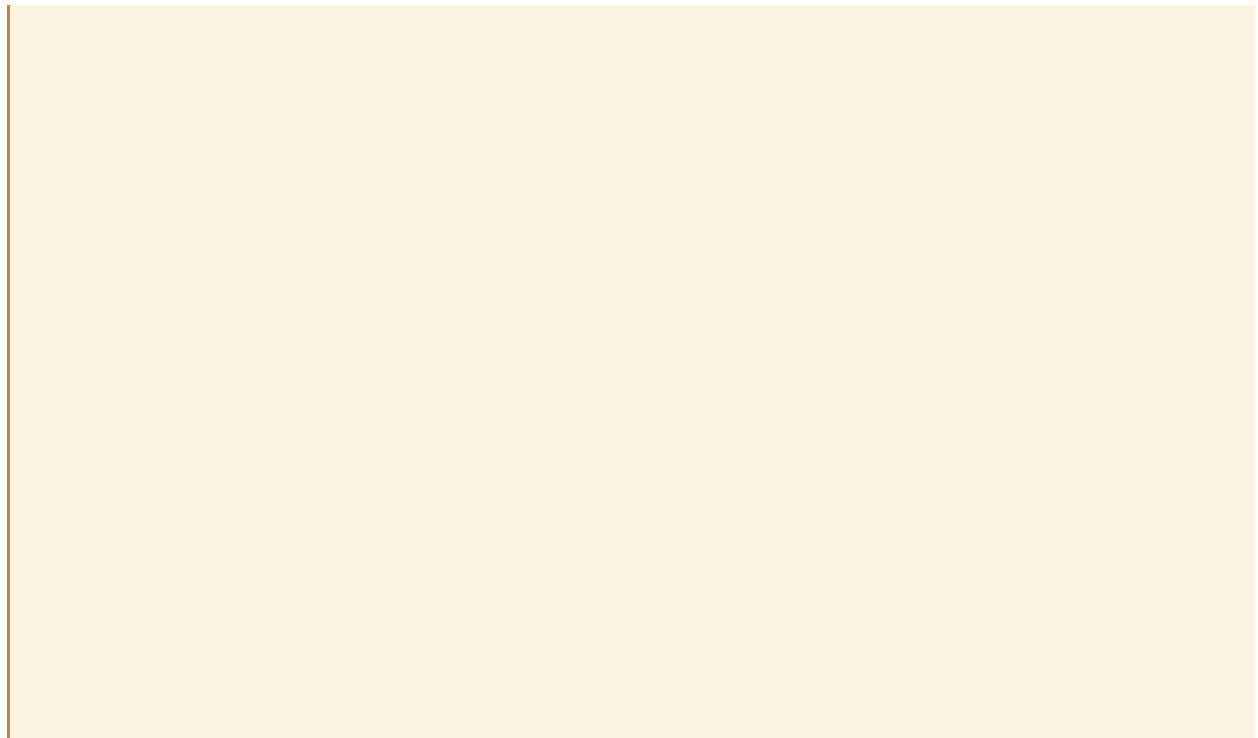
- 1) Generar un listado general por áreas, un listado específico de servicios, misión y visión de mi negocio.
- 2) Generar un Buyer Persona altamente detallado para mi landing page, considerando el listado general por áreas, el listado específico de servicios, la misión y la visión.
- 3) Generar una USP (Unique Selling Proposition) o PUV (Propuesta Única de Valor) respecto de mis servicios, mi experiencia y mi Buyer Persona, siguiendo esta estructura:

“Ayudo a [BUYER PERSONA] a lograr [el resultado que desean] a través de [mi servicio / método único], que es diferente a otras opciones porque [mi diferenciador clave].”

LENGUAJE: Español

ESTRUCTURA: Libre

**R E S U L T A D O · P E G A A Q U Í L O Q U E T E E N T R E G U E C L A U D E**



Con la respuesta de este último prompt en mano, ya tienes todo el material estratégico de tu negocio: servicios, palabras clave validadas, Buyer Persona y Propuesta Única de Valor. Esto es el insumo directo del Día 3, donde lo convertirás en una landing page real con Antigravity.

## Has completado el Día 2.

Este es, quizás, el día más importante de todos. Ya no tienes solo una “idea”. Ahora tienes un **negocio definido**:

Sabes qué servicio especializado vas a vender. Sabes que hay gente dispuesta a pagar por él. Conoces a tu cliente ideal mejor que él mismo. Y tienes una razón poderosa por la cual eres la mejor opción.

Mañana, en el **Día 3**, vamos a construir tu “centro de operaciones digital”: tu página web. Será mucho más fácil de lo que crees, porque ahora ya sabes exactamente qué mensaje poner en ella.

D Í A 3

# Tu Centro de Operaciones Digital

*Creando una página web que vende*

¡Bienvenido al Día 3! Has recorrido un camino increíble en solo 48 horas. Ya no tienes una vaga idea: tienes un plan de escape financiero (Día 1) y una definición clara de tu valor, tu nicho y tu cliente ideal (Día 2). Hoy vamos a construir el lugar donde ocurrirá la magia. Vamos a construir tu oficina virtual, tu vitrina al mundo, tu vendedor 24/7.

Sé lo que puedes estar pensando: *“No soy diseñador”, “No sé programar”, “Esto va a ser caro y complicado”*. Quiero que elimines esas ideas de tu cabeza ahora mismo. Hoy te demostraré que puedes tener una presencia online profesional, que venda y que esté funcionando en cuestión de horas, no de semanas, y con una inversión mínima.

## P A S O 1

### Los 3 pilares de tu presencia online

Toda página web, por simple o compleja que sea, se sostiene sobre tres pilares fundamentales. Entenderlos te quitará el miedo a lo técnico.

- **El Nombre (tu Dominio):** esta es tu dirección en internet (ej.: *www.tuempresa.com*). Es la forma en que la gente te encontrará. Debe ser corto, fácil de recordar y, si es posible, relacionado con tu nombre o el servicio que ofreces. Para encontrar ideas de nombres, puedes usar herramientas tan sencillas como Claude.
- **El Alojamiento (Hosting):** si el dominio es la dirección, el hosting es el terreno digital donde “construyes” tu página. Es el servidor donde se guardan todos tus archivos, imágenes y textos para que estén disponibles en internet.
- **El Diseño:** esto es, simplemente, cómo se ve y se siente tu página. Son los colores, las fuentes, las imágenes y la estructura que presentas a tus visitantes.

La buena noticia es que hoy puedes resolver estos tres pilares de forma sencilla y económica. Para el **dominio y el hosting** te recomiendo **Hostinger**, que agrupa ambos en un solo paquete por unos pocos dólares al mes. Y para el **diseño y desarrollo** de tu página vamos a usar el combo más potente que existe hoy: **Claude Code + Antigravity**. Te lo explico en detalle en el Paso 4.

**P A S O 2****Olvida la web, enamórate de la Landing Page**

El error más grande que puedes cometer ahora es intentar construir una página web completa con secciones como “Inicio”, “Sobre mí”, “Servicios”, “Blog”, “Contacto”, etc. Eso es lento, costoso y, lo peor de todo, ineficaz para tu objetivo principal: conseguir clientes RÁPIDO.

Lo que tú necesitas es una **Landing Page** (o página de aterrizaje).

*Una Landing Page es una única página web con un solo objetivo:  
que el visitante realice una acción específica.*

No hay distracciones, no hay otros menús a los que ir. Todo el diseño y el texto están enfocados en convencer al visitante de que te deje sus datos de contacto (un prospecto o *lead*). Es la herramienta perfecta para la publicidad en Google que veremos mañana.

**P A S O 3****Anatomía de una Landing Page que vende**

Una Landing Page efectiva no es un folleto: es una conversación estructurada que guía a tu visitante desde la duda hasta la acción. Cada sección tiene un propósito psicológico. Aquí está el plano exacto que debes seguir:

**Sección 1 • El problema (conexión y empatía)**

Tu título principal debe hablarle directamente al dolor de tu Avatar. Usa sus propias palabras. Pregúntale: ¿Te está pasando esto? ¿Quieres lograr aquello? El objetivo es que el visitante piense: *“Esta persona me entiende”*. Inmediatamente después, presenta tu rol: *“Yo te ayudo a resolver exactamente eso”*.

**Sección 2 • La oportunidad (la promesa y la certeza)**

Aquí es donde pintas el cuadro del futuro deseado. Transmites confianza y eliminas la inseguridad. Usa frases como: *“Conozco el camino, he resuelto más casos como el tuyo, he atendido a gente como tú”*. Debes dejarle claro que sabes cómo se siente y que tienes la solución que le dará certeza.

**Sección 3 • El método (tu solución lógica)**

Tu cliente, el “Profesional Esforzado”, es lógico y necesita un plan. Explica tu método en 3 o 4 pasos sencillos. No necesitas revelar todos tus secretos, solo mostrar que tienes un sistema estructurado. Esto genera una enorme confianza y demuestra que no estás improvisando.

**Sección 4 • La autoridad (¿por qué deben creerte?)**

Es hora de validar tu experiencia. Menciona tus estudios, años de experiencia, cantidad de clientes atendidos o resultados específicos que has logrado. No se trata de ser arrogante, sino de dar pruebas tangibles de que eres la persona indicada para el trabajo.

## Sección 5 · La validación social (la prueba irrefutable)

La gente confía en la experiencia de otros. Esta sección es crucial. Incluye testimonios cortos de clientes felices. Pide a tus clientes anteriores que te escriban un párrafo sobre su experiencia trabajando contigo. Esto es más poderoso que cualquier cosa que tú puedas decir sobre ti mismo.

## Sección 6 · El llamado a la acción (el siguiente paso claro)

Este es el cierre de la venta. Debes decirle al visitante exactamente qué hacer ahora. Tu llamado a la acción (CTA) debe ser simple y de baja fricción. Lo ideal es que llenen un formulario corto o que te hablen por WhatsApp. Evita poner tu número para llamadas en un principio: un formulario o un mensaje te permite filtrar y organizar a los prospectos antes de invertir tu tiempo en una llamada.

### DATO ADICIONAL

#### Mi propia landing como referencia

Acá te dejo el ejemplo de mi landing page de abogado, que me permite generar entre **3.000 y 10.000 dólares** al mes en facturación. Tengo además un segundo emprendimiento de fotografía que me deja entre **1.500 y 3.000 dólares** adicionales, solo trabajando viernes y sábados.

[www.maslegal.cl/estudiodetitulos.html](http://www.maslegal.cl/estudiodetitulos.html)

The screenshot shows a landing page for 'MASLEGAL'. The header includes the logo, navigation links (Inicio, Servicios, Nosotros, Testimonios), and a 'WhatsApp Directo' button. The main content area features a large headline: 'Estudio de Títulos, Escritura e Inscripción en el Conservador, **TODO en menos de 30 días o te devolvemos tu dinero**'. Below this, it states 'Especialistas en compraventas al contado. 100% seguro. Sin letra chica.' and lists five bullet points: '+1.000 estudios realizados desde 2016.', 'Abogado Máster en Derecho Inmobiliario.', '+100 compraventas al contado cursadas durante 2025.', 'Hacemos TODO, tú solo preocúpate de soñar.', and 'Primera consulta y asesoría inicial GRATIS.' On the right side, there is a white contact form titled 'Agenda tu Asesoría Gratis' with the subtext 'Respuesta en menos de 2 horas'. The form fields are: 'Nombre' (input), 'Apellido' (input), 'Teléfono' (input with '+56 9' prefix), 'Correo Electrónico' (input with 'tu@correo.com' placeholder), and 'Mensaje' (text area with 'Breve descripción de tu caso...' placeholder). A green button at the bottom of the form says 'SOLICITAR ASESORÍA AHORA'.

RESULTADOS QUE GARANTIZAN TU INVERSIÓN

 <b>+1.000</b> Propiedades Estudiadas	 <b>+4.5 Millones UF</b> Cursadas en operaciones	 <b>100%</b> Operaciones Inscritas sin reparos	 <b>+8 Años</b> Experiencia Bancaria
--	---	---	---

## Tu propiedad inscrita en 4 pasos simples

Gestionamos todo el proceso legal de tu compra al contado, de principio a fin.

<p style="text-align: center;"><b>1</b></p> <p><b>Estudio de Títulos</b></p> <p>Revisión legal completa: hipotecas, embargos, gravámenes y cadena de dominio.</p>	<p style="text-align: center;"><b>2</b></p> <p><b>Compraventa</b></p> <p>Redacción de escritura pública e instrucciones notariales por abogados expertos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>3</b></p> <p><b>Notaría</b></p> <p>Coordinación completa de la firma. Nosotros gestionamos la notaría por ti.</p>	<p style="text-align: center;"><b>4</b></p> <p><b>Conservador</b></p> <p>Ingreso al CBR y seguimiento hasta la inscripción final a tu nombre.</p>
---	---	---	---



**Felipe Aguirre G.**

CEO-Fundador, Abogado Senior

✔ Abogado Universidad Central de Chile, **Magíster en Derecho Inmobiliario** Universidad Central de Chile, Magister en Solución Colaborativa de Conflictos

🏢 Fundador de Mas Legal con más de 8 años asesorando bancos y clientes en operaciones inmobiliarias.

📖 Especialidades y Diplomados:

- Derecho Registral Inmobiliario
- Propiedades Especiales
- Tributación Inmobiliaria
- Urbanismo y Construcción
- Diplomado en Mediación Familiar e Infancia
- Diplomado Mediación en Salud

## Lo que dicen nuestros clientes

Resultados reales de personas que confiaron en nuestro equipo.

★★★★★

*"La rapidez de gestión fue impresionante. Compré mi departamento tranquila sabiendo que revisaron hasta el último detalle registral y notarial."*

**Viviana Riquelme**  
Enfermera

★★★★★

*"Me dieron una seguridad bancaria pero con un trato cercano y profesional. Inscribieron mi parcela sin ningún problema. 100% recomendados."*

**Rene Lamelis**  
Veterinario

★★★★★

*"Como corredora, necesito aliados rápidos y precisos. El profesionalismo e inmediatez del equipo de Mas Legal es invaluable en cada cierre."*

**Gissela Herrera**  
Corredora de Propiedades

## ¿Aún con dudas sobre tu compra al contado?

Conversemos sin compromiso. Te asesoramos gratis.

[Hablemos por WhatsApp](#)

### Mas Legal SpA

Mariano Sanchez Fontecilla #310, Las Condes  
www.maslegal.cl

### Contacto Directo

+56 947 754 378  
contacto@maslegal.cl

Copyright © 2024 Mas Legal SpA. Todos los derechos reservados.

Disclaimer legal: La garantía de devolución de dinero en caso de superar los 30 días hábiles está sujeta a los términos acordados formalmente en el contrato de prestación de servicios y depende del cumplimiento oportuno en la entrega de documentación por parte del vendedor.



## Fotografía Profesional Al mejor precio Entrega en menos de 15 días

- Fotógrafo especializado en **eventos familiares**, con años de experiencia y la confianza de **decenas de clientes satisfechos** en toda la región.
- Ofrecemos un servicio **rápido, profesional y totalmente adaptado a tus necesidades**, para asegurar que **inmortalicés tus momentos más especiales sin estrés** ni sorpresas desagradables.
- Nuestro método ha sido comprobado por numerosos clientes a lo largo de **más de 20 años**, garantizando imágenes y videos de calidad, autenticidad y emoción.
- **Presupuesto ¡GRATIS!**

## Déjanos tu mensaje

Nombre y Apellido \*

Teléfono \*

Email \*

Tu mensaje \*

Enviar



## Felipe Aguirre G.

**Abogado y fotógrafo** desde hace **más de 20 años**. Aunque mi carrera principal está enfocada en el derecho, la fotografía y el video siempre han sido parte fundamental de mi vida. A lo largo de los años, he realizado trabajos en diversos eventos, incluyendo **matrimonios, bautizos, primeras comuniones, cumpleaños, y eventos deportivos**. Mi experiencia me ha permitido perfeccionar mi técnica y contar con un **equipo profesional de última tecnología**, que incluye cámaras de alta calidad, lentes especializados y dron para capturar tomas aéreas. Si buscas un servicio de fotografía y video profesional y comprometido con tu evento, no dudes en contactarme. ¡Estoy listo para inmortalizar tus momentos más importantes!

### Cientes Reales



**Camilo Olmedo R.**

"Felipe estuvo muy atento a las necesidades del cumpleaños de nuestra hija, y preparo unas fotos y videos espectaculares con la cámara y el drone."



**Nicole Henríquez M.**

"Felipe viajó desde Santiago a Calama a acompañarnos 2 días completos en nuestra investidura de enfermeras, muy profesional y atento."



**Rodrigo Molina A.**

"Soy organizador de eventos para niños y Felipe siempre ha estado a nuestro lado, muy profesional y a un muy buen precio."



## PASO 4

## Manos a la obra: el flujo Claude Sonnet + Antigravity

Olvídate de los constructores visuales tipo “arrastrar y soltar” con plantillas que se ven igual a las de todo el mundo. Hoy vas a construir tu Landing Page con un flujo de **dos pasos** que te dará un resultado infinitamente superior: primero generas la estructura escrita en Claude (Sonnet), y después esa estructura la conviertes en código real dentro de Antigravity.

### EL FLUJO EN SIMPLE: DOS HERRAMIENTAS, DOS ROLES

**Claude (Sonnet) en claude.ai.** Esta es la herramienta de pensamiento. Acá vas a generar la **estructura escrita** de tu landing: títulos, subtítulos, bloques de servicios, FAQ, testimonios, llamados a la acción. Es como tener a un copywriter sentado al lado tuyo. Le entregas la información del Día 2 (avatar, PUV, servicios, palabras clave) y te devuelve la página completa, en palabras, lista para construir.

**Antigravity con Claude Code adentro.** Esta es la herramienta de construcción. Acá vas a tomar la estructura escrita que generaste con Sonnet y se la vas a entregar a Claude Code para que la convierta en HTML, CSS y JavaScript reales, listos para subir a Hostinger.

Esta combinación te da tres ventajas brutales sobre cualquier constructor visual tradicional:

- **Cero plantillas:** tu landing es 100% tuya. No se parece a la de tu competencia.
- **Velocidad real:** en una sesión de 2 a 3 horas tienes una landing profesional, optimizada y lista para vender.
- **Costo mínimo:** solo pagas tu suscripción a Claude (que además te servirá para todo el resto del libro), el hosting y el dominio. Olvídate de pagar planes mensuales caros de plataformas web.

### Prompt 1 • Genera la estructura de tu Landing Page (Claude Sonnet)

Este prompt es el puente entre lo que ya hiciste en el Día 2 y lo que vas a construir hoy. Le entregas a Claude tu PUV, tu Buyer Persona y tus servicios, y te devuelve la estructura completa de la landing como lo haría un especialista en marketing de respuesta directa.

#### PROMPT 1 • ESTRUCTURA DE LA LANDING

##### CONTEXTO

Te entrego a continuación la información estratégica de mi negocio,

generada en el Día 2 de mi proceso:

[PEGA ACÁ EL RESULTADO DEL PROMPT 3 DEL DÍA 2: tu Buyer Persona, tu listado de servicios, tu misión, tu visión y tu Propuesta Única de Valor (PUV)]

Mis palabras clave principales validadas en Google Keyword Planner son:

[PEGA ACÁ LAS PALABRAS CLAVE DEFINITIVAS QUE VAS A USAR]

#### PETICIÓN

Por favor, desarrolla la estructura completa de una página de destino (landing page) de alta conversión con todos los detalles, sección por sección. Escríbela como lo haría un especialista en marketing de respuesta directa. Asegúrate de:

- 1) Resaltar mi USP / PUV en el lugar más visible.
- 2) Incluir todas las secciones clásicas de una landing que vende:  
Hero, Problema, Solución / Servicios, Proceso, Autoridad / Sobre mí, Prueba Social (testimonios), CTA principal, FAQ con 10 preguntas y CTA final.
- 3) Para cada sección, entregarme:
  - Título (H1, H2 o H3 según corresponda)
  - Subtítulo o copy de apoyo
  - Bullets, beneficios o contenido específico
  - Llamado a la acción donde aplique
- 4) El CTA principal debe ser que el visitante me contacte por WhatsApp al número [+TU NÚMERO DE WHATSAPP] mediante botones fijos en cada sección de CTA y un botón flotante visible en toda la página.

#### DATOS ADICIONALES PARA EL FOOTER:

- Mi correo electrónico: [TU CORREO]
- Mi dirección: [SI TIENES OFICINA FÍSICA, PÉGALA AQUÍ. SI ES UN SERVICIO ONLINE, ESCRIBE: "Atendemos online en todo [PAÍS]"]

**ESTILO VISUAL DESEADO:**

[Elige el que más te identifique. Ejemplos:

- Elegante, profesional, formal (recomendado para abogados, contadores, consultores).
- Tecnológico de vanguardia, moderno, glassmorphic (recomendado para servicios digitales, agencias, profesionales TI).
- Cálido, cercano, humano (recomendado para coaching, salud, bienestar).]

**PALETA DE COLORES SUGERIDA:**

[Define 3 colores. Si no sabes cuáles, pídele a Claude que te sugiera 3 colores acordes a tu rubro y a tu Buyer Persona.]

**LENGUAJE:** Español

**ESTRUCTURA:** Libre, sección por sección, con títulos claros.

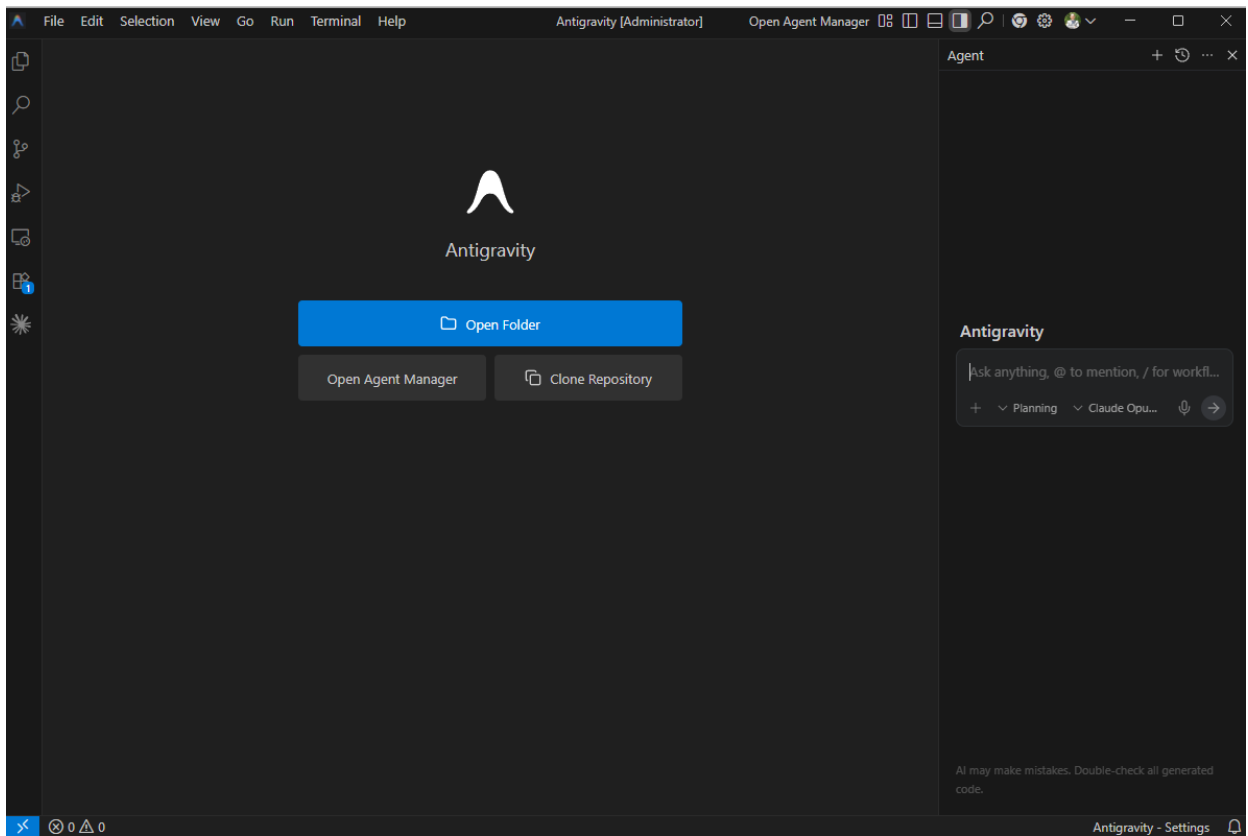
**RESULTADO · PEGA AQUÍ LO QUE TE ENTREGUE CLAUDE**

## Prompt 2 • Construye tu Landing Page en Antigravity

Este es el momento donde Antigravity entra en juego. Hasta ahora todo el trabajo fue en *claude.ai* (pensar y escribir). Ahora abres Antigravity y le entregas a Claude Code la estructura escrita del Prompt 1 para que la transforme en una página web real.

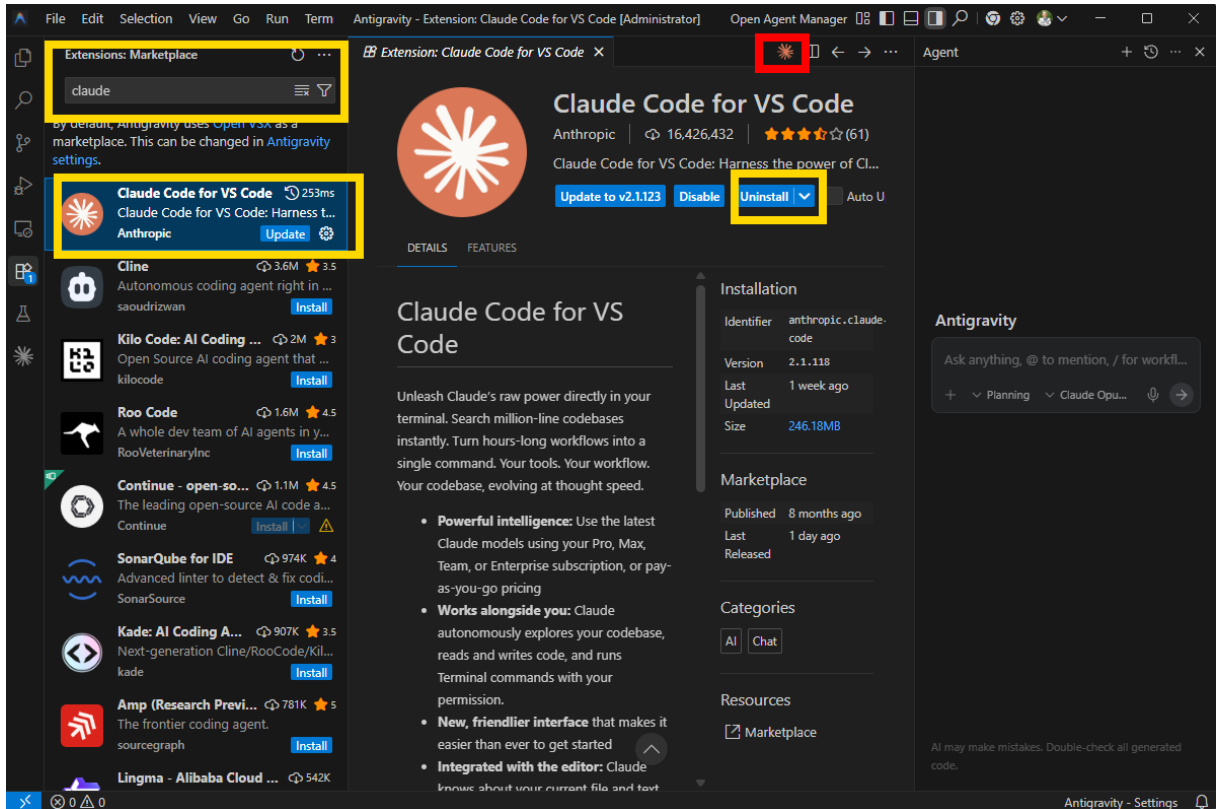
**Pasos previos** (los haces una sola vez en tu vida):

- Suscríbete a Claude (plan **Pro o Max**) en *claude.ai*. **SOLO SI QUIERES, PUEDES HACERLO GRATIS**. Es la misma cuenta que ya estás usando para los prompts del Día 2 y del Prompt 1.
- Instala **Antigravity** siguiendo las instrucciones de su sitio oficial, e inicia sesión con tu cuenta Gmail, si no tienes una, creala.
- Veras algo mas o menos asi:



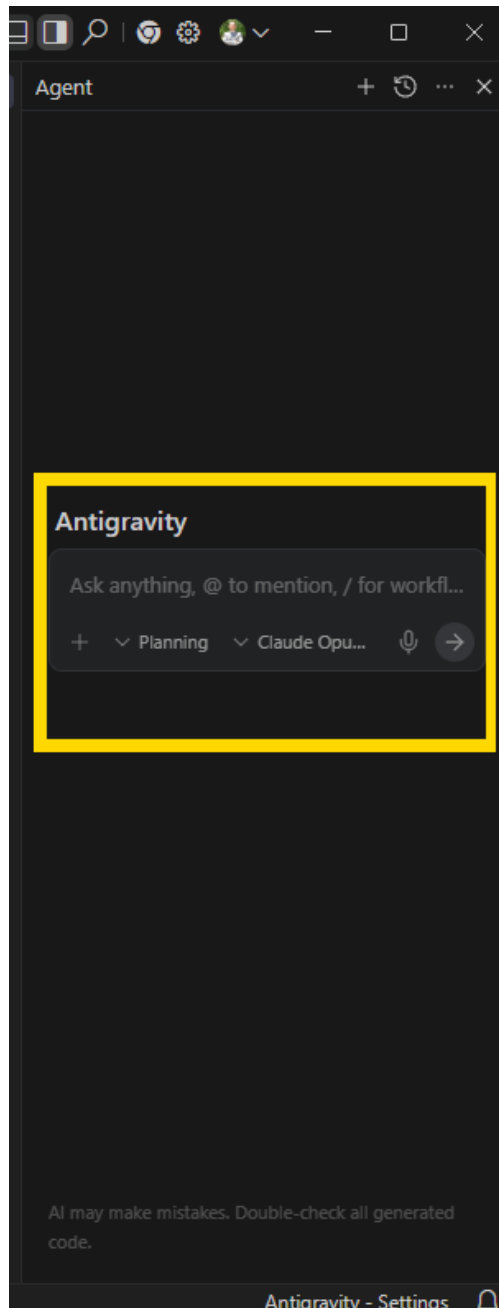
- Crea un proyecto nuevo en Antigravity y acá tienes dos opciones, la primera si tienes Claude code pro o max (pagado) te recomiendo usar la extensión de Claude, la puedes ubicar en el menú de la

izquierda, escribes Claude y aparece de inmediato. (a mi me sale Uninstall porque ya la tengo instalada, pero en tu caso dira instalar)



Una vez dentro de Antigravity, puedes hacer click en el símbolo que esta marcado con el recuadro rojo y loguearte en tu cuenta de Claude pro o max, desde ahí puedes seleccionar el modelo OPUS (acá lo cambiamos) para poder planificar la pagina.

La segunda opción (y la mas común **Y GRATIS**) es usar el editor propio de ANTIGRAVITY que ya viene integrado con CLAUDE.



Y pegar ahí mismo el prompt que viene.

**IMPORTANTE: EL PROCESO QUE VIENE LO PLANIFICAREMOS CON EL MODELO OPUS (SI USAS CLAUDE O EL EDITOR DE ANTIGRAVITY DA IGUAL) PORQUE OPUS TIENE LAS MEJORES CUALIDADES PARA TAREAS DE PLANIFICACIÓN COMPLEJAS, DEBES SELECCIONAR “PLANNING” Y “CLAUDE OPUS” TAL COMO MUESTRA LA IMAGEN DE ARRIBA**

copia este prompt en el chat de Claude Code o en el agente de Antigravity:

**PROMPT 2 · CONSTRUCCIÓN EN ANTIGRAVITY**

Crea una carpeta en mi escritorio llamada “landing-page” que es donde guardaremos el proyecto y Constrúyeme una Landing Page completa, de una sola página, lista para subir a Hostinger. Te entrego a continuación la estructura escrita que generamos previamente. Tu trabajo es transformarla en HTML, CSS y JavaScript reales, optimizados, mobile-first y responsivos.

**ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LA LANDING:**

**[PEGA ACÁ EL RESULTADO COMPLETO DEL PROMPT 1 DE ESTE DÍA 3: la estructura sección por sección con títulos, subtítulos, copy, servicios, FAQ, etc.]**

**REQUERIMIENTOS DE DISEÑO:**

- Estilo visual: [pega acá el estilo que usaste en el Prompt 1].
- Paleta de colores: [pega acá los 3 colores que definiste].
- Tipografía: limpia y legible. Si no tengo preferencia, usa una combinación moderna tipo Montserrat / Inter para títulos y Open Sans / Lato para el cuerpo.
- Iconografía: minimalista y lineal, con micro-animaciones sutiles al pasar el cursor.

**REQUERIMIENTOS DE CONVERSIÓN (CTA):**

- Botón flotante de WhatsApp en la esquina inferior derecha, fijo al hacer scroll, que enlace a:  
[https://wa.me/\[TU NÚMERO SIN + NI ESPACIOS\]?text=Hola%20\[Tu%20Nombre\],%20me%20interesan%20tus%20servicios](https://wa.me/[TU NÚMERO SIN + NI ESPACIOS]?text=Hola%20[Tu%20Nombre],%20me%20interesan%20tus%20servicios)
- Botones fijos de WhatsApp dentro de cada sección de CTA principal, con el mismo enlace.
- Formulario de contacto con campos: nombre, apellido, teléfono, correo y mensaje.
- Deja el atributo action del formulario como un placeholder vacío (action=""), porque en el Paso 5 lo conectaremos a Formspree.

**REQUERIMIENTOS TÉCNICOS:**

- Diseño 100% responsivo (móvil, tablet, escritorio).
- Velocidad de carga rápida: imágenes optimizadas y código limpio.
- Navegación intuitiva, con menú superior fijo o scroll suave.
- Código entregable como una carpeta con index.html, styles.css y scripts.js, lista para subir directo a la carpeta public\_html de Hostinger.

#### ITERACIÓN:

Cuando tengas el primer borrador listo, muéstramelo en el preview en tiempo real. Yo te iré pidiendo ajustes en lenguaje natural (“agrandar el título”, “cambiar el color del botón”, “agregar una sección de preguntas frecuentes”, etc.) y tú actualizas el código al instante.

RESULTADO · PEGA AQUÍ LO QUE TE ENTREGUE CLAUDE

**NOTA IMPORTANTE DOS: CUANDO TERMINE EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN, CÁMBIATE AL MODELO SONET PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN, ESTE MODELO CONSUME MENOS TOKENS, Y ES EXCELENTE PARA TAREAS DE EJECUCION.**

Luego de que termine el proceso escribe “como puedo previsualizar mi pagina” el agente echara a correr el servidor de manera local y podrás ver tu pagina web SIN PUBLICAR, para poder hacerle todos los ajustes que quieras, puedes cargarle fotos tuya y decirle “usa esta foto cuando te refieras a mi” o fotos de tus productos, clientes, servicios y mas.

**Acá ya puedes comenzar a hacer lo que se llama “VIBECODING” que es básicamente decirle en términos naturales, que quieres que haga “arregla esto” o subirle una foto de una captura de pantalla de la pagina y decirle “esto se ve mal, arréglalo”. Recuerda que mientras mas especifico seas mejor.**

Cuando el preview se vea como tú quieres, copias la carpeta del proyecto desde Antigravity y la subes a la carpeta `public_html` de Hostinger desde el Administrador de Archivos. En menos de 10 minutos tu landing está online con tu propio dominio. Si te trabas en cualquier paso, vuelve al chat de Claude Code dentro de Antigravity y pídele que te guíe paso a paso o que te arregle el error: copia el mensaje de error y pégalo en el chat. Él mismo lo resuelve.

**COMO CONTRATAR HOSTINGER:** Este es un tema muy delicado, Hostinger ofrece planes muy económicos (desde 1,49 USD el mes, en plan anual, sin dominio, sin nada solo almacenamiento. Mi recomendación es que **resuevas absolutamente todo acá**, entonces contrata un plan anual, que vienen con dominio de regalo y una casilla de correo que puedes usar desde el mismo gestor de correo de Hostinger, **que es idéntico al de Gmail**)

**Contrata Hostinger:** entra a [hostinger.com](https://hostinger.com) y toma el plan Premium o Business (desde unos pocos dólares al mes). Estos planes ya incluyen dominio gratis el primer año, certificado SSL (el candadito de seguridad) y un panel sencillo para subir tus archivos.

#### DATO ADICIONAL

##### El detalle que duplica las consultas entrantes

El **botón flotante de WhatsApp** en la esquina inferior derecha, fijo al hacer scroll, ya está incluido en el prompt de arriba. No lo elimines. Es una sola línea más en el código y, en mi propia experiencia con [maslegal.cl](https://maslegal.cl), fue lo que más subió la tasa de contacto.

## PASO 5

### Captura de leads: configura tu formulario con Formspree

Tu landing puede ser hermosa, pero si el formulario no te avisa cuando alguien lo llena, vas a perder clientes. Aquí entra **Formspree**.

Formspree es un servicio que recibe los datos de tu formulario y te los reenvía por correo, sin que tengas que escribir código de servidor ni configurar bases de datos. Es la solución más simple y rápida para landing pages como la que acabas de construir. Yo lo uso en mis propios sitios (puedes ver [maslegal.cl](https://maslegal.cl) como referencia) y funciona impecable.

## ¿Por qué Formspree y no algo más complejo?

- **Cero código de servidor:** solo agregas una línea al formulario y listo.
- **Cero configuración técnica:** nada de bases de datos, ni API Keys que exponer, ni dominios DNS que verificar.
- **Plan gratuito:** recibes hasta 50 envíos al mes sin costo, más que suficiente para conseguir tus primeros clientes.
- **Funciona con cualquier hosting:** Hostinger, Netlify, GitHub Pages, lo que sea.

## Paso a paso para configurarlo

- **Crea una cuenta gratis** en *formspree.io* con tu correo profesional (el que te das Hostinger con el plan anual, o un Gmail si aun no tienes)
- **Crea un nuevo formulario** desde el panel: dale un nombre (ej.: “Landing - Asesoría”) y elige el correo donde quieres recibir los avisos.
- **Copia el endpoint** que Formspree te genera. Es una dirección con formato *https://formspree.io/f/xxxxxxx*. Esa es la dirección única de tu formulario.
- **Vuelve a Antigravity** y entrégale a Claude Code el siguiente prompt:

### P R O M P T   B O N U S   ·   C O N E C T A R   F O R M S P R E E

Conecta el formulario de mi landing con Formspree.

Reemplaza el atributo action del formulario por mi endpoint:

[PEGA ACÁ TU ENDPOINT DE FORMSPREE, formato

`https://formspree.io/f/xxxxxxx`]

Asegúrate de que:

- El método sea POST.
- Después de enviar, el usuario vea un mensaje de agradecimiento confirmando que su mensaje fue recibido y que le responderé en menos de 24 horas.
- Si hay algún error en el envío, se muestre un mensaje claro al usuario invitándolo a contactarme directamente por WhatsApp.

Después de actualizar el código, lléname el formulario tú mismo desde el preview con datos de prueba para verificar que todo funciona antes de que lo suba a Hostinger.

**Sube los cambios a Hostinger** y prueba el formulario tú mismo: llénalo con tu correo personal y verifica que llega el aviso. Si algo no funciona, copia el error y pásaselo a Claude Code: él mismo te lo arregla.

#### DATO ADICIONAL

##### Bonus de Formspree

Desde el panel de Formspree puedes activar **filtros antispam**, integrar el formulario con **Google Sheets** para llevar un registro automático de leads, o configurar **respuestas automáticas** para el prospecto. Todo sin tocar código.

Con esto cierras el círculo: visitante → formulario → aviso directo a tu correo. Una infraestructura de captura de leads que el 95% de tus competidores no tiene, y que tú acabas de montar en una tarde.

#### PASO 6

### El toque final de profesionalismo: tu correo electrónico

Nada destruye más la confianza que un profesional usando una dirección de correo como *mi.negocio1987@gmail.com*. Necesitas un correo que refleje tu dominio (ej.: *contacto@tunombredenegocio.com*).

Esto no es ni caro ni difícil. Puedes complementar tu sistema con un gestor de correos profesional como **Google Workspace (Gmail para empresas)** o **Microsoft 365**. Por unos pocos dólares al mes, proyectarás una imagen de seriedad y confianza desde el primer contacto. **Aunque con el de Hostinger BASTA Y SOBRA**

## ¡Tarea cumplida! Has finalizado el Día 3.

Ya no solo tienes un plan: tienes una **casa digital** lista para recibir a tus futuros clientes. Has construido tu centro de operaciones.

Mañana, en el **Día 4**, abriremos las puertas y haremos que la gente entre. Aprenderás el método más rápido y efectivo para atraer a tus primeros clientes potenciales usando la publicidad en Google. ¡Prepárate para la acción!

DÍA 4

# Atracción Masiva

*Tu primera campaña en Google Ads*

¡Bienvenido al Día 4! Mira todo lo que has construido. Tienes un plan financiero sólido (Día 1), una oferta de valor única y un cliente ideal perfectamente definido (Día 2). Ayer, en el Día 3, construiste tu centro de operaciones digital: tu Landing Page profesional. Tienes una oficina virtual impecable y lista para recibir visitas.

Hoy vamos a abrir las puertas de par en par. Dejaremos de esperar que los clientes lleguen por arte de magia y saldremos a buscarlos activamente. Hoy aprenderás a usar la herramienta más poderosa del mundo para conseguir clientes con intención de compra: **Google Ads**.

Esta es la etapa donde pasas de la planificación a la acción masiva. ¡Empecemos!

## PASO 1

### La pregunta del millón: ¿por qué Google Ads y no redes sociales?

Antes de invertir un solo dólar, necesitas entender por qué vamos a usar Google y no Instagram o Facebook para conseguir tus primeros clientes. La respuesta es simple y lo cambia todo: la **INTENCIÓN**.

Es fundamental que entiendas que **las redes sociales no son tu negocio**. La gente entra a Instagram para entretenerse, para ver fotos de sus amigos, para desconectar. Nadie entra a Facebook y escribe en el buscador “agendar hora con psicólogo” o “cómo hacer una página web”.

Pero, ¿dónde sí lo hacen? En **Google**.

Cuando una persona tiene un problema urgente, una necesidad que quiere resolver AHORA, va a Google. Esa persona está buscando activamente una solución y está en una fase avanzada para tomar una decisión de compra. Nosotros simplemente vamos a poner nuestra Landing Page frente a ellos en el momento exacto en que nos necesitan.

La publicidad en Google tiene ventajas estratégicas innegables para un profesional que empieza:

- **Mayor alcance:** Google es el motor de búsqueda más usado del mundo, con miles de millones de búsquedas diarias.
- **Intención de búsqueda:** Llegas a personas que están buscando activamente lo que ofreces, no interrumpiendo su ocio.
- **Segmentación precisa:** puedes orientar tus anuncios a palabras clave específicas relacionadas con tu servicio. También puedes segmentar por territorio, lo que es vital para profesionales que solo pueden atender en su ciudad o país.
- **Flexibilidad y control:** Google Ads ofrece múltiples formatos de anuncios y te permite establecer un presupuesto diario exacto, dándote control total sobre tu gasto.
- **Resultados medibles:** la plataforma te da herramientas de análisis para medir con precisión tu costo por clic, la tasa de conversión y, lo más importante, tu retorno de la inversión.

*Con redes sociales sales a cazar clientes. Con Google, pones una tienda perfectamente ubicada y esperas a que entren los que ya quieren comprar.*

## PASO 2

### Tu varita mágica para conseguir clientes

No te dejes intimidar por los términos técnicos. El concepto de Google Ads, o **SEM (Search Engine Marketing)**, es muy simple: es un conjunto de técnicas que nos permite posicionar una página web en los primeros resultados de Google a través de publicidad pagada.

Funciona como una subasta. Tú le dices a Google: *“Estoy dispuesto a pagar X cantidad cada vez que alguien que busca la palabra clave ‘abogado para estudio de títulos’ haga clic en mi anuncio”*. Si tu anuncio es relevante y tu oferta es competitiva, Google lo mostrará.

#### DATO ADICIONAL

##### Una dosis de realismo

Las campañas de Google Ads tienen un **período de aprendizaje** que, en mi experiencia, es de unos dos meses. Durante este tiempo, el sistema se optimiza y tú aprendes sobre el comportamiento de tus clientes. Deberás dedicarle al menos una hora a la semana a revisar y ajustar tu campaña al principio.

## PASO 3

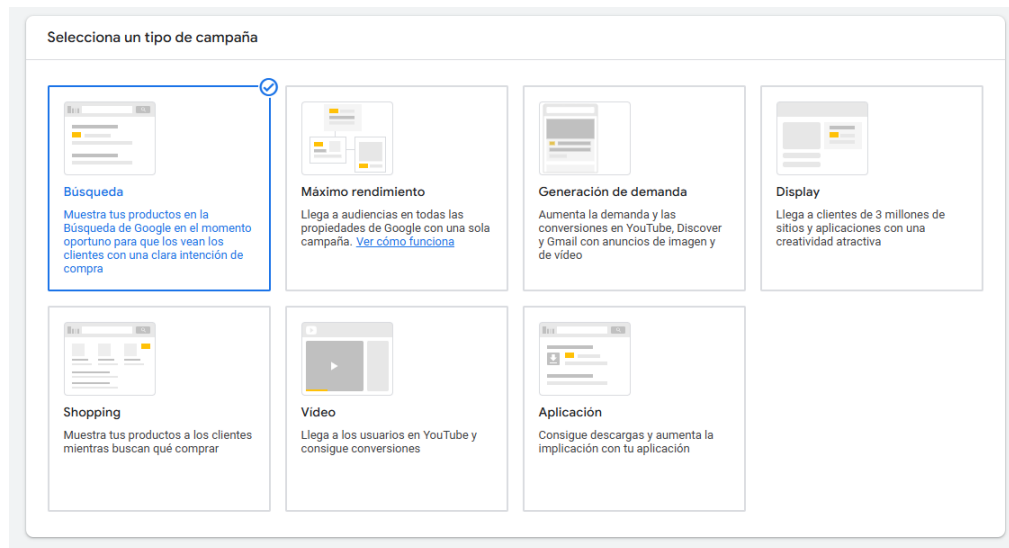
### Tu primera campaña: guía práctica y sin complicaciones

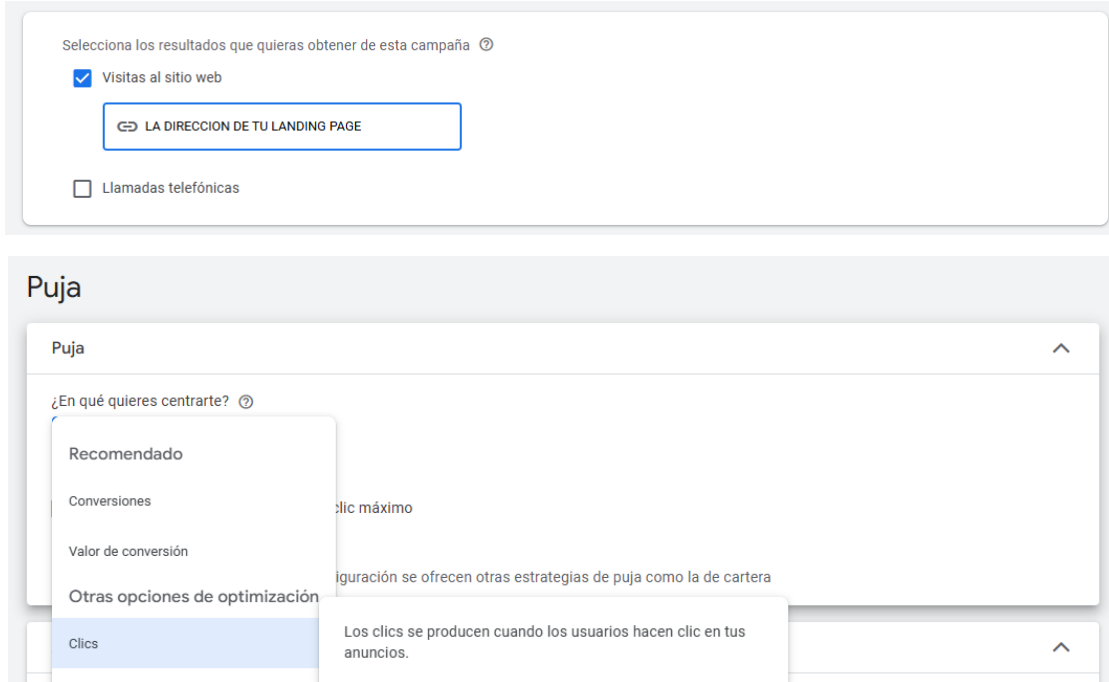
Este es un libro práctico, no un manual técnico de 500 páginas. Por eso, te daré los pasos esenciales para lanzar tu primera campaña de manera efectiva.

- **Define tu objetivo:** al crear la campaña, Google te preguntará qué quieres lograr. Tu objetivo es claro: *“Crear una campaña sin ayuda”* (definiremos todos los parámetros nosotros). Dirigiremos nuestro tráfico a la landing page; tú quieres que la gente llegue a tu Landing Page y llene el formulario.



- **Selección de tipo de campaña: Búsqueda.** Solo queremos aparecer en la búsqueda, cuando alguien busque activamente nuestras palabras clave. Luego agrega la dirección de tu landing page (por ejemplo *www.tuempresa.com/contacto*) y dale un nombre a tu campaña: *“campaña de prueba”*.

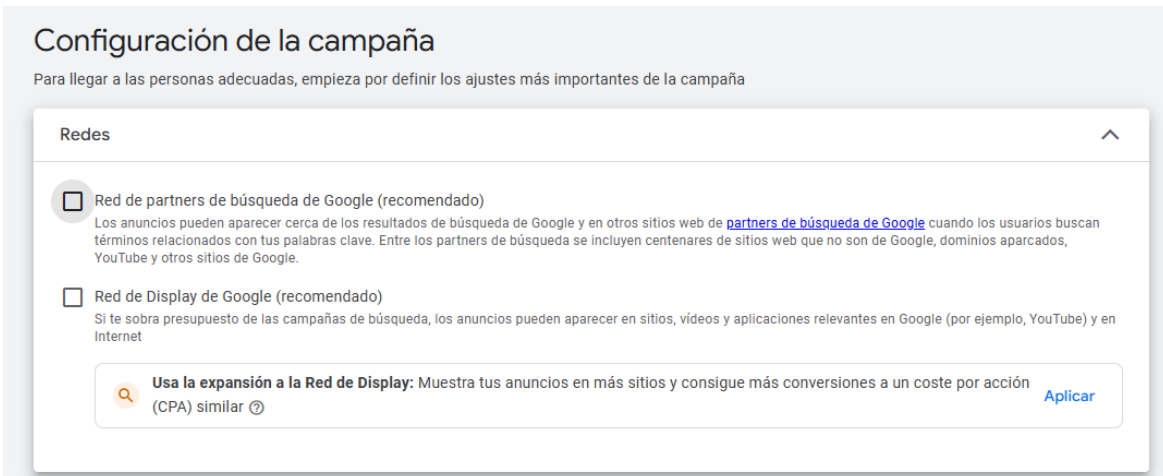




**DATO ADICIONAL**

**Desactiva los partners y display**

Recuerda **desactivar la red de búsqueda de partners y la de display**. Tú quieres aparecer SOLO en búsquedas activas en Google, y no desviar tu presupuesto en apariciones que probablemente no terminen en clicks de clientes.



- **Elige tu territorio:** define la zona geográfica donde mostrarás tus anuncios. Si eres abogado en Chile, no tiene sentido que tu anuncio se muestre en España. Sé específico para no gastar dinero inútilmente. Ahora, **si puedes prestar un servicio a nivel mundial online** (coaching, psicología,

fitness, nutrición, etc.), ¡hazlo! Si hablas más de un idioma, selecciónalo, pero debe ser coherente con tu landing page: si agregas inglés y tu landing es en español, no es coherente. En ese caso, crea una landing en español y otra en inglés, y crea una campaña para cada idioma.

The image shows two panels from the Google Ads interface. The top panel, titled 'Ubicaciones', has a sub-header 'Selecciona ubicaciones para esta campaña' and three radio button options: 'Todos los países y territorios' (selected), 'Chile', and 'Introducir otra ubicación'. Below these is a link 'Opciones de ubicación'. The bottom panel, titled 'Idiomas', has a sub-header 'Selecciona los idiomas que hablan tus clientes' and a search box containing 'Introduce un idioma o selecciónalo'. Below the search box is a button labeled 'Español' with an 'x' icon to remove it.

- **En segmentos de audiencia, no selecciones nada.** Te interesa que Google aprenda quiénes son tus potenciales audiencias.
- **Selecciona tus palabras clave:** aquí es donde usas el tesoro que desenterramos en el Día 2. Carga la lista de palabras clave que tus clientes usan para buscar tus servicios.

#### DATO ADICIONAL

##### El truco de las comillas

**Agrega tus palabras clave entre comillas “ ”.** Esto hará que Google afine y muestre tu anuncio solo con la intención que tú quieres.

Por ejemplo, si una persona busca *“cómo validar mis estudios y mi título en Argentina”*, claramente no está buscando un abogado, está buscando otra cosa. Pero aún así contiene mis palabras clave **estudios y títulos**, por lo que es muy probable que Google le muestre mi anuncio. Si esa persona hace click, me generará un gasto innecesario porque no sacaré un cliente de ese contacto.

Por eso es importante poner las palabras clave entre comillas. Puedes pedirle a **Claude** que le agregue comillas al principio y al final de cada palabra clave automáticamente.

Añade detalles para asociar tus anuncios con las búsquedas adecuadas

**Palabras clave**

**Ver sugerencias de palabra clave (opcional)**  
 Google Ads puede encontrar palabras clave analizando una página web o viendo lo que funciona con productos o servicios similares

URL final

[Actualizar sugerencias de palabra clave](#)

**Introducir palabras clave**  
 Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar los anuncios con los términos que buscan los usuarios

abogados ueuuas  
 legal abogados  
 abogados familia  
 abogados de deudas  
 abogados de chile  
 abogados para deudas  
 abogados para empresas  
 estudio de abogados  
 abogados de familia  
 despido injustificado abogados  
 abogados de derecho laboral  
 derecho inmobiliario  
 chile deudas  
 abogados derecho laboral

Los tipos de concordancia ayudan a controlar qué búsquedas pueden activar tus anuncios  
 palabra clave = concordancia amplia "palabra clave" = concordancia de frase [palabra clave] = concordancia exacta [Más información](#)

- **Escribe tu anuncio:** tu anuncio es tu anzuelo. Debe ser simple y directo.
  - **Título:** debe contener la palabra clave que buscó el usuario. Si buscó *“psicólogo para ansiedad”*, tu título debe decir *“Psicólogo para Ansiedad”*.
  - **Descripción:** escribe 2 o 3 frases cortas que resalten el principal beneficio de tu servicio y terminen con un llamado a la acción. *Ejemplo: “Recupera tu calma con un método probado. Terapia online disponible. Agenda tu primera sesión hoy”*.
  - **Enlace:** asegúrate de que el anuncio dirija a tu Landing Page, no a otro sitio.
  - **Foto:** te recomiendo agregar un logo o una foto tuya. Las personas tienden a hacer más clicks cuando ven una cara.

Psicólogo para Ansiedad 1

Obligatorio 23/30

**Evaluación Gratis** 1

Obligatorio 17/30

Título 0/30

Se necesitan al menos 3 títulos

Título 0/30

Título 0/30

Título 0/30

Título 0/30

Título 0/30

[+ Título](#)

---

**Descripciones 2/4** [Ver ideas](#)

Recupera tu calma con un método probado. Terapia online disponible.

Obligatorio 67/90

Agenda tu primera sesión hoy

Vista previa

Patrocinado

[www.tuempresa.com/](http://www.tuempresa.com/)

**Psicólogo para Ansiedad - Evaluación Gratis**

Recupera tu calma con un método probado. Terapia online disponible. Agenda tu primera sesión hoy.

En la vista previa se muestran posibles versiones de anuncio creadas con tus recursos. No se muestran todas las combinaciones. Los recursos pueden mostrarse en cualquier orden, por lo que debes comprobar que tienen sentido de forma individual o en conjunto, y que no infringen nuestras políticas ni las leyes locales. También es posible que el contenido se acorte en algunos formatos. Puedes asegurarte de que aparezca un texto específico en el anuncio. [Más información](#)

**Fija tu presupuesto:** este es el último paso y es tan importante que tiene su propia sección a continuación.

#### P A S O 4

## El presupuesto inteligente: ¿cuánto deberías invertir?

Esta es la pregunta que todos se hacen. ¿La respuesta? **Empieza pequeño, pero piensa en grande.**

- **Punto de partida:** te recomiendo **comenzar con 1 USD al día** (en mi país son 1.000 CLP). Este presupuesto bajo te permitirá familiarizarte con la plataforma, ver qué palabras clave funcionan mejor y optimizar tu anuncio sin arriesgar mucho dinero. Imagínate que con 33 clics semanales, ¡son 132 clientes potenciales en un mes! El costo de tu campaña serán 30 USD mensuales, y con solo un cliente que puedas cerrar, pagarás por completo tu campaña.

Clics semanales	CPC medio	Coste semanal
33	212 CLP	7.000 CLP

- **La lógica de Google:** debes entender que el negocio de Google es ganar dinero con la publicidad. Por lo tanto, a mayor inversión, Google suele dar un mayor retorno y visibilidad, siempre que tu campaña esté bien hecha.
- **Mi métrica personal (tu objetivo a futuro):** tras meses de optimización, llegué a una métrica increíblemente estable: **por cada 1 USD que invierto en publicidad, Google me retorna clientes que me generan 8 USD en ventas.** Este es el poder de una campaña bien afinada. Al principio no será así, pero esta es la meta a la que debes aspirar.
- **La reinversión:** una vez que empieces a tener clientes, te recomiendo provisionar entre un 10% y un 20% de lo que ganes para reinvertirlo en publicidad. Este es el combustible que hará que tu negocio despegue y se mantenga en órbita.

#### P A S O 5

## Midiendo lo que importa: las 3 métricas clave

Para optimizar, necesitas medir. **Yo lo hago todos los viernes en la tarde, y el fin de semana voy ajustando lo que se requiera en la página.** No te ahogues en datos. Concéntrate en estas tres métricas clave:

- **Costo por Clic (CPC):** es lo que pagas a Google cada vez que alguien hace clic en tu anuncio. El objetivo es mantenerlo lo más bajo posible.

- **Tasa de conversión:** es el porcentaje de personas que, después de hacer clic, completan la acción deseada (llenar el formulario en tu Landing Page). Esta es la métrica más importante, pues mide la efectividad de tu página y tu oferta.
- **Retorno de la Inversión (ROI):** es la métrica final, la que paga las facturas. Mide cuántos dólares ganas por cada dólar que gastas. Si gastas 100 USD y generas 500 USD en ventas, tu ROI es de 5x.

## ¡Lo has hecho! Has completado el Día 4.

No solo tienes una oficina, sino que has instalado un **sistema automático** que trae un flujo constante de personas interesadas a tu puerta. Has pasado de ser un profesional pasivo a un marketer activo.

Mañana, en el **Día 5**, nos enfrentaremos al último gran desafío: aprender a cerrar la venta. Te enseñaré cómo convertir a esos prospectos que llegan de Google en clientes felices que pagan por tus servicios.

DÍA 5

# El Arte de la Venta Empática

*Convierte prospectos en clientes felices*

¡Felicidades, bienvenido al Día 5! Seamos conscientes del increíble progreso: tienes un plan financiero, una oferta clara, una Landing Page profesional y un sistema de Google Ads que está atrayendo prospectos a tu puerta. Ahora te enfrentas al momento de la verdad: la **conversación de venta**.

El miedo a vender es tan paralizante como el miedo a emprender. La mayoría de los profesionales sienten que vender es presionar, engañar o manipular. Hoy vamos a destruir esa creencia. Te enseñaré que vender, cuando se hace correctamente, es el acto de servicio más genuino que puedes ofrecer. Es el momento donde dejas de ser un proveedor y te conviertes en un asesor de confianza.

## PASO 1

### **La mentalidad correcta: vender no es atacar, es diagnosticar**

Antes de aprender cualquier técnica, debemos ajustar tu mentalidad. Por favor, no veas la venta como algo negativo. Vender es, en esencia, **poder solucionarle a alguien un problema con tu experiencia y capacidades**. No estás forzando a nadie; estás presentando una solución clara a una persona que ha levantado la mano pidiendo ayuda.

Imagina que eres un médico especialista. Un paciente llega a tu consulta con un dolor. No le vendes una cirugía de inmediato. Primero, preguntas, escuchas, diagnosticas. Entiendes la causa raíz del dolor. Solo entonces, con toda la información, le presentas la mejor solución. Eso es exactamente lo que haremos nosotros.

*Tu llamada de ventas no es un “pitch”, es una Sesión de Diagnóstico y Claridad.*

Tú eres el experto, el guía. Tu trabajo es ayudar al prospecto a entender su propio problema y mostrarle el camino más claro hacia la solución. Si tu camino es el correcto para él, la venta será inevitable.

## PASO 2

## El precio justo: cómo tarifar tu valor

No podemos hablar de ventas sin hablar de precios. Un precio incorrecto puede hacerte trabajar el doble por la mitad del dinero. En el Día 1, calculamos tu Ingreso Mínimo Objetivo (IMO). Ahora vamos a calcular el precio de tu servicio basándonos en tu **Ingreso Óptimo Deseado (IOD)**: el sueldo que realmente te gustaría recibir de tu negocio.

### 2.1 • Calculando tu valor por hora

Vamos a suponer que tu IOD es de **2.500 USD mensuales** para partir. Ahora, define cuántas horas quieres trabajar. La meta de este libro es que trabajes menos, así que apuntemos a unas **5 a 6 horas diarias**, lo que equivale a unas **120 horas al mes**.

## LA FÓRMULA DEL VALOR-HORA

$$\text{IOD} \div \text{Horas mensuales} = \text{Valor Hora}$$

$$2.500 \text{ USD} \div 120 \text{ horas} = 20,83 \text{ USD por hora}$$

Ese es tu valor-hora base. Es lo mínimo que deberías cobrar por una hora de tu tiempo.

### 2.2 • La fórmula del precio final (multiplicador de valor)

Ahora, para tarifar un servicio completo, primero calcula cuántas horas te toma realizarlo de principio a fin. Digamos que un proyecto te toma **3 horas** de trabajo. Tu costo base sería:  $3 \times 20,83 = 62,49 \text{ USD}$ .

Pero tú no vas a cobrar eso. Para fijar tu precio final, vas a **multiplicar ese monto base por 8 a 10 veces**:

- $62,49 \times 8 = 499,92 \text{ USD}$
- $62,49 \times 10 = 624,90 \text{ USD}$

Tu servicio debería costar entre **500 y 625 USD**. Sé que parece un salto enorme, pero la lógica detrás es poderosa:

*La idea es cobrar más para necesitar menos clientes y trabajar menos horas, manteniendo la rentabilidad.*

Un cliente que paga un precio premium es un cliente comprometido. En mi caso particular, por una gestión que me toma 3 horas de trabajo, cobro 500 USD más impuestos.

### 2.3 • El indicador de oro: tu tasa de cierre

¿Cómo sabes si tu precio es el correcto? Tu tasa de cierre de ventas te lo dirá. El objetivo es que **solo el 30 al 40% de los prospectos cualificados te compren.**

#### SI CIERRAS MÁS DEL 60%

- **Estás vendiendo MUY barato.**
- Tu precio es tan bajo que nadie lo piensa dos veces.
- Estás dejando mucho dinero sobre la mesa.
- **Sube tus precios.**

#### SI CIERRAS MENOS DEL 10%

- Tu precio es **demasiado alto** para el valor que comunicas, o...
- Tu **discurso de ventas no está bien optimizado.**
- Revisa tu PUV, tus testimonios y tu método antes de bajar precios.

### P A S O 3

## El guion de la venta inevitable: una conversación, no un monólogo

Ahora que tienes tu precio, necesitas el guion para la conversación. Olvida los monólogos. Una buena venta es un diálogo estructurado en 4 fases.

### Fase 1 • La conexión inicial (las 3 preguntas clave)

Cuando el prospecto llega (sea por formulario o WhatsApp), tu primer contacto debe ser para cualificarlo. Necesitas saber tres cosas: su **nombre**, **qué servicio necesita exactamente**, y si ese servicio es de los que tú prestas. Si no es un buen candidato, no le hagas perder el tiempo ni pierdas el tuyo. Si lo es, agenda una **“Sesión de Diagnóstico”** de 15-20 minutos.

### Fase 2 • Profundizando en el dolor (diagnóstico)

En la llamada, tu objetivo es entender su problema mejor que él mismo. **No preguntes “¿Qué necesitas?”**. **Pregunta “¿Por qué lo necesitas AHORA?”**. Escucha el 80% del tiempo y habla el 20%. Algunas preguntas clave:

- *“Cuéntame un poco más sobre la situación que te trajo aquí.”*
- *“¿Qué has intentado hasta ahora para resolverlo?”*
- *“Si no resolvemos esto, ¿qué pasaría en 3 o 6 meses?”*
- *“Si agitéramos una varita mágica, ¿cómo sería el resultado ideal para ti?”*

### Fase 3 • Presentando la solución (tu método como puente)

Una vez que entiendes su “Punto A” (su dolor) y su “Punto B” (su deseo), presentas tu método (el que definiste para tu Landing Page) como el puente para llevarlo de A a B. **No digas “Mi servicio incluye X, Y, Z”.** Di: *“Para llevarte de [su dolor] a [su deseo], seguimos un plan de 3 pasos. Primero, [Paso 1], que resolverá [problema específico]. Luego, [Paso 2], que te dará [beneficio clave]. Y finalmente, [Paso 3], para asegurar que [resultado final]”.*

### Fase 4 • La propuesta y el precio

Con el valor ya establecido, presentar el precio es el paso natural. Dilo con confianza y sin titubear: *“El plan completo para llevarte de A a B tiene una inversión de [Tu Precio]”.* Y luego, **haz silencio.** El primero que habla, pierde. Deja que procesen la información.

#### P A S O 4

## Estructura de alto impacto: el Método CONECTA

Le he dado un nombre a la estructura para que sea más fácil de recordar y enseñar: **CONECTA.** Cada letra representa un paso crucial en el proceso de venta, enfocado en la psicología del cliente.

### C • Conectar con el dolor (el gancho)

**Objetivo:** captar la atención inmediata del cliente demostrando que entiendes su mundo y su problema mejor que nadie. La gente no compra productos, compra soluciones a sus problemas.

**Descripción del problema:** *“Llegas al final del día y sientes que, a pesar de haber trabajado 10 horas, tu lista de pendientes es más larga que al empezar...”*

**Preguntas de agitación:** *“¿Te sientes frustrado al ver que tus competidores avanzan mientras tú pareces estancado en las mismas tareas operativas? ¿Te preocupa no tener tiempo para lo que realmente importa: tu familia o tu estrategia de crecimiento?”*

**Declaración de empatía:** *“Sé exactamente cómo se siente.”*

### O • Ofrecer la visión (la oportunidad)

**Objetivo:** crear un contraste poderoso entre su dolorosa realidad actual (Punto A) y un futuro deseable y alcanzable (Punto B). Esto genera deseo.

**Pintar el futuro ideal:** *“Ahora imagina esto: sales de la oficina a tu hora, con la tranquilidad de que tu equipo tiene todo bajo control. Tienes fines de semana libres para disfrutar y tu negocio no solo funciona, sino que crece sin que tú seas el cuello de botella.”*

**Declaración de posibilidad:** *“¿Y si te dijera que esa tranquilidad y ese crecimiento no son un sueño, sino un resultado planificado?”*

## **N · Navegador experto (posicionamiento y autoridad)**

**Objetivo:** presentarte a ti mismo no como un vendedor, sino como el **guía experto y confiable** que tiene el mapa para llevarlos del Punto A al Punto B.

**Frase corta:** *“Yo ayudo a [tipo de cliente] a lograr [resultado deseado].”*

**Frase larga:** *“Yo ayudo a dueños de pymes como tú a automatizar sus operaciones para que puedan duplicar su tiempo libre sin sacrificar el crecimiento de su empresa.”*

**Prueba de autoridad:** *“Durante mis 8 años de experiencia como consultor de procesos y después de ayudar a más de 50 empresas, he identificado un patrón claro...”*

## **E · Explicar el método (el plan claro)**

**Objetivo:** eliminar la confusión y el miedo a lo desconocido. Al mostrar un plan claro y por pasos, haces que la transformación parezca sencilla y alcanzable.

**Nombra tu método:** *“Para lograr esto, he creado el ‘Sistema de Operación Autónoma’.”*

**Describe los pasos (3-4 máximo):** *“Funciona en tres fases simples: 1) Diagnóstico y Mapeo, donde identificamos tus cuellos de botella. 2) Implementación de Herramientas, donde instalamos el software clave. 3) Capacitación y Delegación, donde formamos a tu equipo para que el sistema funcione solo.”*

## **C · Casos de éxito (validación social)**

**Objetivo:** probar que tu método no solo funciona en teoría, sino que ya ha funcionado para personas como él.

**Cuenta una historia (testimonio):** *“Déjame contarte sobre Ana. Cuando llegó a mí, estaba al borde del burnout. Después de implementar el sistema, no solo redujo sus horas de trabajo en un 40%, sino que el mes pasado se tomó sus primeras vacaciones de dos semanas en 5 años, mientras su negocio facturaba un 15% más.”*

## **T · Tomar acción (CTA)**

**Objetivo:** indicar de forma clara, directa y sencilla cuál es el siguiente paso que debe dar el cliente. No dejes espacio para la duda.

**CTA directo:** *“Si lo que te he contado resuena contigo y quieres ver si este sistema puede funcionar para ti, el siguiente paso es muy simple.”*

**Instrucción específica (formulario):** “Haz clic en el botón de abajo y completa el breve formulario. Me tomará menos de 2 minutos de tu tiempo y nos permitirá agendar una llamada de diagnóstico gratuita.”

**Instrucción específica (WhatsApp):** “Envíame un mensaje de WhatsApp con la palabra ‘SISTEMA’ al número que aparece en pantalla para conversar directamente.”

## PASO 5

### Prompt para generar tu discurso de ventas con IA

Este prompt está diseñado para que cualquier persona pueda completarlo, entregándole a Claude (Sonnet) toda la información que necesita para crear un discurso potente usando la estructura **CONECTA**.

**Instrucciones:** copia y pega el siguiente texto en Claude (modelo Sonnet) y rellena la información solicitada en cada campo entre corchetes. Sé lo más específico y detallado posible.

#### PROMPT · DISCURSO DE VENTAS CONECTA

Actúa como un copywriter experto en ventas y un psicólogo del consumidor. Tu objetivo es crear un discurso de ventas persuasivo y completo utilizando la estructura CONECTA. El discurso debe ser empático, generar confianza y llevar a la acción.

Utiliza la siguiente información para construir cada una de las 6 secciones:

##### 1. INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

- Mi producto/servicio: [Ej: Consultoría de marketing digital para dentistas]
- Mi cliente ideal: [Ej: Dentistas dueños de su clínica, 5-10 años de experiencia, abrumados por el marketing]
- Tono de voz: [Ej: Profesional pero cercano, orientado al cierre]

##### 2. CONECTAR CON EL DOLOR

- Principal problema del cliente: [Ej: No saben cómo atraer pacientes consistentes a través de internet]
- Sentimientos y frustraciones: [2-3 frustraciones específicas]

##### 3. OFRECER LA VISIÓN

- Resultado deseado del cliente: [Ej: Tener una agenda llena de citas para tratamientos de alto valor]
- La transformación emocional: [Cómo se sentirían al lograrlo]

#### 4. NAVEGADOR EXPERTO

- Mi frase corta: “Ayudo a [cliente] a lograr [resultado].”
- Mis credenciales: [Años de experiencia, clientes ayudados, certificaciones]

#### 5. EXPLICAR EL MÉTODO

- Nombre de mi método: [Ej: “El Método Paciente Ideal™”]
- Los 3 pasos de mi método:
  - [Paso 1]
  - [Paso 2]
  - [Paso 3]

#### 6. CASOS DE ÉXITO

- Testimonio (historia antes/después): [Resume un caso real]

#### 7. TOMAR ACCIÓN (CTA)

- Acción específica que deben tomar: [Ej: Agendar una llamada de diagnóstico de 15 minutos]
- Instrucción del CTA: [Ej: Haciendo clic en el botón y eligiendo la hora en mi calendario]

INSTRUCCIÓN FINAL: Con toda esta información, redacta el discurso de ventas completo, separando claramente cada una de las 6 secciones (Conectar, Ofrecer, Navegador, Explicar, Casos de Éxito, Tomar Acción) para que el resultado sea coherente, persuasivo y siga la estructura al pie de la letra.

RESULTADO · PEGA AQUÍ LO QUE TE ENTREGUE CLAUDE

**P A S O 6****Manejo de objeciones: la oportunidad para reforzar tu valor**

Las objeciones son una **señal de interés**. La más común siempre será el precio.

**Objeción: “Es muy caro”**

**Nunca, jamás, bajes tu precio.** Hacerlo devalúa tu servicio y tu autoridad.

**Tu respuesta:** *“Entiendo tu preocupación por el precio. Déjame preguntarte, ¿comparado con qué lo sientes caro? ¿O cuál es el costo para ti de no resolver este problema en los próximos 6 meses?”*

Re-enfoca la conversación en el valor y el costo de la inacción, no en el precio del servicio.

**Objeción: “Tengo que pensarlo”**

**Tu respuesta:** *“Por supuesto. Para ayudarte a tomar la mejor decisión, ¿cuál es la parte específica que te gustaría pensar mejor? ¿Es el plan que te propuse, la inversión, o si es el momento adecuado?”*

Esto te permite descubrir la objeción real y manejarla.

**P A S O 7****El cierre del trato y los sistemas de gestión**

Una vez que el cliente dice “sí”, el proceso debe ser impecable.

## Cómo pedir el pago

Para servicios de alto valor, es muy efectivo cobrar en parcialidades. **Antes de cobrar**, yo siempre envío un correo electrónico con la propuesta de servicio completa, mis antecedentes personales (cédula de identidad, títulos profesionales, postgrados) y la cuenta corriente. Le indico al cliente que **con el primer 50% del pago yo parto el trabajo, y cobro la segunda mitad contra entrega** (cobro primero y después entrego). Esto crea un compromiso mutuo y facilita la decisión para el cliente. Envía una propuesta formal por escrito con los detalles y las instrucciones de pago.

## Tus herramientas para la gestión

Para no volverte loco, necesitas un sistema. Te recomiendo estas tres herramientas:

- **Trello:** es mi herramienta de trabajo. Acá voy creando tableros (ventas, clientes activos, marketing, etc.). Luego, por cada cliente creo una tarjeta. En la sección de automatización puedes pedirle a Trello que cree checklists con los procesos de tu trabajo.
- **Google Workspace:** para tener tu correo profesional, compartir documentos de forma segura y gestionar tu calendario.
- **Excel:** ¡sirve para absolutamente todo!

Te dejo el link con la planilla de clientes que yo utilizo para mantener el orden de las cuentas:

## PLANILLA COBRO CLIENTES.xlsx

### DATO ADICIONAL

#### Cómo usar la planilla de cobro

En el TOTAL pones el monto completo. La planilla calcula sola el IVA (en Chile es 19%). Si en tu país es diferente, cambia el factor en la celda NETO (aparece dividido por 1,19: ese 19 lo cambias por el porcentaje de impuesto que pagas en tu país).

**Ejemplo:** cobré \$1.000.000 CLP (unos 1.000 USD) en 2 cuotas de \$500.000 CLP cada una (agosto y septiembre 2025). El cliente ingresó el 1 de agosto y terminé con su trabajo el 25 de agosto. La planilla calcula automáticamente cuántos días trabajamos en ese proyecto.

Cuando el cliente paga, en la columna “fecha de pago” se agrega la fecha, y en “pagado” cuánto pagó efectivamente. La planilla calcula automáticamente cuánto falta. La columna IVA sirve para filtrar cuánto impuesto deberás pagar al final del mes.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X
1	N°	Nombre	Apellido	Telefono	Email	\$ Total	Neto	IVA	Ingreso	Termino	Dias	ago-25	Fecha Pago	Pagado	Neto	IVA	Debe	sept-25	Fecha Pago	Pagado	Neto	IVA	Debe
2	1	PRUEBA	PRUEBA	+56912345678	prueba@prueba.com	\$1.000.000	\$840.336	\$159.664	01-08-2025	25-08-2025	24	\$500.000			\$420.168	\$79.832	-\$500.000	\$500.000			\$420.168	\$79.832	-\$500.000
3	2					\$0	\$0	\$0			0				\$0	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0
4	3					\$0	\$0	\$0			0				\$0	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0
5	4					\$0	\$0	\$0			0				\$0	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0
6	5					\$0	\$0	\$0			0				\$0	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0
7	6					\$0	\$0	\$0			0				\$0	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0

N°	Nombre	Apellido	Telefono	Email	\$ Total	Neto	IVA	Ingreso	Termino	Dias
1	PRUEBA	PRUEBA	+56912345678	prueba@prueba.com	\$1.000.000	\$840.336	\$159.664	01-08-2025	25-08-2025	24
2						\$0	\$0			0
3						\$0	\$0			0

L	M	N	O	P	Q	R	S
Dias	ago-25	Fecha Pago	Pagado	Neto	IVA	Debe	sept-25
24	\$500.000			\$420.168	\$79.832	-\$500.000	\$500.000
0				\$0	\$0	\$0	
0				\$0	\$0	\$0	

L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
Dias	ago-25	Fecha Pago	Pagado	Neto	IVA	Debe	sept-25	Fecha Pago	Pagado
24	\$500.000	05-08-2025	\$400.000	\$420.168	\$79.832	-\$100.000	\$500.000		
0				\$0	\$0	\$0			
0				\$0	\$0	\$0			
0				\$0	\$0	\$0			

FA	FB	FC	FD	FE	FF	FG	FH
ago-27	Fecha Pago	Pagado	Neto	IVA	Debe	Total Pagado	Total Debe
			\$0	\$0	\$0	\$400.000	\$600.000
			\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
			\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

## ¡Has completado el Día 5!

Este es el día que transforma tu emprendimiento de un proyecto a un **negocio que genera ingresos**. Has aprendido a valorar tu trabajo, a comunicarlo eficazmente y a cerrar ventas de una manera ética y profesional. Tienes el sistema completo.

Mañana, en el **Día 6**, nos enfocaremos en la optimización. Aprenderás a analizar tus resultados, a mejorar tus sistemas y a aplicar estrategias para trabajar aún menos horas mientras mantienes o aumentas tus ingresos. ¡El sueño está cada vez más cerca!

DÍA 6

# Sistematiza tu Éxito

*Automatizar, tercerizar y optimizar*

¡Bienvenido al Día 6! Si estás aquí, es porque ya has logrado lo que parecía imposible: has convertido tu conocimiento en un negocio que genera ingresos. Has validado tu idea, has atraído prospectos y has cerrado ventas. Ahora mismo, podrías detenerte y disfrutar de un ingreso mayor al que tenías como empleado. Pero la promesa de este libro no es solo ganar más dinero, es **tener más tiempo y mejor calidad de vida**.

Hoy nos enfocaremos en la segunda parte de esa promesa. Aprenderás a construir **sistemas**. Un sistema es un proceso que funciona para ti, incluso cuando no estás trabajando. Es lo que te permitirá escalar tus ingresos sin escalar tu estrés. Hoy dejaremos de pensar en cómo *“hacer más”* y empezaremos a pensar en cómo *“lograr más con menos”*.

## PASO 1

### La filosofía del “Pescador Inteligente”: ¿para qué quieres el dinero?

Antes de sumergirnos en la optimización, quiero contarte una historia que debe convertirse en la filosofía de tu negocio. Es la historia del **pescador y el empresario**, una que me recuerda constantemente por qué elegí este camino.

#### LA HISTORIA DEL PESCADOR Y EL BANQUERO

Un banquero de inversión estadounidense estaba en el muelle de un pueblito costero mexicano cuando llegó un pequeño bote con un solo pescador. Dentro del bote había varios atunes de aleta amarilla de gran tamaño. El estadounidense elogió al mexicano por la calidad de su pescado y le preguntó cuánto tiempo le había tomado pescarlo. El mexicano respondió: *“Solo un ratito”*.

El estadounidense le preguntó por qué no se quedaba más tiempo y pescaba más peces. El mexicano dijo que tenía suficiente para satisfacer las necesidades inmediatas de su familia. El estadounidense entonces preguntó: *“¿Pero qué hace con el resto de su tiempo?”* El pescador dijo: *“Duermo hasta*

*tarde, pesco un poco, juego con mis hijos, echo una siesta con mi esposa María, y voy todas las noches al pueblo donde tomo vino y toco la guitarra con mis amigos. Tengo una vida plena y ocupada, señor.”*

*El estadounidense se burló: “Soy un MBA de Harvard y puedo ayudarte. Deberías pasar más tiempo pescando y, con las ganancias, comprar un bote más grande. Con las ganancias del bote más grande, podrías comprar varios botes, y eventualmente tendrías una flota. En lugar de vender tu pesca a un intermediario, la venderías directamente a la procesadora, y eventualmente abrirías tu propia procesadora. Controlarías el producto, el procesamiento y la distribución. Tendrías que dejar este pueblo y mudarte a la Ciudad de México, luego a Los Ángeles y finalmente a Nueva York, donde dirigirías tu empresa en expansión.”*

*El pescador preguntó: “Pero señor, ¿cuánto tiempo tomará todo eso?” El estadounidense respondió: “De 15 a 20 años.” “¿Pero y luego qué, señor?” “Esa es la mejor parte. Cuando sea el momento adecuado, anunciarías una OPI, venderías las acciones de tu empresa al público y te harías muy rico. Ganarías millones.” “Millones, señor. ¿Y luego qué?” Dijo el estadounidense: “Luego te retirarías. Te mudarías a un pequeño pueblo costero donde podrías dormir hasta tarde, pescar un poco, jugar con tus hijos, echar una siesta con tu esposa, e ir por las noches al pueblo a tomar vino y tocar la guitarra con tus amigos.”*

Esta historia es la esencia de este día. El objetivo no es construir una máquina de trabajo insaciable, sino:

*Crear un GRAN negocio, siendo una PEQUEÑA empresa.*

Un negocio que te dé los recursos para vivir la vida que quieres, **AHORA**.

## P A S O 2

### **El principio de Pareto para emprendedores: encuentra tu 20% de oro**

La herramienta más poderosa para lograr la filosofía del pescador es la **Ley de Pareto**, o el principio 80/20. Este principio establece que, en la mayoría de los casos, **el 80% de tus resultados provienen de solo el 20% de tus esfuerzos**. Tu misión como CEO de tu negocio es identificar y enfocarte obsesivamente en ese 20%.

## EJERCICIO PRÁCTICO

**Ejercicio 1 · Identifica tu 20% de clientes rentables**

Abre una hoja de cálculo. Lista a todos tus clientes del último mes. Al lado, anota cuánto te pagaron y, honestamente, califica del 1 al 10 cuánto **“dolor de cabeza”** te generaron (llamadas fuera de hora, cambios constantes, etc.).

Te garantizo que descubrirás que un pequeño puñado de clientes (tu 20%) te generó la mayor parte de tus ingresos (el 80%). ¿Y el resto? Probablemente te generaron la mayor parte del estrés. **Tu objetivo es encontrar más clientes como ese 20% de oro.**

## EJERCICIO PRÁCTICO

**Ejercicio 2 · Identifica tu 20% de tareas productivas**

Haz una lista de todas las tareas que realizaste la semana pasada. Desde revisar el correo hasta las llamadas de venta, pasando por la creación del servicio.

Luego, marca las que contribuyeron **DIRECTAMENTE** a generar ingresos. Te darás cuenta de que solo unas pocas tareas (el 20%), como las llamadas de venta o el trabajo profundo en un proyecto de cliente, generaron el 80% de tus resultados positivos. **El resto fue “estar ocupado”.**

## PASO 3

**La matriz de la eficiencia: Eliminar, Automatizar, Tercerizar**

Una vez que has identificado tus tareas no productivas con la Ley de Pareto, aplicarás esta matriz para liberar tu tiempo.

**3.1 · Eliminar (la fuga de energía)**

Esta es la acción más rentable de todas. Hay tareas que simplemente no deberías hacer. Basado en la lista de **“cosas que no hacer”**, elimina implacablemente:

- **Reuniones innecesarias:** si un email o un audio de WhatsApp lo resuelve, no agendes una reunión.
- **Revisar el correo por la mañana:** dedica tu energía matutina a tu 20% de tareas productivas.
- **Improvisar tu día:** planifica siempre tu jornada el día anterior para no gastar energía en decidir qué hacer.

### 3.2 · Automatizar (tu ejército de robots)

Cualquier tarea repetitiva y basada en reglas puede ser automatizada. Algunas herramientas:

- **Calendly:** automatiza la agenda de reuniones.
- **Software de Email Marketing:** automatiza el seguimiento a prospectos que aún no se deciden.
- **Plantillas de correo:** para las preguntas más frecuentes, ten respuestas pre-escritas. **Las que más ocupo son las de propuestas y entregables.**

#### Email Marketing: las 3 plataformas para empezar

El email marketing es una de las herramientas con mejor retorno de inversión que existe: te permite mantener contacto con prospectos que aún no compraron y con clientes que ya compraron, sin pagar por cada mensaje. Hoy hay tres plataformas que destacan para emprendedores que recién empiezan, todas con plan gratuito:

- **Brevo (antes Sendinblue):** mi favorito para LATAM. Plan gratuito con contactos **ilimitados** y hasta 300 correos al día (~9.000 al mes). Cobra por envíos, no por contactos almacenados, lo que es ideal si vas a acumular una base grande pero solo enviar campañas ocasionales. Incluye CRM básico y envío de SMS y WhatsApp en sus planes pagados.
- **MailerLite:** la más simple y limpia para principiantes. Plan gratuito con 500 suscriptores y 12.000 correos al mes. Incluye automatizaciones, landing pages y A/B testing sin pagar nada. Si nunca has usado una herramienta de email marketing, esta es la más fácil para arrancar.
- **Mailchimp:** la más conocida del mercado. Su plan gratuito hoy es bastante limitado (250 contactos, 500 correos al mes y sin automatizaciones), pero la incluyo porque tiene un ecosistema enorme de integraciones. Si vas a operar internacionalmente, vale la pena considerarla.

#### DATO ADICIONAL

##### Mi recomendación

Empieza con **Brevo** si valoras almacenar todos tus contactos sin pagar, o con **MailerLite** si tu prioridad es facilidad de uso. Cualquiera de las dos te alcanza para tus primeros 500-1.000 contactos sin gastar un peso.

#### 10 reglas para una campaña de email que convierta

- **Construye tu lista con consentimiento.** Solo envía correos a personas que te dejaron su email voluntariamente (formulario de la landing, clientes pasados, contactos comerciales). Comprar listas está prohibido y termina en spam.

- **Segmenta tu lista.** No envíes lo mismo a todos. Separa al menos en dos grupos: prospectos (aún no compraron) y clientes (ya compraron). A cada uno le hablas distinto.
- **El asunto es lo más importante.** Es lo único que decide si abren o no el correo. Que sea corto (40-60 caracteres), específico y despierte curiosidad. Evita palabras tipo “*GRATIS*” o “*OFERTA*” en mayúsculas: te van directo a spam.
- **Aporta valor antes de vender.** Aplica la regla 80/20: 80% del contenido debe enseñar, ayudar o entretener. Solo el 20% es venta directa. Si solo mandas promociones, la gente se da de baja.
- **Personaliza con el nombre.** Todas las plataformas te dejan insertar el nombre del destinatario automáticamente (“*Hola Felipe,*” en vez de “*Hola,*”). Es un detalle simple que sube las tasas de apertura.
- **Mobile first.** Más del 60% de los correos se abren en el celular. Antes de enviar, prévisalo en móvil. Párrafos cortos, botón grande, imágenes livianas.
- **Una sola acción por correo.** No metas tres botones distintos pidiendo cosas distintas. Cada correo debe tener un solo CTA claro: “*Agenda tu reunión*”, “*Lee el artículo*”, “*Responde con tu duda*”.
- **Frecuencia consistente.** Mejor un correo bueno cada 15 días, que tres correos malos en una semana y luego silencio dos meses. La consistencia construye confianza.
- **Mide y ajusta.** Las tres métricas que importan: tasa de apertura (¿abren tu correo?), tasa de clics (¿se interesan?) y tasa de conversión (¿hacen lo que pides?). Una buena tasa de apertura ronda el 25-30%.
- **Limpia tu lista.** Cada 3-6 meses elimina los contactos inactivos (los que no han abierto nada). Una lista chica y comprometida vale más que una lista grande y muerta. Además, mejora la entregabilidad: Gmail y Outlook castigan a quienes envían a buzones inactivos.

#### DATO ADICIONAL

##### Bonus · Secuencia que funciona

Cuando un prospecto llena tu formulario y no compra, prepara una secuencia automática de 4 correos en los siguientes 14 días: **(1)** bienvenida y caso de éxito, **(2)** guía o artículo útil, **(3)** testimonios de clientes, **(4)** oferta concreta con plazo. Las plataformas de email marketing te dejan automatizar esto en una sola configuración.

### 3.3 · Tercerizar (el arte de delegar)

Este es el paso que te convierte en un verdadero empresario. **Delegar no es un gasto, es una inversión en tu propio tiempo**, que es tu activo más valioso.

- **¿Qué delegar primero?** Las tareas en las que no eres un experto y que te quitan tiempo. La contabilidad es el ejemplo perfecto. Contratar un contador fue una de mis primeras y mejores decisiones. Luego puedes seguir con diseño gráfico, edición de video o gestión de redes sociales.
- **¿Cuándo delegar?** Cuando el tiempo que te toma hacer una tarea te cuesta más en “oportunidades perdidas” que lo que te cuesta pagarle a alguien. Si una tarea administrativa de 50 USD te impide tener una llamada de ventas de 500 USD, estás perdiendo dinero.
- **El siguiente nivel:** eventualmente, incluso podrás delegar partes de tu servicio principal, como hice yo al planificar la contratación de un segundo abogado. Esto te permite escalar, pero ten en cuenta que también aumenta tu responsabilidad, ya que tu nombre y reputación están en juego.

#### P A S O 4

## El análisis del embudo: convierte datos en decisiones

Para optimizar, necesitas hacer un **análisis mensual de tu embudo de ventas**. Revisa estos números clave (KPIs) para encontrar los “cuellos de botella” en tu sistema:

- **Tráfico (Google Ads):** ¿cuántas personas hicieron clic en tus anuncios? Si este número es bajo, necesitas mejorar tus anuncios o palabras clave.
- **Conversión de la Landing Page:** de los que hicieron clic, ¿qué porcentaje llenó el formulario? Si este número es bajo, tu Landing Page no está comunicando el valor correctamente.
- **Tasa de cierre de ventas:** de los que llenaron el formulario, ¿a cuántos les vendiste? Si este número es bajo, necesitas mejorar tu proceso de venta del Día 5.
- **Rentabilidad (ROI):** ¿cuál es tu Costo de Adquisición de Cliente (CAC) y el Valor de Vida del Cliente (LTV)? ¿Estás ganando significativamente más de lo que te cuesta adquirir un cliente?

Este análisis te dirá exactamente dónde enfocar tus esfuerzos de mejora cada mes.

#### P A S O 5

## El combustible del cohete: reinvertir para crecer

Tus primeros 1.000 USD son el combustible para despegar, el dinero que prueba que tu cohete puede salir de la atmósfera. Pero las ganancias que vienen después son el combustible para mantenerte en órbita y explorar nuevas galaxias.

Establece una regla simple: de cada dólar que ganes, después de pagarte tu sueldo (IOD) y cubrir tus costos, destina un porcentaje fijo (**20-30% es un buen punto de partida**) a la reinversión. Este dinero irá a dos áreas: más presupuesto en Google Ads para atraer más clientes, y mejores herramientas o servicios tercerizados para aumentar tu eficiencia.

Esta disciplina convierte tu crecimiento en algo intencional y sistemático, no un golpe de suerte.

## Has completado el Día 6.

Has pasado de ser un profesional que vende sus horas a ser el **arquitecto de un sistema de negocio diseñado para la libertad**. Has aprendido a optimizar, a delegar y a pensar como un CEO.

Mañana, en nuestro **último día**, consolidaremos tu nueva identidad. Hablaremos del futuro, de cómo expandir tu marca y de cómo vivir plenamente la vida que has diseñado para ti. Estás a un solo paso de la meta.

DÍA 7

# De Emprendedor a Empresario

*Tu futuro y próximos pasos*

Bienvenido al Día 7. Tómate un momento para mirar hacia atrás. Hace solo una semana, eras un empleado, quizás frustrado, lleno de dudas y atado a un horario que no controlabas. Hoy, estás en un lugar completamente diferente. **Eres un emprendedor.** Tienes un plan, un servicio validado, una plataforma digital, un sistema para atraer clientes, un proceso de venta y una estrategia para optimizar tu tiempo.

Hoy no vamos a aprender una nueva táctica. Hoy vamos a consolidar tu nueva identidad y a trazar el mapa de tu futuro. Este no es el final del libro: es el primer día del resto de tu vida profesional, una vida diseñada por ti y para ti. Hoy hablaremos de cómo tomar todo lo que has construido y convertirlo en un legado de **libertad y propósito.**

PASO 1

## El hito que lo cambia todo: tus primeros \$1.000 USD independientes

Quiero que te detengas en el momento en que recibas tus primeros 1.000 USD generados por tu propio negocio. Ese dinero es diferente a cualquier salario que hayas recibido. **No es una recompensa por calentar una silla durante 8 horas.** Es la prueba irrefutable de que todo este sistema funciona.

Ese dinero significa:

- Que tu habilidad tiene un valor real en el mercado.
- Que has identificado correctamente un dolor y has ofrecido una solución efectiva.
- Que tu mensaje en la Landing Page conecta con la gente.
- Que tu campaña de Google Ads está bien dirigida.
- Que tu proceso de venta genera confianza.
- Que has vencido el miedo y has pasado a la acción.

*Esos primeros 1.000 USD son la validación más poderosa de tu nueva identidad. Celébralos.*

Son el combustible que usaste para despegar el cohete. Son el punto de no retorno. A partir de aquí, ya no eres alguien que “*intenta*” emprender. **Eres alguien que emprende.**

## P A S O 2

### **Expandiendo tu voz: el rol inteligente de las redes sociales**

Hasta ahora, he sido muy claro: **las redes sociales no son tu negocio principal para captar clientes con intención de compra.** Ese rol lo cumple Google. Sin embargo, una vez que tu sistema de adquisición de clientes está funcionando y generando ingresos, puedes y debes empezar a usar las redes sociales en algún momento de tu carrera, pero con un propósito diferente y mucho más estratégico: **no para vender, sino para expandir tu marca y posicionarte como una autoridad en tu campo.**

El objetivo ya no es la venta directa, sino construir una comunidad y generar confianza a largo plazo.

- **Elige UNA plataforma:** no intentes estar en todos lados. Elige la red social donde tu Avatar (definido en el Día 2) pasa más tiempo. Si tus clientes son otros profesionales, probablemente sea **LinkedIn**. Si tu servicio es muy visual (diseño, cocina, fitness), podría ser **Instagram**.
- **Aporta valor, no pidas nada a cambio:** tu contenido debe ser **90% valor y 10% promoción**. La gente no te seguirá para que le vendas, te seguirá porque le enseñas, le inspiras o le resuelves pequeños problemas de forma gratuita.

## P A S O 3

### **Creando contenido de valor: de vendedor a mentor**

¿Y qué publicas en esa red social? Tu contenido debe ser un reflejo de tu marca, “**El Mentor Metódico**”. Debe ser útil, empático y estructurado. Tu misión es empoderar a tus seguidores.

Una estrategia de contenido simple y poderosa se basa en **tres pilares**:

#### **Educar**

Simplifica lo complejo. Comparte consejos prácticos, errores comunes a evitar en tu área, tutoriales cortos, o explica un concepto difícil de tu industria de manera sencilla. **Conviértete en la fuente de referencia** a la que la gente acude para entender mejor tu campo.

#### **Inspirar**

Sé transparente. Comparte tus éxitos, pero también tus fracasos y lo que aprendiste de ellos. Cuenta la historia de cómo pasaste de empleado a emprendedor. Comparte casos de éxito de tus clientes (siempre con su permiso). **La gente conecta con las historias, no con los logos.**

## Interactuar

No uses las redes sociales como un megáfono. Haz preguntas. Pide opiniones. Responde a cada comentario. Inicia conversaciones. El objetivo es construir una **comunidad de personas que confían en ti** y que, cuando estén listas para comprar, serás la única opción que consideren.

### P A S O 4

## El camino a seguir: profundizar, escalar y construir

Tu negocio actual, donde vendes tu servicio, es solo el primer peldaño de una escalera mucho más grande. ¿Qué sigue?

### 4.1 • Profundizar, no expandir

La tentación, cuando las cosas van bien, es empezar a ofrecer más y más servicios diferentes. **Es un error.** El camino hacia la maestría (y hacia precios aún más altos) es **acotar y profundizar tu servicio, no expandirlo.** Conviértete en el mejor del mundo en resolver ese problema específico para ese cliente específico. La especialización es la clave de la rentabilidad a largo plazo.

### 4.2 • La escalera de valor: el mapa para escalar tu ingreso

El verdadero secreto para separar tus ingresos de tus horas de trabajo es **crear un ecosistema de productos.** Esto te permite ayudar a más gente en diferentes niveles de compromiso y precio. Tu escalera de valor podría verse así:

NIVEL 1 • ENTRADA — “HAZLO TÚ MISMO CON UNA GUÍA”

#### **E-book — Precio: \$27 USD**

Un producto de bajo costo que resuelve un problema inicial, genera confianza y te permite construir una lista de correo de potenciales clientes para tus ofertas más caras.

NIVEL 2 • PRINCIPAL — “HAZLO TÚ MISMO CON MI SISTEMA”

#### **Curso Online — Precio: \$497 USD**

Aquí empaquetas todo tu conocimiento en un sistema paso a paso que la gente puede seguir a su propio ritmo. **Este es el producto más escalable** que puedes crear.

## NIVEL 3 · PREMIUM — “LO HACEMOS JUNTOS”

**Mentoría grupal o 1 a 1 — Precio: \$2.500 USD**

Para un grupo selecto de clientes que quieren tu supervisión directa para acelerar sus resultados. Es un servicio de alto valor que requiere tu tiempo, pero a una tarifa mucho mayor.

## NIVEL 4 · SERVICIO — “LO HAGO POR TI”

Este es el servicio que ya ofreces. Sigue siendo una parte importante de tu negocio, pero ya no es la única.

**4.3 · Construyendo un equipo**

Llegará un punto en que tu tiempo se volverá el cuello de botella. Ahí es cuando consideras delegar y contratar. Como lo planifiqué en mis propias metas, puedes empezar con un contador o un asistente virtual, y eventualmente, incluso contratar a otro profesional para que te ayude a ejecutar los servicios, **liberándote para que te enfoques en la estrategia**, la creación de nuevos cursos y el crecimiento del negocio.

**Has completado los 7 días.**

Hace una semana eras un empleado. Hoy eres el arquitecto de tu propio negocio.

En las páginas siguientes te dejo mi mensaje final, escrito desde el otro lado del camino que tú acabas de empezar a recorrer.

D Í A ·

# Has Llegado.

*Bienvenido al primer día del resto de tu vida*

Hemos llegado al final de nuestro viaje de 7 días. Quiero que te tomes un momento para reconocer la magnitud de tu logro. Has pasado **de la inercia a la acción, de la duda a la claridad, de la dependencia a la libertad.**

Has construido, desde cero, un negocio funcional. Pero más importante aún, has forjado una nueva identidad. Ya no eres solo tu profesión. Eres un arquitecto de negocios, un solucionador de problemas, **el CEO de tu propia vida.**

Este libro te ha dado el mapa, pero el viaje es tuyo. Habrá días de éxito y días de aprendizaje. Habrá momentos de duda que deberás superar con los sistemas que has construido. Pero la diferencia es que ahora tienes el control. **El volante está en tus manos.**

La meta nunca fue solo dejar un trabajo. La meta era construir una vida de libertad, propósito y equilibrio. Hoy, esa vida no es un sueño lejano. **Es tu nueva realidad.**

*Felicitaciones, emprendedor. Has llegado. Ahora, sal y vive la vida que has diseñado.*

P A S O ·

## Tu viaje acaba de empezar

Hemos llegado al final de nuestro programa de 7 días, pero **este no es el final de tu historia.** Es, en realidad, el verdadero comienzo.

Hace una semana, probablemente te sentías como un “*Profesional Esforzado*”, atrapado en un ciclo de insatisfacción, estrés y falta de propósito en un trabajo tradicional. Quizás te sentías como yo hace algunos años: trabajando más de 45 horas semanales por un sueldo que no reflejaba tu esfuerzo, soñando con una vida de mayor libertad y significado.

**Hoy, esa persona ha quedado atrás.**

A lo largo de estos siete días, no solo has aprendido tácticas y estrategias. Has desmantelado tus miedos más profundos, no con optimismo vacío, sino con un **plan lógico y estructurado**. Has descubierto que tu valor no reside en cumplir un horario, sino en tu capacidad única para resolverle un problema a alguien que busca una solución. Has aprendido a construir una plataforma digital, a atraer clientes de forma predecible y a tener conversaciones de venta que se sienten como un acto de servicio, no de presión. Has diseñado sistemas basados en la eficiencia para poder, finalmente, **trabajar menos y ganar más**.

Has completado el mapa. Has construido el vehículo. **Ahora, el viaje es tuyo.**

## P A S O ·

### La filosofía que te sostendrá

Más allá de cualquier herramienta, la mentalidad que has adoptado es tu activo más valioso. Recuerda siempre la historia del **pescador inteligente**. El objetivo de este viaje nunca fue simplemente acumular más riqueza o construir un imperio que te consumiera. El objetivo es **diseñar un negocio que sirva a tu vida, y no al revés**. Una vida con más tiempo para tu familia, para tu salud, para tus pasiones. Una vida de equilibrio e integración, donde el trabajo sea una fuente de propósito y no de agotamiento.

*¿Esto me acerca más a la vida que quiero vivir, o me aleja de ella?*

Cuando te enfrentes a decisiones difíciles sobre el crecimiento de tu negocio, hazte siempre esa pregunta. **Será tu brújula.**

## P A S O ·

### El camino que te espera

Seré honesto contigo: el camino del emprendedor **no es una línea recta**. Habrá desafíos inesperados, momentos de duda y obstáculos que pondrán a prueba tu resiliencia. Habrá meses espectaculares y otros no tan buenos, pero incluso en estos últimos, encontrarás una oportunidad de mejora y optimización.

La gran diferencia es que ahora no te enfrentarás a ellos con las manos vacías. **Tienes un sistema**. Tienes las herramientas para analizar qué funciona y qué no. Ya no eres una víctima de las circunstancias, eres el arquitecto de tus resultados. Los resultados de tu negocio, para bien o para mal, son ahora directamente proporcionales a tu esfuerzo y a la calidad de tu trabajo. Y eso, aunque conlleva una gran responsabilidad, es la forma más pura de libertad.

## P A S O ·

### Un mensaje final de mi parte

Creé este libro porque yo mismo recorrí este sinuoso camino. Sé lo que se siente estar atrapado y soñar con algo más. Y también sé la increíble sensación de lograrlo: de pasar de un **salario fijo de 800 dólares a facturar entre 10.000 y 12.000 dólares al mes**, pero, sobre todo, de **reducir mis horas de trabajo a la mitad**.

Mi misión con este libro es empoderar a profesionales como tú para que construyan una vida de libertad y propósito a través de un emprendimiento planificado y metódico. Si has seguido los pasos, ya no necesitas que nadie te dé permiso para tener éxito. **Te lo has ganado tú mismo.**

Has dado el paso más difícil. Has elegido la incertidumbre de la libertad por encima de la “seguridad” de la mediocridad. Has demostrado tener el coraje y la disciplina para rediseñar tu vida profesional.

El viaje de “**Empleado a Emprendedor**” no dura 7 días. Es una transformación que durará toda la vida. Pero la parte más difícil, el salto inicial, **ya la has dado.**

**Ahora, cierra este libro, levanta la vista y mira el futuro que has construido.**

**Bienvenido a tu nueva vida.**

Ve a vivirla.

— Felipe Aguirre Gutiérrez

E L O P E R A D O R

Felipe Aguirre Gutiérrez · 2026