CASO DE ESTUDIO · ARIA-CS-001 · NOVIEMBRE 2026

53 llamadas agendadas a US$ 5,23 **con el mismo sistema que instalamos a nuestros clientes.**

Este caso muestra el programa completo, en el orden en que lo vive un cliente: el research, la estrategia, los sistemas, las campañas, la venta y la entrega. Cada fase trae sus entregables, para que veas exactamente qué recibes.

EMPRESA	PROGRAMA	CANAL	PERIODO
ARIA IA	Accelerator · 6 meses	Meta Lead Ads	10 – 19 nov. 2026

Todo lo que incluye el programa

Cinco fases, ocho agentes y un equipo detrás

01	Foundations	Brief de arranque, research de mercado, competidores y oferta	5 anexos
02	Systems	El snapshot de GHL con 6 sistemas instalados por nosotros	7 anexos
03	Growth	Landing, VSL, anuncios, formulario y campañas	5 anexos

04	**Sales**	Ficha del lead, guion, calculadora, pre-call, objeciones y propuesta	6 anexos
05	**Scale**	El brief de arranque, tu primer cliente con tu marca y el snapshot para repetirlo	4 anexos
+	**Agentes de IA**	8 agentes que trabajan en todas las fases	8 muestras
+	**Acompañamiento**	Kickoff, coaches por frente, success manager y comunidad	–

RESUMEN

Con US$ 277 en Lead Ads, en 10 días, 63 dueños de agencia llenaron el formulario y 53 agendaron una llamada. El lead scoring marcó 31 como «prioriza». Asistieron 21, a 14 se les presentó la oferta y 5 firmaron el Accelerator.

US$ 5,23
por llamada agendada
real · Meta

8 de 10
formularios terminan en cita
real · Meta

US$ 8,94
por cita calificada

US$ 11.250
en ventas, con ticket promedio de US$ 2.250

El punto de partida

Antes: llamadas caras y una agenda que dependía de Instagram

En el mismo mes, una llamada agendada desde mensajes directos costó US$ 30,41, y desde visitas al perfil, US$ 170,42. La pregunta era si se podía llenar la agenda del closer con dueños de agencia calificados, sin que nadie del equipo persiguiera leads.

Campaña · últimos 30 días	Inversión	Llamadas agendadas	Costo por llamada
Visitas al perfil (VAP)	US$ 852,08	5	US$ 170,42
Mensajes directos (IG DM)	US$ 395,39	13	US$ 30,41
Lead Ads · Nueva Era	**US$ 277,26**	**53**	**US$ 5,23**

Tabla 1 · Costo por llamada según el canal. Fuente: Meta Ads Manager, evento de cita agendada. Datos reales.

Fase 01 · Foundations

Primero el diagnóstico: el research decide la oferta, no al revés

Todo empieza con el brief de arranque y una llamada uno a uno. Antes de construir nada, se reúne lo que ya se sabe del negocio y se completa lo que falta. De ahí salen el nicho y la oferta.

BRIEF DE ARRANQUE

El negocio, en un solo documento

ARIA lo arma antes del kickoff.

NICHO

Elegimos dónde jugar

Con datos del research, no por intuición.

PLAN

Ruta de 6 meses

Qué se instala, en qué orden y quién lo hace.

Research de mercado

El agente Research lee lo que el cliente ideal dice cuando nadie le está vendiendo, y ordena los dolores por frecuencia, con cada cita y su fuente.

Dolor	Lo que dicen, textual	Menciones
Todo pasa por el dueño	*«Si yo no contesto el WhatsApp, no se cierra nada.»*	72
Cobrar por tareas	*«Trabajo más que el año pasado y facturo lo mismo.»*	58
Ya pagó y no funcionó	*«Pagué dos mentorías y lo único que me dieron fueron videos.»*	41

Tabla 2 · Muestra del research de agencias.

Estrategia de oferta

El agente Estratega convierte el research en tres decisiones: a quién le vendemos, qué categoría ocupamos y cómo bajamos el riesgo de decir que sí.

CLIENTE IDEAL

Agencias estancadas bajo US$ 20.000 al mes

Hispanohablantes, que trabajan para negocios con citas.

CATEGORÍA

De agencia tradicional a Agencia AI Native

La IA opera, las personas dirigen.

RIESGO INVERTIDO

El riesgo, de nuestro lado

Las condiciones se definen en la llamada, según tu agencia.

ANEXOS DE ESTA FASE

A1	Brief de arranque de ARIA	Documento
A2	Market Research: agencias de marketing hispanohablantes	Documento · 9 secciones
A3	Estudio de competidores	Documento · 6 secciones
A4	Oferta: ARIA Accelerator	Documento · 7 secciones
A5	Mapa de proceso de ARIA	Tablero

Fase 02 · Systems

Te instalamos los sistemas: nadie persigue un lead

No te damos un curso para que lo armes tú. Nuestro equipo instala el snapshot en tu GoHighLevel: seis sistemas conectados, con sus automatizaciones, pipelines y agentes.

SISTEMA 01

Leadflow

Cada lead entra a GHL y recibe un WhatsApp en segundos, con el calendario.

SISTEMA 02

Lead Scoring

Puntúa encaje, intención y presupuesto. Las mejores citas llevan la etiqueta «prioriza».

SISTEMA 03

Appflow

Confirma, recuerda y reagenda cada cita para que el lead llegue.

SISTEMA 04

Post-Call

Después de la llamada: resumen, propuesta y seguimiento según el resultado.

SISTEMA 05

Nutrición

Quien no compra hoy sigue recibiendo valor hasta que está listo.

SISTEMA 06

Attribution

Envía a Meta cada cita, asistencia y venta de GHL, para que la campaña optimice hacia llamadas.

Figura 1 · Los seis sistemas del snapshot de ARIA. En azul, los que movieron este caso.

01 **Lead Ad** El formulario entra a GHL	02 **Leadflow** WhatsApp y calendario	03 **Lead Scoring** Etiqueta «prioriza»	04 **Appflow** Confirmación y recordatorios
05 **Post-Call** Resumen y seguimiento			

Figura 2 · El recorrido de un lead de este caso, del anuncio a la llamada.

ANEXOS DE ESTA FASE

B1	Snapshot de GoHighLevel	Instalación
B2	Leadflow	Flujo
B3	Lead Scoring: la matriz	PDF · 3 págs
B4	Appflow	Flujo
B5	Post-Call	Flujo
B6	Nutrición	Secuencia · 30 días
B7	Attribution	Flujo

Fase 03 · Growth

Las piezas que traen los leads, escritas con las palabras del research

Cada pieza usa las palabras del research. Ninguna habla de «inteligencia artificial de punta»: hablan de dejar de ser el cuello de botella.

Anuncio · Lead Ads

¿Facturas lo mismo **trabajando el doble?**

No te falta otro curso. Te falta un sistema que atienda, califique y agende sin que tú estés en el WhatsApp.

Solicitar diagnóstico

FORMULARIO · 5 PREGUNTAS

1. ¿Cuántos clientes activos tienes?
2. ¿Cuánto te paga cada uno?
3. ¿Qué es lo que más te frena?
4. ¿A dónde quieres llegar en 6 meses?
5. ¿Estás dispuesto a invertir?

Al enviar, el calendario se abre en la misma pantalla.

Figura 3 · El anuncio y el formulario. Texto ilustrativo: se reemplaza por el real de la campaña.

ANEXOS DE ESTA FASE

C1	Landing: ariaia.com	En vivo
C2	VSL: Agencia AI Native	Guion · 9 láminas
C3	Paquete de producción: 10 anuncios	Guiones · Meta Forms Funnel

C4	Formulario de calificación	En vivo
C5	Campañas de Meta con sus números	Reporte

Fase 04 · Sales

La cita es la mitad: el guion, las herramientas y el seguimiento hacen la venta

La cita es la mitad del trabajo. La otra mitad es la llamada. Recibes el guion completo, las herramientas que usa el closer y el seguimiento de lo que no se cierra en el momento.

1 Apertura	2 Framework de la llamada	3 Descubrimiento	4 Cuantificar el dolor
5 Presentación de la oferta	6 Dudas antes del precio	7 Cierre	

Figura 4 · Las siete etapas del guion de ventas. En la cuarta, el closer usa la calculadora.

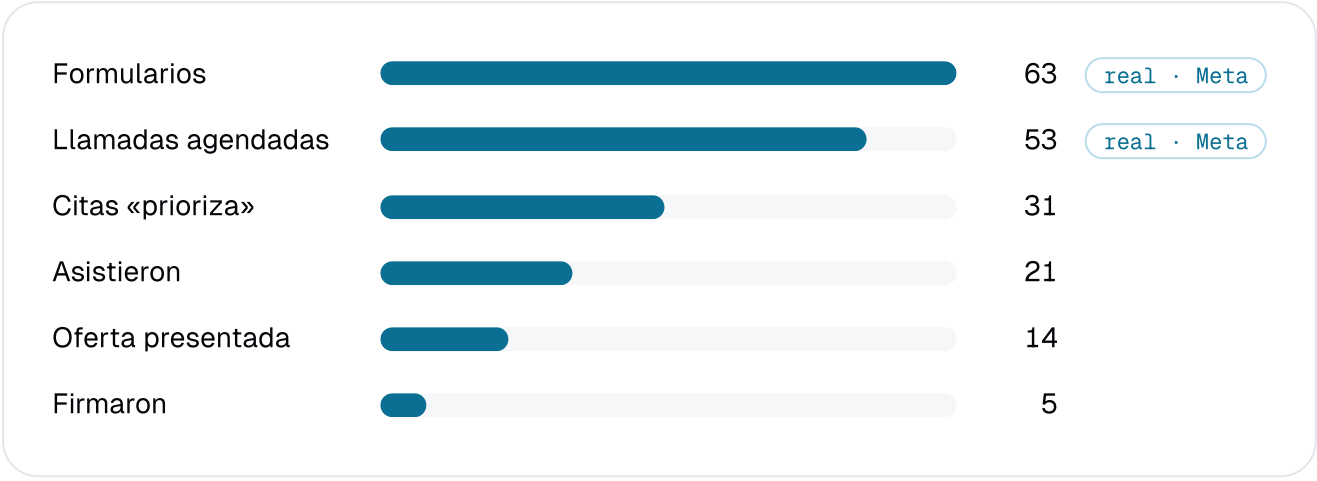


Figura 5 · Del formulario a la firma, en la misma escala (63 = 100 %).

Indicador	Valor	Origen
Costo por llamada agendada	US$ 5,23	real · Meta
Costo por cita calificada	US$ 8,94	
Costo por contrato	US$ 55,45	
Ventas · 5 × US$ 2.250 de ticket promedio	**US$ 11.250**	
Retorno sobre la inversión en anuncios	40 veces	

Tabla 3 · La economía de la campaña.

ANEXOS DE ESTA FASE

D1	Ficha del lead	Documento
D2	Guion de ventas en 7 etapas	Google Doc
D3	Calculadora de dolor	ariaia.com/calculadora
D4	Video pre-call	Video · 7 min
D5	Lista de objeciones con respuestas	Google Doc
D6	Propuesta comercial	Google Doc

Fase 05 · Scale

Tu primer cliente lo hacemos contigo, y te queda listo para repetir

En este caso, Scale es lo que ARIA hizo con quienes firmaron. Seguimos a una de ellas: Carla Méndez, de Agencia Nova, que llegó por el Lead Ad, tuvo su llamada el 19 de noviembre y firmó al día siguiente, después de hablarlo con su socio.

Cuando llega tu primer cliente, nuestro equipo se pone la camiseta de tu agencia y le hace la instalación por ti, con tu marca. Lo que queda es un producto: un snapshot que copias para cada cliente nuevo.

PRIMER CLIENTE

Instalación hecha por nosotros, con tu marca

Tu cliente ve a tu agencia, no a ARIA.

SNAPSHOT

Tu producto, listo para copiar

El segundo cliente se instala en horas, no en semanas.

DASHBOARDS

El tablero de tu agencia y de tus clientes

Leads, citas, asistencia y ventas, en vivo.

ANEXOS DE ESTA FASE

E1	Ficha del cliente: brief de arranque	Documento
E2	Instalación al primer cliente con la marca de Carla	Caso de alumna
E3	Snapshot para copiar	Instalación
E4	Dashboards	Demo

Los agentes de IA

Ocho agentes trabajan en todas las fases, día y noche

Cada agente tiene una tarea, entra en un momento del recorrido y deja un resultado que puedes revisar. Debajo de cada uno hay una muestra de su trabajo.

Research

Foundations

Lee reseñas, foros y anuncios, y entrega los dolores con sus citas.

«Dolor 02 · 58 menciones · cobrar por tareas»

Estratega

Foundations

Convierte el research en cliente ideal, oferta y precio.

«Categoría: Agencia AI Native»

IA Setter · WhatsApp

Systems

Responde en segundos, califica y agenda.

«¿Te acomoda el jueves a las 11 o el viernes a las 4?»

IA Setter · Instagram

Systems

Atiende los mensajes directos y lleva a la llamada.

«Cuéntame cuántos clientes tienes hoy.»

IA Setter de llamadas

Systems

Llama al lead para dejar la cita agendada.

Llamada de 2 min · cita confirmada

Agente de admisiones

Systems

Confirma, recuerda y reagenda cada cita.

«Mañana a las 11:00 es tu llamada. ¿Confirmas?»

Sales Coach

Sales

Escribe el resumen, la propuesta y el seguimiento.

Propuesta enviada 40 min después de colgar

Analizador de llamadas

Sales

Revisa cada llamada y marca qué mejorar.

«Etapa 4 omitida: no se cuantificó el dolor»

El acompañamiento

Detrás del sistema hay personas

Los agentes hacen el trabajo repetitivo. Las decisiones las tomas tú, con un equipo al lado.

01

Kickoff 1 a 1

El diagnóstico y el plan de 6 meses.

02

Slack y videollamadas

Acompañamiento directo, sin esperar a la próxima clase.

03

Coaches por frente

Ads, branding, ventas, negocio e IA: cada frente con su coach, revisando tu avance semana a semana.

04

Success manager

Una persona que sigue tu caso de principio a fin.

05

Comunidad

Otros dueños de agencia en el mismo camino.

Qué explica cada número

No fue un anuncio genial: fue lo que pasa después del clic

El formulario pide solo cinco datos y abre el calendario en la misma pantalla: por eso 8 de cada 10 personas que lo llenan agendan. Y el lead scoring permitió que el closer dedicara su mejor horario a las 31 citas que podían comprar, en lugar de repartirse entre 53.

LIMITACIONES

- Son 10 días y 63 formularios: una muestra chica, que puede cambiar al escalar la inversión.
- Las ventas de high ticket suelen tomar más de una llamada; parte de los contratos puede venir de leads anteriores.
- El costo por contrato solo incluye la publicidad: no cuenta el tiempo del equipo ni las herramientas.
- Meta atribuye las citas con 7 días después del clic o 1 día después de ver el anuncio.

Anexos

Los 27 entregables de este caso

Cada anexo es la pieza tal como la recibe un cliente del Accelerator. Ábrelos uno por uno.

Foundations

A1	Brief de arranque de ARIA	Documento
A2	Market Research: agencias de marketing hispanohablantes	Documento · 9 secciones
A3	Estudio de competidores	Documento · 6 secciones
A4	Oferta: ARIA Accelerator	Documento · 7 secciones
A5	Mapa de proceso de ARIA	Tablero

Systems

B1	Snapshot de GoHighLevel	Instalación
B2	Leadflow	Flujo
B3	Lead Scoring: la matriz	PDF · 3 págs
B4	Appflow	Flujo
B5	Post-Call	Flujo
B6	Nutrición	Secuencia · 30 días
B7	Attribution	Flujo

Growth

C1	Landing: ariaia.com	En vivo
C2	VSL: Agencia AI Native	Guion · 9 láminas
C3	Paquete de producción: 10 anuncios	Guiones · Meta Forms Funnel
C4	Formulario de calificación	En vivo
C5	Campañas de Meta con sus números	Reporte

Sales

D1	Ficha del lead	Documento
D2	Guion de ventas en 7 etapas	Google Doc
D3	Calculadora de dolor	ariaia.com/calculadora
D4	Video pre-call	Video · 7 min
D5	Lista de objeciones con respuestas	Google Doc
D6	Propuesta comercial	Google Doc

Scale

E1	Ficha del cliente: brief de arranque	Documento
E2	Instalación al primer cliente con la marca de Carla	Caso de alumna
E3	Snapshot para copiar	Instalación
E4	Dashboards	Demo

Usamos este sistema para conseguir **nuestros clientes. Lo instalamos para los tuyos.**

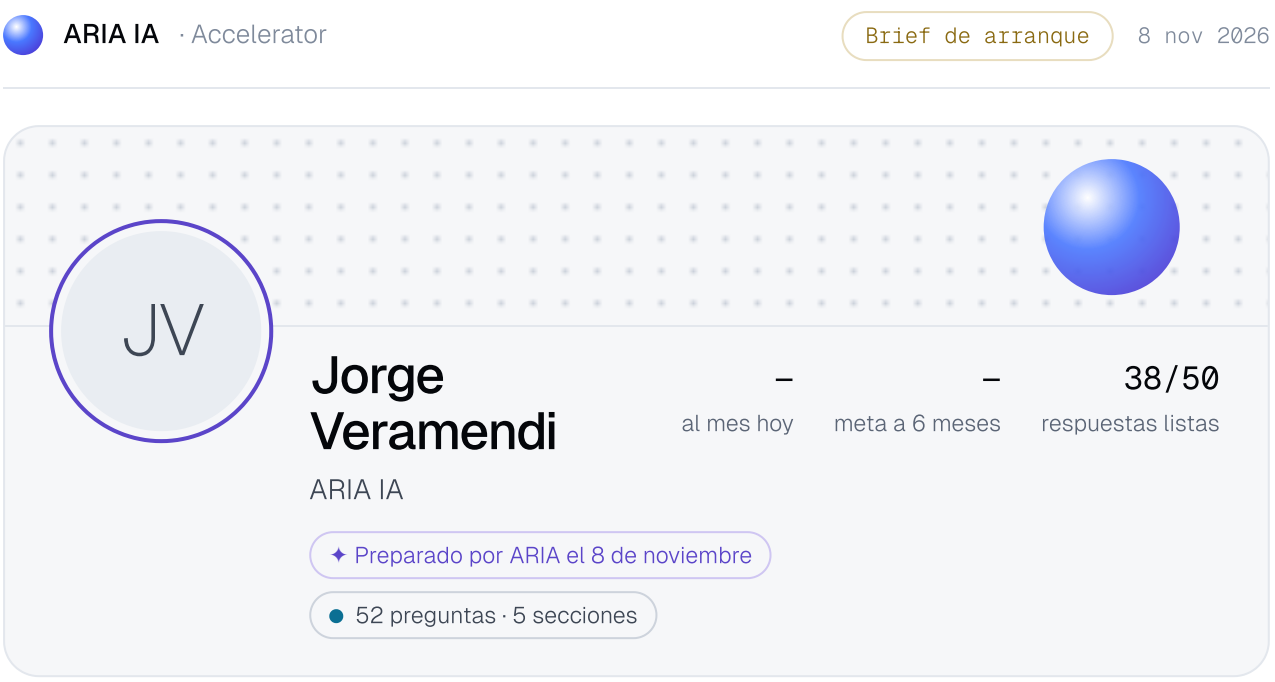
Las cinco fases, los ocho agentes y el equipo, aplicados al nicho de tu agencia.

Los resultados de un caso muestran lo que pasó, no lo que va a pasar con tu agencia.

Brief de arranque de ARIA

muestra ilustrativa

El punto de partida de la campaña. ARIA armó su brief con lo que ya sabía de sus campañas, su web y su oferta, y solo quedó completar lo que faltaba.



Tu negocio

- Le vendes a: **Dueños de agencias de marketing hispanohablantes**
- Modelo: **Programa de implementación, 6 meses**
- Prometes: **Duplicar o triplicar la facturación trabajando menos**
- Ticket: **USD 2,250 en promedio por venta**
- Mercado: **Latinoamérica, EE. UU. y España**
- Operando: **1 a 3 años**

Tu avance

Contacto	5/6
Tu negocio	7/7
Números	4/8
Ventas y metas	14/20
Tu mercado	8/9

Listo · Sugerido por ARIA · Por responder

Contacto

- corporativo@ariaia.com
- Lima, Perú
- ariaia.com

PRE-KICKOFF

Lo que ARIA ya sabe de tu negocio

Hola Jorge. Armé tu brief con tus campañas de Meta, ariaia.com y los documentos de la oferta. **Ya respondí 38 de 50 preguntas por ti.** Revisa que estén bien, elige el dato correcto en las 2 donde las fuentes no coinciden y responde las 10 que solo tú sabes.

Meta Ads · ariaia.com · Documentos de la oferta

1. **Revisa 38 respuestas que llenó ARIA**
   Están en violeta. Confírmalas o corrígelas.
2. **Elige el dato correcto en 2 preguntas**
   Las fuentes no coincidían.
3. **Responde 10 preguntas que solo tú sabes**
   ARIA no encontró estos datos.

✦ Empezar revisión guiada · 50

Ir sección por sección

Puntos de atención

- **¿Cómo consigues clientes hoy?**
  Meta Ads muestra campañas de visitas al perfil y de mensajes directos; ariaia.com lleva a un formulario. Elige el canal principal.
- **¿Quién les responde cuando escriben?**
  Los mensajes directos los atiende un setter y la web, un agente de IA. Elige el correcto.
- **Costo por llamada agendada**
  Meta Ads mide las citas de mensajes directos y visitas al perfil, pero no cuántas terminan en venta. Confírmalo con tu CRM.

Lo que solo tú sabes

? Facturación mensual promedio de los últimos 3 meses
Números · Tu facturación
○ Por responder

? Meta de facturación mensual a 6 meses
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

? Presupuesto para invertir en publicidad desde ahora
Ventas y metas · Cómo consigues clientes
○ Por responder

? ¿A cuántas de esas citas sí asisten?
Ventas y metas · Tu embudo del mes
○ Por responder

? ¿Cuántos clientes nuevos al mes puedes atender sin que se te caiga la operación?
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

? ¿Nos autorizas a usar tus resultados como caso de éxito?
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

ASÍ SE VE CADA PREGUNTA

Muestra de las 5 secciones

6 de 50

1 Nombre completo * — Listo

Jorge Veramendi

Kickoff

2 Nombre de tu negocio o marca * — Listo

ARIA IA

Kickoff

8 ¿Qué vendes, a quién y qué resultados les das? * — Sugerido por ARIA

Un programa de 6 meses que convierte agencias tradicionales en Agencias AI Native.

Documentos de la oferta · Ver de dónde sale

17 Ticket promedio de un cliente nuevo — Sugerido por ARIA

USD 2,250

Documentos de la oferta

21 ¿Cómo consigues clientes hoy? — Sugerido por ARIA

Mensajes directos o visitas al perfil: elige el principal

Meta Ads y ariaia.com no coinciden

15 Facturación mensual promedio de los últimos 3 meses * — Por responder

Sin responder

ARIA no encontró este dato

BRIEF DE ARRANQUE · ARIA IA ACCELERATOR ENVIAR BRIEF

Anexo A2 · Documento · 9 secciones

Market Research: agencias de marketing hispanohablantes

Inicio

Muestra ilustrativa · las cifras y las frases se reemplazan por las del research real de ARIA.

Investigación de mercado, noviembre de 2026

El problema no es conseguir clientes. **Es que todo pasa por el dueño.**

Esto es lo que encontramos al estudiar a las agencias de marketing hispanohablantes con datos reales: qué les duele, quién ya lo resuelve, cuánto pagarían y a quién conviene venderle.

412 reseñas y comentarios de dueños analizados	**3** dolores confirmados con dos o más tipos de evidencia	**1** ángulo descartado: «te hago facturar US$ 10.000 en 30 días»
6 meses de programa, en 5 fases		

Resumen ejecutivo

- **El segmento con mejor encaje** son las agencias de 1 a 5 personas que facturan menos de US$ 20.000 al mes y trabajan para negocios con citas: salud, estética, inmobiliario, hogar.
- **Dolor confirmado en las tres capas:** la agencia depende del dueño. Lo dicen sus clientes en reseñas, lo reconocen los dueños en sus comunidades y hay una industria que cobra por resolverlo.
- **Meta-fuga confirmada:** el dueño no sabe cuánto le genera a cada cliente, así que cobra por tareas y no por resultados.
- **Ángulo descartado:** la promesa de ingresos rápidos. Es la que más desconfianza genera.
- **Precio:** los dueños pagan entre US$ 2.000 y 5.000 por mentorías que no instalan nada; un programa que instala y acompaña soporta un precio mayor si baja el riesgo.

Método

Cinco preguntas en orden, y cada respuesta con pruebas

Los pasos son las preguntas que se responden en secuencia. Las capas son de dónde sale la prueba.

1 **¿A quién?**
Encontrar 3 o 4 segmentos dentro del nicho que puedan pagar y comprar.

2 **¿Qué le duele?**
Listar los dolores en el recorrido de la agencia y auditar el crítico con frases reales.

3 **¿Quién ya lo resuelve?**
Programas, mentorías, snapshots y agencias que lo hacen por ti.

4 **¿Cuánto se puede cobrar?**
Justificado por el valor que se recupera.

5 **¿Cuál elijo?**

> Comparar segmentos con el Filtro de las 4 R y cerrar el documento.

CAPAS DE EVIDENCIA

- **El cliente de la agencia**
  Reseñas de 1 a 3 estrellas de agencias en Google y Clutch
- **El dueño**
  Grupos de Facebook y comunidades de Skool de dueños de agencia
- **Ya pagan por resolverlo**
  Anuncios activos de programas, mentorías y snapshots
- **Tamaño y fase**
  Google Trends y directorios de agencias

Regla de corte: un dolor es real si aparece en 3 o más frases y en al menos 2 capas distintas.

Fuentes

Fuente	Herramienta	Resultado
Google Trends, 5 años	apify/google-trends-scraper	Interés por país
Reseñas de agencias	compass/google-maps-reviews-scraper	120 reseñas de 1 a 3 estrellas
Grupos de dueños de agencia	apify/facebook-groups-scraper	60 publicaciones
Comentarios en hilos	apify/facebook-comments-scraper	232 comentarios

Fuente	Herramienta	Resultado
Biblioteca de Anuncios de Meta	apify/facebook-ads-scraper	74 anuncios activos

Mercado

Un mercado que crece, empujado por GoHighLevel en español

Cada vez más dueños de agencia buscan cómo automatizar, y casi nadie se los instala en su idioma.

INTERÉS POR «GOHIGHLEVEL» EN ESPAÑOL

~22 nov 2021 → **~71** nov 2026

POR PAÍS



Google Trends · escala 0-100

LO QUE FACTURA EL SEGMENTO



Ocho de cada diez agencias del grupo estudiado facturan menos de US$ 20.000 al mes. Es el tamaño donde el dueño todavía hace todo.

Encuesta en grupos de dueños · 180 respuestas

Varios segmentos califican. La cuarta R decide.

El Filtro de las 4 R compara segmentos dentro del mismo nicho: Retorno, Repetible, Recursos y Rápido de encontrar.

Segmento	Retorno	Repetible	Recursos	Rápido de encontrar
Freelancer que quiere ser agencia	Medio	Medio	Bajo	Alto
Agencia de 1 a 5 personas, bajo US$ 20.000, para negocios con citas	Alto	Alto	Alto	Alto
Agencia de e-commerce	Medio	Bajo	Medio	Medio
Agencia de más de US$ 50.000	Alto	Bajo	Alto	Bajo

Gana la agencia pequeña que trabaja para negocios con citas: sus clientes necesitan exactamente lo que instala el snapshot, y sus dueños se encuentran en los mismos grupos y comunidades.

Dolores

La agencia no se estanca por falta de clientes. Se estanca en el dueño.

120 reseñas de clientes de agencias y 292 publicaciones y comentarios de dueños, todo con frases textuales.

LO QUE DICEN LOS CLIENTES DE LAS AGENCIAS

Nadie responde · 4 de 5

«Cuando el dueño se va de viaje, nadie contesta.»

Reseña en Google · agencia, Monterrey

No hay resultados medibles · 5 de 5

«Me mandaban reportes de alcance, nunca de ventas.»

Reseña en Clutch · agencia, Bogotá

Se van al tercer mes · 3 de 5

«A los tres meses no veía clientes y cancelé.»

Reseña en Google · agencia, Madrid

LO QUE DICEN LOS DUEÑOS

Todo pasa por mí

«Si yo no contesto el WhatsApp, no se cierra nada.»

Grupo de dueños de agencia · 72 menciones

Cobro por tareas

«Trabajo más que el año pasado y facturo lo mismo.»

Comunidad de Skool · 58 menciones

Ya pagué y no funcionó

«Pagué dos mentorías y lo único que me dieron fueron videos.»

Grupo de dueños · 41 menciones

Veredicto

Dolor	Clientes	Dueños	Mercado que paga	Veredicto
Todo pasa por el dueño	Sí	Sí	Sí	**Confirmado**
No sabe cuánto genera a cada cliente	Sí	Sí	—	**Confirmado**
Clientes que se van al tercer mes	Sí	Sí	Sí	**Confirmado**
No sabe qué nicho elegir	—	Sí	Parcial	Hipótesis fuerte
«Te hago facturar US$ 10.000 en 30 días»	—	Rechazada	—	Descartado

Competencia y precios

El contenido es barato. La implementación acompañada es cara.

Tipo	Qué ofrece	Precio	Limitación
Cursos grabados de agencia	Videos y plantillas	US$ 297 – 997	El dueño lo arma solo
Snapshots de GoHighLevel	La cuenta configurada	US$ 97 – 497	Sin estrategia ni acompañamiento
Mentorías grupales	Llamadas semanales	US$ 2.000 – 5.000	No instalan nada
Programas que lo instalan, en inglés	Implementación completa	US$ 10.000 – 25.000	En inglés, para otro mercado

Hueco: nadie instala el sistema completo en español, acompaña la venta y hace con el alumno su primer cliente.

Recorrido y fugas

La agencia pierde dinero en cinco puntos

La más costosa es la cuarta. La que habilita el diagnóstico es la meta-fuga.

Paso de la agencia	La fuga	Pieza que la cierra
1. Consigue interesados	Depende de referidos: no sabe cuántos llegan	Campaña y formulario
2. Responde	El dueño contesta cuando puede	IA Setter
3. Agenda la llamada	El prospecto no llega	Appflow
4. Cierra	Vende tareas a precio de tareas	Oferta, guion y calculadora
5. Entrega y retiene	El cliente se va al tercer mes	Snapshot y dashboards
Meta-fuga	El dueño no ve ninguna de las anteriores	Dashboards

Cliente ideal

Dueño de una agencia pequeña que trabaja más cada año y factura lo mismo

AVATAR

Andrés, 34 años, Guadalajara. Agencia de dos personas con 6 clientes, casi todos clínicas. Cobra US$ 900 al mes a cada uno: US$ 5.400. Trabaja 58 horas a la semana y responde WhatsApp hasta la medianoche.

OBJECIONES

1. «Ya pagué mentorías y no funcionaron.»
2. «Eso ya lo hago por mi cuenta.»
3. «Ahora no tengo el dinero.»
4. «No tengo tiempo para un programa.»

Capa	Qué dice
Situación actual	Vive de referidos, cobra por tareas y todo pasa por él
Situación deseada	12 clientes a US$ 1.500, trabajando 40 horas
Conversaciones privadas	«Si me enfermo, la agencia se para.»
Activadores de compra	Un cliente que cancela, un mes sin referidos, una semana de 70 horas
Soluciones previas	Cursos, mentorías, un snapshot que nunca terminó de configurar

Frase de titular: **«Deja de ser esclavo de tu propia agencia.»**

Lo que la oferta tiene que hacer

1. **Promesa:** duplicar o triplicar la facturación trabajando menos, no «más clientes».
2. **Mecanismo:** instalar el sistema por el dueño, no enseñárselo.
3. **Precio:** se define en la llamada, según la agencia.
4. **Prueba:** que ARIA use el mismo sistema para conseguir sus clientes.
5. **Canal:** Lead Ads con formulario de calificación y llamada agendada.

Estudio de competidores

Conclusión

Muestra ilustrativa · las cifras y las frases se reemplazan por las del research real de ARIA.

Estudio de competidores, noviembre de 2026

El contenido ya es commodity. **La implementación en español, no.**

Decenas de programas enseñan a montar una agencia con GoHighLevel. Casi ninguno la instala por el dueño, en su idioma, y hace con él su primer cliente.

28 competidores revisados en cinco grupos	**74** anuncios activos en la Biblioteca de Meta	**US$ 97** lo que cuesta el snapshot más barato
1 cuadrante casi vacío: lo instalan por ti, en español		

Tres hallazgos que cambian la oferta

1. **El snapshot es barato y el acompañamiento es caro.** Un snapshot cuesta desde US$ 97; un programa que lo instala, más de US$ 10.000. ARIA solo sostiene su precio si vende el resultado, no la herramienta.
2. **Los programas en inglés garantizan dinero; los de español garantizan acceso.** ARIA tiene que vender resultados, no acceso.

3. **En español casi no hay programas que instalen.** Los más cercanos venden mentoría grupal.

El mapa

Cuatro cuadrantes, uno casi vacío

ESPAÑOL · TE ENSEÑAN Cursos de agencia · mentorías grupales · comunidades de pago. De US$ 297 a 5.000.	ESPAÑOL · LO INSTALAN POR TI **ARIA** · dos agencias de implementación sin programa ni acompañamiento de ventas.
INGLÉS · TE ENSEÑAN Cursos y comunidades de GoHighLevel · vendedores de snapshots. De US$ 27 a 997.	INGLÉS · LO INSTALAN POR TI Programas done-for-you con garantías en dinero. De US$ 10.000 a 25.000.

La ubicación es por grupo, no por puntaje.

Uno por uno

Los competidores, por grupo

Los nombres se reemplazan por los reales al cargar el estudio.

Competidor	Qué promete	Precio	Español
Programa A	Curso para montar tu agencia de IA	US$ 997	Sí
Mentoría B	Llamadas grupales semanales con un experto	US$ 3.000	Sí
Comunidad C	Plantillas y snapshots cada mes	US$ 97/mes	Sí
Snapshot D	Cuenta de GoHighLevel lista para usar	US$ 297	No

Competidor	Qué promete	Precio	Español
Programa E	Te lo instalamos y garantizamos US$ 10.000 al mes	US$ 15.000	No
Agencia F	Implementación de GoHighLevel por proyecto	Cotizan	Sí

Cómo se anuncian

Casi todos repiten el mismo guion

Patrón	Ejemplo	Qué significa para ARIA
Ingresos rápidos	«US$ 10.000 al mes en 90 días»	Es el ángulo que más desconfianza genera; ARIA no lo usa
Libertad	La laptop en la playa	Nadie le habla al dueño de 58 horas
IA como herramienta	«Usa IA en tu agencia»	ARIA cambia el modelo, no suma herramientas
Clase gratis	Webinar de 90 minutos	ARIA va directo a un diagnóstico con su número

Precios

ARIA se compara con contratar, no con un curso

Opción	Precio	Quién hace el trabajo
Curso grabado	US$ 297 – 997	El dueño

Opción	Precio	Quién hace el trabajo
Mentoría grupal	US$ 2.000 – 5.000	El dueño, con consejos
Contratar un operador de GHL y un closer	US$ 3.000 – 5.000 al mes	Dos personas nuevas
Programa en inglés	US$ 10.000 – 25.000	El proveedor
ARIA Accelerator	**Se define en la llamada · 6 meses**	**ARIA, con el dueño**

Huecos

Lo que casi nadie cubre

1. Instalar el sistema completo por el dueño, en español.
2. Acompañar la venta: guion, calculadora y revisión de llamadas.
3. Hacer con el alumno su primer cliente, con su marca.
4. Bajar el riesgo con pago contra resultado.

Ningún competidor revisado junta las cuatro.

Anexo A4 · Documento · 7 secciones

Oferta: ARIA Accelerator

En una frase

Oferta, noviembre de 2026

Otro curso para tu agencia.
Tu agencia, convertida en AI Native.

*Ayudamos a **dueños de agencias de marketing hispanohablantes estancados bajo US$ 20.000 al mes** a **duplicar o triplicar su facturación trabajando menos**, en **6 meses**, convirtiendo su agencia en una **Agencia AI Native**, sin contratar más equipo y sin volver a cobrar por horas.*

6 meses de programa en 5 fases	**1 llamada** para definir precio y condiciones	**8** agentes de IA instalados
1.er cliente hecho contigo, con tu marca		

Nicho y cliente ideal

El dueño que trabaja más cada año y factura lo mismo

Nicho bajado tres niveles: agencias de marketing → agencias hispanohablantes de 1 a 5 personas → que trabajan para negocios de servicios con citas.

Capa	Qué dice
Situación actual	Vive de referidos, cobra por tareas y todo pasa por él
Situación deseada	Más clientes, mejor pagados, sin estar en el WhatsApp
Activadores	Un cliente que cancela, un mes sin referidos
Soluciones previas	Cursos, mentorías y snapshots que nunca terminó
Objeciones	«Ya pagué mentorías.» «Lo hago por mi cuenta.» «No tengo el dinero.»

Big Idea

La categoría: Agencia AI Native

	Agencia tradicional	Agencia que usa IA	Agencia AI Native
Quién opera	El dueño	El dueño, con herramientas	Los agentes de IA
Qué vende	Tareas	Tareas más rápidas	Resultados
Cómo crece	Más horas	Más horas, menos cansadas	Más sistemas

ENEMIGO

Ser esclavo de tu propia agencia.

La agencia no es la culpable: es la víctima de un modelo que pone al dueño en todos los pasos.

VERDADES INCÓMODAS

1. «No te faltan clientes. Te falta un sistema.»
2. «Si tu agencia se detiene cuando tú paras, tienes un trabajo.»
3. «Cobrar por tareas es venderle tu tiempo a precio de tarea.»

Respaldo: Y Combinator incluyó «AI-Native Service Companies» en sus Requests for Startups de 2026; Sequoia habla de «services as software».

Mecanismo

Cinco fases, en orden

Fase	Qué se hace	Cadena que rompe
Foundations	Diagnóstico, research, nicho y oferta	No saber qué vender ni a quién
Systems	El snapshot instalado por ARIA	Que todo pase por el dueño
Growth	Landing, VSL, anuncios y formulario	Depender de referidos
Sales	Guion, calculadora y revisión de llamadas	Cobrar por tareas
Scale	Primer cliente con tu marca y snapshot para repetir	Empezar de cero con cada cliente

Fórmula y promesa

Parte	Texto
Nicho	Dueños de agencias hispanohablantes bajo US$ 20.000 al mes

Parte	Texto
Resultado	Duplicar o triplicar la facturación trabajando menos
Plazo	6 meses
Mecanismo	Agencia AI Native, en 5 fases
Sin	Contratar más equipo ni cobrar por horas

Promesa de titular: **«Deja de ser esclavo de tu propia agencia.»**

Precio y condiciones

El precio y las condiciones se definen en la llamada, según tu agencia.

Ecuación de valor

Variable	Con ARIA	Estado
Resultado soñado	Facturar el doble trabajando menos	Fuerte
Probabilidad percibida	Instalación hecha por ARIA, acompañamiento y este caso	Fuerte
Tiempo de espera	Primeras citas en el mes 2	Buena
Esfuerzo	ARIA instala; el dueño aprueba y vende	Fuerte

Anexo A5 · Tablero

Mapa de proceso de ARIA

muestra ilustrativa

Cada paso de la venta de ARIA, quién lo hacía antes de este caso y quién lo hace con el sistema instalado.

Paso	Antes	Con el sistema
Conseguir interesados	Visitas al perfil y mensajes directos de Instagram	Lead Ads con formulario
Responder el primer mensaje	Un setter, en su horario	IA Setter, en segundos
Calificar	El setter, a criterio	Lead scoring y etiqueta «prioriza»
Agendar la llamada	El setter, por mensaje	El calendario, en el mismo formulario
Preparar la llamada	El closer revisaba el chat	Ficha del lead
Confirmar y recordar	Mensajes manuales	Agente de admisiones
Llamada de venta	El closer	El closer
Propuesta y seguimiento	El closer, días después	Sales Coach
Revisar la llamada	Nadie	Analizador de llamadas
Reportar resultados	Hojas de cálculo	Dashboards

Resultado: de 10 pasos, las personas quedan en 1, la llamada de venta.

Snapshot de GoHighLevel

muestra ilustrativa

El snapshot es la cuenta de GoHighLevel completa, lista para usar. Nuestro equipo la instala en tu subcuenta.

Componente	Qué incluye	Cantidad
Pipelines	Ventas en 6 etapas, Onboarding, Nutrición	3
Calendarios	Llamada de venta, kickoff	2
Workflows	Leadflow, Lead Scoring, Appflow, Post-Call, Nutrición, Attribution	34
Campos personalizados	Datos del formulario y del scoring	28
Agentes de IA	Setter WhatsApp, Setter Instagram, Setter de llamadas, Admisiones	4
Plantillas de WhatsApp	Bienvenida, confirmación, recordatorios, seguimiento	22
Formularios	Calificación y onboarding	2

Las 6 etapas del pipeline de ventas

Nuevo lead · Cita agendada · Prioriza · Asistió · Propuesta · Ganado

Anexo B2 · Flujo

Leadflow

muestra ilustrativa

Qué pasa en los primeros minutos después de que alguien llena el formulario.

0:00	**Entra el formulario**	El lead llega a GHL con sus respuestas
0:05	**WhatsApp de bienvenida**	El IA Setter saluda y comparte el calendario
0:10	**Scoring inicial**	Se puntúa con las respuestas del formulario
1:00 h	**Si no agendó**	El IA Setter retoma la conversación
24 h	**Si sigue sin agendar**	El IA Setter de llamadas lo llama

El primer mensaje

IA Setter

¡Hola Carla! Vi que tu agencia tiene 6 clientes y que lo que más te frena es que todo pasa por ti. Es justo lo que resolvemos. ¿Te acomoda una llamada el jueves a las 11 o el viernes a las 4?

El jueves a las 11

IA Setter

Listo, jueves 11:00 con Jorge. Te llega la invitación por correo. 🙌

Anexo B3 · PDF · 3 págs

Lead Scoring: la matriz

muestra ilustrativa

Cada cita recibe puntos en tres ejes. Las que pasan de 70 reciben la etiqueta «prioriza».

Eje	Qué mide	Puntos
Encaje	Es agencia, trabaja para negocios con citas, factura menos de US$ 20.000	0–40
Intención	Quiere resolverlo ahora, describió su problema con detalle	0–30
Poder de compra	Dispuesto a invertir, factura más de US$ 3.000	0–30

Cortes

Puntaje	Etiqueta	Qué hace el closer
70 – 100	Prioriza	Mejor horario y preparación completa
40 – 69	Evaluar	Llamada normal
0 – 39	Descalificado	Se le ofrece la comunidad, no la llamada

Ejemplo

Carla: agencia de 6 clientes para clínicas (38), quiere resolverlo este trimestre (26), factura US$ 5.400 y está dispuesta a invertir (22). **Total: 86 · prioriza.**

Anexo B4 · Flujo

Appflow

muestra ilustrativa

Todo lo que pasa entre que alguien agenda y la llamada, para que llegue.

Al agendar	**Confirmación** Fecha, hora, enlace y el video pre-call
24 h antes	**Recordatorio** Pide confirmar con un toque
3 h antes	**Recordatorio** Si no confirmó, lo llama el agente de admisiones
15 min antes	**Último aviso** Enlace directo a la llamada
Si no llega	**Recuperación** Ofrece dos horarios nuevos ese mismo día

Agente de admisiones

Hola Carla, mañana a las 11:00 es tu llamada con Jorge. Antes, mira este video de 7 minutos: así aprovechas mejor la llamada. ¿Confirmas?

Confirmado

Anexo B5 · Flujo

Post-Call

muestra ilustrativa

Al colgar, el closer marca un solo resultado. La etiqueta mueve el pipeline y arranca lo que corresponde.

Resultado	Etiqueta	Qué pasa después
Venta	venta_ganada	Bienvenida y paso a Onboarding
Adelanto	adelanto_ganado	Recordatorio del saldo y aviso al closer
Seguimiento	seguimiento	Resumen y propuesta en menos de una hora
Nurture	nurture_postcall	Entra a Nutrición
Descalificado	descalificado	Se le orienta a la comunidad

Anexo B6 · Secuencia · 30 días

Nutrición

muestra ilustrativa

Para quien hoy no compra. Un mensaje de valor cada pocos días, sin presión, hasta que está listo.

Día	Mensaje	Formato
1	Resumen de lo que hablamos y su número de la calculadora	WhatsApp
3	Caso: cómo una agencia dejó de ser el cuello de botella	Correo
7	Video: los 3 modelos de agencia	WhatsApp
14	Invitación a una sesión en vivo	Correo
21	Pregunta: «¿qué cambió desde que hablamos?»	WhatsApp
30	Nueva fecha de llamada, si sigue interesado	WhatsApp

Anexo B7 · Flujo

Attribution

muestra ilustrativa

Conecta los eventos de GHL con Meta. Gracias a esto, la campaña del caso optimizó hacia llamadas agendadas y no hacia formularios: Meta midió cada cita.

1 **Pasa algo en GHL**
El lead llena el formulario, agenda, asiste o compra

2 **El workflow lo registra**
Cada etapa del pipeline dispara su evento

3 **Viaja a Meta por la API de Conversiones**
Con correo y teléfono cifrados, y un ID para no contarlo dos veces

4 **Meta aprende de tus ventas**
La campaña optimiza hacia el evento que elijas, no hacia el formulario

Pasa en GHL	Evento en Meta	Para qué sirve
Llena el formulario del Lead Ad	Lead	Contar formularios
Agenda la llamada	Schedule	**El evento de optimización de la campaña**
Asiste a la llamada	Asistió (personalizado)	Saber qué anuncios traen gente que llega
Firma	Purchase, con el valor	Saber qué anuncios traen ventas

LO QUE VE META · ADMINISTRADOR DE EVENTOS

Evento	Fuente	Recibidos
Lead	Servidor y navegador	63
Schedule	Servidor	53
Asistió	Servidor	—
Purchase	Servidor	—

Los formularios y las citas son los de la campaña del 10 al 19 de noviembre. Asistencias y ventas se envían igual al marcarse en el pipeline.

Anexo C1 · En vivo

Landing: ariaia.com

La web que recibe a cada lead. Explica la categoría, muestra los sistemas y lleva a /aplicar.



Sección	Qué hace
Titular	Nombra al enemigo: ser esclavo de tu propia agencia
Tres modelos	Tradicional, usa IA y AI Native
Sistemas	Los agentes por departamento
Prueba	Casos y números
Solicitar acceso	Lleva a /aplicar

Abrir ariaia.com ↗

Anexo C2 · Guion · 9 láminas

VSL: Agencia AI Native

Cómo grabarlo

Muestra ilustrativa · las cifras y las frases se reemplazan por las del research real de ARIA.

VSL, noviembre de 2026

Un video que explica todo. **Nueve láminas, una idea cada una.**

Guion del video de ventas de ARIA: nueve láminas en formato deck, con la voz de Jorge encima, en unos 7 minutos.

9 láminas	**~7 min** de duración	**4** creencias que instala
4 aperturas para probar		

- **Nunca leas la lámina.** La lámina da el titular; la voz dice lo que el titular no alcanza.
- **Una lámina, una idea.** No se vuelve atrás.
- **El cursor es tu dedo.** Se detiene sobre el número del que hablas.
- **Los primeros diez segundos se graban aparte,** varias veces.

Creencias

#	Creencia	Dónde se instala
1	Mi problema no es de clientes: es que todo pasa por mí	Láminas 1, 3 y 4
2	Cobrar por tareas me deja estancado	Lámina 4
3	Otra herramienta o curso no lo arregla; me falta cambiar de modelo	Láminas 5 y 6
4	Antes de invertir, necesito ver mi número	Láminas 7 y 9

Guion

El guion, lámina por lámina

Lámina 1 · El número 50 s

EN PANTALLA

Titular: **58 horas → US$ 5.400**

LO QUE DICE JORGE

Si mañana apagaras tu teléfono, ¿cuántos de tus clientes notarían que no estás? Te lo pongo en números: el dueño de agencia promedio de nuestro research trabaja cincuenta y ocho horas a la semana y factura cinco mil cuatrocientos dólares al mes.

Lámina 2 · La historia

30 s

EN PANTALLA

Tarjetas: principal partner de GoHighLevel en español · Commanders de GHL

LO QUE DICE JORGE

Soy Jorge Veramendi, fundador de ARIA. Ayudé a cientos de agencias a instalar GoHighLevel, y vi el mismo patrón: la que crece no es la que trabaja más, es la que deja de depender del dueño.

Lámina 3 · La creencia

35 s

EN PANTALLA

«Necesito más clientes.» · Antes, cuenta cuántas horas te cuesta cada uno.

LO QUE DICE JORGE

Tal vez crees que te faltan clientes. Pero si hoy te llegaran diez más, ¿quién los atendería? Tú.

Lámina 4 · Las 5 cadenas

40 s

EN PANTALLA

Cinco tarjetas: todo pasa por ti · cobras por tareas · vives de referidos · el cliente se va al tercer mes · no ves tus números

LO QUE DICE JORGE

Son cinco cadenas, y casi todas las agencias tradicionales las tienen. No es tu culpa: es el modelo.

Lámina 5 · Tres modelos

55 s

EN PANTALLA

Tradicional · usa IA · AI Native

LO QUE DICE JORGE

La agencia que usa IA hace lo mismo, un poco más rápido. La Agencia AI Native está construida sobre IA: los agentes operan y tú diriges.

Lámina 6 · El sistema

60 s

EN PANTALLA

Las 5 fases, con Systems resaltada

LO QUE DICE JORGE

Primero el research y la oferta. Después instalamos por ti el snapshot y los agentes. Lanzamos tu campaña, te preparamos para vender y hacemos contigo tu primer cliente.

Lámina 7 · La prueba

45 s

EN PANTALLA

Este caso: 53 llamadas a US$ 5,23

LO QUE DICE JORGE

No te pido que me creas. Usamos este mismo sistema para conseguir nuestros clientes: cincuenta y tres llamadas agendadas a cinco dólares con veintitrés.

Lámina 8 · Para quién sí y no

40 s

EN PANTALLA

Sí: agencia de 1 a 5 personas, bajo US$ 20.000 · No: e-commerce, quien busca un curso

LO QUE DICE JORGE

Esto no es para todos. Es para ti si tienes una agencia pequeña que trabaja para negocios con citas.

Lámina 9 · El siguiente paso

60 s

EN PANTALLA

Botón: Solicitar diagnóstico

LO QUE DICE JORGE

Agenda tu diagnóstico. En la llamada vemos tu caso y, si encaja, te explicamos cómo trabajamos y cuánto cuesta.

Aperturas

Apertura	Tipo	Texto
A	Las 24 horas	«Si mañana apagaras tu teléfono, ¿cuántos clientes notarían que no estás?»
B	La marca	«Deja de ser esclavo de tu propia agencia.»
C	La situación	«Domingo, once de la noche, y sigues respondiendo WhatsApp de un cliente.»
D	El dato	«Cincuenta y ocho horas a la semana por cinco mil cuatrocientos dólares.»

Antes de grabar

- [ ] Cifras de la lámina 1 con su fuente en pantalla
- [ ] Caso de la lámina 7 con los números reales de GHL
- [ ] Ningún número, testimonio ni resultado inventado
- [ ] Solo las láminas 6 y 7 sobre el método

Paquete de producción: 10 anuncios

Cómo usar

Muestra ilustrativa · las cifras y las frases se reemplazan por las del research real de ARIA.

Paquete de anuncios, noviembre de 2026

Un anuncio para todos. **Diez ideas: cinco dolores, dos niveles.**

Diez guiones para grabar en una sola sesión. Todos llevan a la misma acción: solicitar el diagnóstico.

10 guiones	**5** dolores del research	**2** niveles de consciencia
~2 h de grabación		

Dolores y niveles

Dolor	Como él lo diría
A · Todo pasa por el dueño	«Si yo no contesto el WhatsApp, no se cierra nada.»
B · Cobra por tareas	«Trabajo más que el año pasado y facturo lo mismo.»

Dolor	Como él lo diría
C · Vive de referidos	«Un mes no me recomiendan y no sé de dónde sacar clientes.»
D · Clientes que se van	«Al tercer mes me dicen que no ven resultados.»
E · Ya pagó y no funcionó	«Pagué dos mentorías y me dieron videos.»

Nivel	Qué sabe	Cómo le habla el anuncio
Problema	Sabe que algo le pasa	Nombra el dolor y lo que le cuesta
Solución	Ya probó cursos o herramientas	Muestra por qué no funcionaron y qué es distinto

Matriz

Dolor	Nivel problema	Nivel solución
A · Todo pasa por el dueño	1 · Medianoche	2 · La herramienta no basta
B · Cobra por tareas	3 · Más horas, misma factura	4 · El 10 %
C · Vive de referidos	5 · El mes sin referidos	6 · 53 llamadas
D · Clientes que se van	7 · El tercer mes	8 · El snapshot
E · Ya pagó y no funcionó	9 · Otra mentoría	10 · El riesgo de nuestro lado

Los 10 guiones

Guion 1 · Medianoche

Dolor A · Problema · Cámara

Hook: Son las once de la noche y sigues contestando el WhatsApp de un cliente.

Problema y agitación: Tu agencia no se detiene cuando terminas: se detiene cuando tú paras.

Solución: Un IA Setter que responde, califica y agenda mientras duermes.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 2 · La herramienta no basta

Dolor A · Solución · Pantalla dividida

Hook: Ya pagaste GoHighLevel. Y sigues contestando tú.

Problema y agitación: La herramienta no opera sola: alguien tiene que configurarla y vigilarla.

Solución: Te la instalamos con los agentes funcionando, y tú apruebas los mensajes.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 3 · Más horas, misma factura

Dolor B · Problema · Pantalla verde

Hook: Trabajas más que el año pasado y facturas lo mismo.

Problema y agitación: Cada cliente nuevo te suma horas, no margen.

Solución: Cobrar por resultado, con el sistema que los produce.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 4 · El 10 %

Dolor B · Solución · Grabación de pantalla

Hook: Le generas US$ 12.000 a tu cliente y le cobras US$ 900.

Problema y agitación: Ese es el precio de una tarea, no de un resultado.

Solución: La calculadora te muestra cuánto podrías cobrar.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 5 · El mes sin referidos

Dolor C · Problema · Cámara

Hook: ¿Qué haces el mes que nadie te recomienda?

Problema y agitación: Vivir de referidos es no controlar cuándo llega el próximo cliente.

Solución: Un motor propio: campaña, formulario y agenda.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 6 · 53 llamadas

Dolor C · Solución · Cámara

Hook: Conseguimos 53 llamadas a US$ 5,23 cada una.

Problema y agitación: Con el mismo sistema que te instalamos.

Solución: El caso completo, con sus números.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 7 · El tercer mes

Dolor D · Problema · Cámara

Hook: Al tercer mes tu cliente te dice que no ve resultados.

Problema y agitación: Porque le reportas alcance, no ventas.

Solución: Dashboards: tus clientes ven citas y ventas en vivo.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 8 · El snapshot

Dolor D · Solución · Pantalla dividida

Hook: El segundo cliente no debería costarte lo mismo que el primero.

Problema y agitación: Si cada instalación empieza de cero, no escalas.

Solución: El snapshot que copias en horas.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 9 · Otra mentoría

Dolor E · Problema · Pantalla verde

Hook: Pagaste mentorías y te dieron videos.

Problema y agitación: Saber qué hacer no es lo mismo que tenerlo instalado.

Solución: Lo instalamos por ti.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Guion 10 · El riesgo de nuestro lado

Dolor E · Solución · Cámara

Hook: ¿Y si el riesgo no fuera solo tuyo?

Problema y agitación: Ningún programa que te dio videos te ofreció eso.

Solución: una oferta atada a resultado, que se explica en la llamada.

CTA: Haz clic en el botón de abajo para más información.

Presupuesto

Objetivo al mes	Llamadas agendadas	Inversión
5 ventas	~53	US$ 277 (este caso)
10 ventas	~106	~US$ 560
20 ventas	~212	~US$ 1.100

Calculado con el costo por llamada real de este caso: US$ 5,23. Proyección para escalas mayores.

Antes de lanzar

- [ ] Leadflow instalado y probado
- [ ] Meta CAPI activa
- [ ] Formulario con las 5 preguntas
- [ ] Los 10 videos en 9:16 y 1:1
- [ ] Reunión con el coach de ads

Anexo C4 · En vivo

Formulario de calificación

muestra ilustrativa

Cinco preguntas en el Lead Ad. Cada respuesta suma al scoring; al enviar se abre el calendario.

Pregunta	Por qué la hacemos	Suma a
¿Cuántos clientes activos tienes?	Mide tamaño	Encaje
¿Cuánto te paga cada uno al mes?	Mide ticket	Poder de compra
¿Qué es lo que más te frena hoy?	Mide el dolor, con sus palabras	Intención
¿A dónde quieres llegar en 6 meses?	Mide ambición	Intención
¿Estás dispuesto a invertir para lograrlo?	Mide disposición	Poder de compra

Ver /aplicar ↗

Anexo C5 · Reporte

Campañas de Meta con sus números

real · Meta

Campaña «NUEVA ERA | TOFU | LEADS | LATAM+USA», del 10 al 19 de noviembre de 2026.

Métrica	Valor
Inversión	US$ 277,26
Impresiones	30.357
Costo por mil impresiones	US$ 9,13
Clics	673
CTR	2,2 %
Formularios enviados	63 · US$ 4,40 cada uno
Llamadas agendadas	53 · US$ 5,23 cada una

Estructura

Nivel	Configuración
Campaña	Objetivo: clientes potenciales · presupuesto a nivel campaña
Conjunto	Latinoamérica y EE. UU. · Advantage+ audiencia · formulario instantáneo
Anuncios	3 ángulos, uno por dolor del research

Ficha del lead

muestra ilustrativa

Carla Méndez llenó el formulario del Lead Ad el 16 de noviembre. Antes de su llamada, el Sales Coach armó su ficha con el formulario, la agenda, el chat y lo que encuentra en internet. Cada dato trae su fuente y qué tan sólido es.

ARIA IA · Accelerator — Ficha del lead · uso interno — 17 nov 2026, 6:12 pm

CM

Carla Méndez

Agencia Nova · México

2/10	3	0
prioridad	alertas	faltantes

● Prioriza

Viene de: Lead Ads · Nueva Era

Llamada: Jue 19 nov 2026, 11:00 am

Ruta sugerida: Accelerator

Resumen | Alertas 3 | Estrategia | Quién es 9 | Qué dijo 5 | Faltantes 0

Del lead

- Calificación: **Prioriza · 86 puntos**
- Viene de: **Lead Ads · Nueva Era**
- Llamada: **Jue 19 nov 2026, 11:00 am**
- Ruta sugerida: **Accelerator**
- Link de la reunión: abrir
- Link para reagendar: abrir

ANTES DE LA LLAMADA

Resumen del lead

Dueña de una agencia de dos personas en México que trabaja para clínicas estéticas y dentales. Tiene 6 clientes a unos US$ 900 al mes y quiere llegar a 12 clientes a US$ 1.500. Su freno es que todo pasa por ella: en octubre perdió una clínica por no responder un sábado. Vio el video previo y le interesó hacer el primer cliente juntos. Decide con su socio y prefiere pagar en partes.

Qué tan sólidos son los datos

Detectado	14/14
Inferido	0/14
Ambiguo	0/14
No consta	0/14

Dicho por el lead o visto en una fuente

Alertas: confirmar en la llamada

- MEDIA **Dice que decide con su socio, pero la cita está solo a su nombre.**
  Confirmar: Que el socio esté en la llamada, o agendar una segunda con los dos.
  Fuentes: agenda y conversacion
- MEDIA **Quiere pagar en cuotas y el Triage marca capacidad media.**
  Confirmar: Qué forma de pago le acomoda.
  Fuentes: formulario:inversion_disponible y respuesta:triage_cuadrante_de_clasificacion
- BAJA **Su meta (12 × US$ 1.500 = US$ 18.000) supone subir precio y duplicar clientes a la vez.**
  Confirmar: Cuál de las dos le parece más difícil hoy.
  Fuentes: formulario:meta_a_6_meses y formulario:ticket_promedio

PARA EL CLOSER

Estrategia para la llamada

Objetivo	Confirmar que decide con su socio y sumarlo; cuantificar lo que le cuesta que todo pase por ella; explicar cómo se paga.
Ángulo	Del cliente que perdió un sábado a un sistema que responde aunque ella no esté.
Cierre sugerido	Si el socio está en la llamada y la forma de pago le acomoda: proponer Accelerator y cobrar en la misma llamada.

PREGUNTAS CLAVE

1. ¿Cuánto te pagaba la clínica que se fue en octubre?
2. ¿Cuántas horas a la semana se te van en el WhatsApp de tus clientes?
3. ¿Qué es más difícil hoy: subir tu precio o conseguir más clientes?
4. ¿Tu socio puede estar en esta llamada o en una segunda?
5. Si arrancamos, ¿cómo te acomoda pagar?

OBJECIONES PROBABLES

socio

Lo tengo que hablar con mi socio.

Agendar una segunda llamada con los dos antes de colgar.

precio

Es mucho para nosotros ahora.

Mostrar la cuenta de la calculadora con su número.

confianza

Ya pagamos un curso y no lo terminamos.

Mostrar que aquí se instala por ella, y este caso de estudio.

LO QUE SABEMOS

Quién es

9 datos

▤ **Negocio** — Detectado

Agencia de marketing de dos personas

“Agencia de marketing, somos dos (yo y un diseñador)” · `formulario:tipo_de_negocio` · Confianza alta

◍ **A quién ayuda** — Detectado

Clínicas estéticas y dentales, con agendamiento de citas

“clínicas estéticas y dentales, les llenamos la agenda” · `formulario:a_quien_ayuda` · Confianza alta

◍ **Clientes activos** — Detectado

6

“6” · `formulario:clientes_activos` · Confianza alta

$ **Ticket promedio** — Detectado

US$ 900 al mes por cliente

“US$ 800 a US$ 1.000” · `formulario:ticket_promedio` · Confianza alta

$ **Inversión disponible** — Detectado

Dice poder invertir con capital propio y prefiere pagar en partes

“Sí, con capital propio, ideal en cuotas” · `formulario:inversion_disponible` · Triage: capacidad media · `respuesta:triage_cuadrante_de_clasificacion` · Confianza media

◍ **Equipo** — Detectado

Ella y un diseñador

“somos dos” · `formulario:tipo_de_negocio` · Confianza alta

◉ **Quién decide** — Detectado

Ella, con su socio

“lo decido con mi socio” · `conversacion` · Confianza media

✦ **Presencia digital** — Detectado

Instagram de la agencia, 2.100 seguidores, publica casos de clínicas

“@agencianova.mx” · `formulario:perfil_del_negocio` y `publica:ig-agencianova` · Confianza alta

✦ **País** — Detectado

México

País del registro del lead en el CRM · `agenda` · Confianza media

EN SUS PALABRAS

Qué dijo

5 datos

◎ **Objetivo** — Detectado

Llegar a 12 clientes a US$ 1.500 al mes en 6 meses

“12 clientes a 1,500” · `formulario:meta_a_6_meses` · Confianza alta

! **Problema actual** — Detectado

Todo pasa por ella: responde los WhatsApp de sus clientes y vende

“si yo no contesto el WhatsApp no se cierra nada” · `formulario:freno_principal` · Confianza alta

↺ **Ejemplo real** — Detectado

Perdió un cliente en octubre porque no respondió un fin de semana

“se me fue una clínica porque no contesté un sábado” · `formulario:ejemplo_real` · Confianza alta

✦ **Respuesta al video previo** — Detectado

Vio el video y le interesó la parte del primer cliente con su marca

“lo de hacer el primer cliente juntos” · `formulario:video_precall_visto` · Confianza alta

✦ **Lo que dijo en el chat** — Detectado

Confirmó la llamada y preguntó si podía entrar su socio

“confirmado, ¿puede entrar mi socio?” · `conversacion` · Confianza alta

SIN INFORMACIÓN

Faltantes

0

No falta ningún dato clave.

FICHA VERSIÓN 1

PUBLICA: = ENCONTRADO EN INTERNET

Anexo D2 · Google Doc

Guion de ventas en 7 etapas

1	**Apertura**	«Antes de la llamada revisé lo que nos contaste…»
2	**Framework de la llamada**	«Lo único que te pido es que al final me des una respuesta.»
3	**Descubrimiento**	Situación, dolor, intentos, urgencia y meta, más el resumen
4	**Cuantificar el dolor**	La calculadora, con sus números
5	**Presentación de la oferta**	Cada pilar atado a un dolor que dijo
6	**Dudas antes del precio**	«Del 1 al 10, ¿qué tan seguro estás?»
7	**Cierre**	El precio una vez, y silencio

El guion completo incluye qué decir, cuándo avanzar y qué evitar en cada etapa.

Calculadora de dolor

El closer la usa en la etapa 4 del guion, con los números del prospecto. Así quedó con los de Carla, de Agencia Nova.

Tu agencia pierde dinero todos los meses. En 2 minutos sabes cuánto.

Agencia | Negocio con citas

Nombre de tu agencia

Agencia Nova

Clientes activos	Te paga cada uno al mes	Un cliente te dura
6	US$ 900	8 meses

Toca el freno que más te pesa. Si hay otro, súmalo.

Precio
Cobras por tareas

Capacidad
Todo pasa por ti

Foco
Le vendes a cualquiera

Dema
Agend
no lleg

Precio

Ventas que le consigues a un cliente al mes: 10

Lo que le deja cada venta a tu cliente: US$ 1500

Seguir igual le cuesta a Agencia Nova

US$ 17.280 al mes

US$ 207.360 en un año

Precio	**US$ 3.600**
Capacidad	**US$ 2.160**
Foco	**US$ 11.520**

Seguir como hoy te cuesta alrededor de US$ 17.280 al mes: unos US$ 207.360 en un año.

Capacidad

Tareas que pasan a hacer los Agentes de IA

Responder y calificar a quien escribe	IA Setter
Llamar para dejar la cita agendada	IA Setter de llamadas
Confirmar, recordar y reagendar citas	Agente de admisiones
Escribir el resumen y el seguimiento de cada llamada	Sales Coach
Investigar el mercado antes de armar la oferta	Research

De cada 10 horas que trabajas, cuántas se te van en estas tareas

0 1 2 3 **4** 5 6 7 8 9 10

Foco

Llamadas de venta al mes

4

Hoy: de cada 10 llamadas, cuántas cierras *

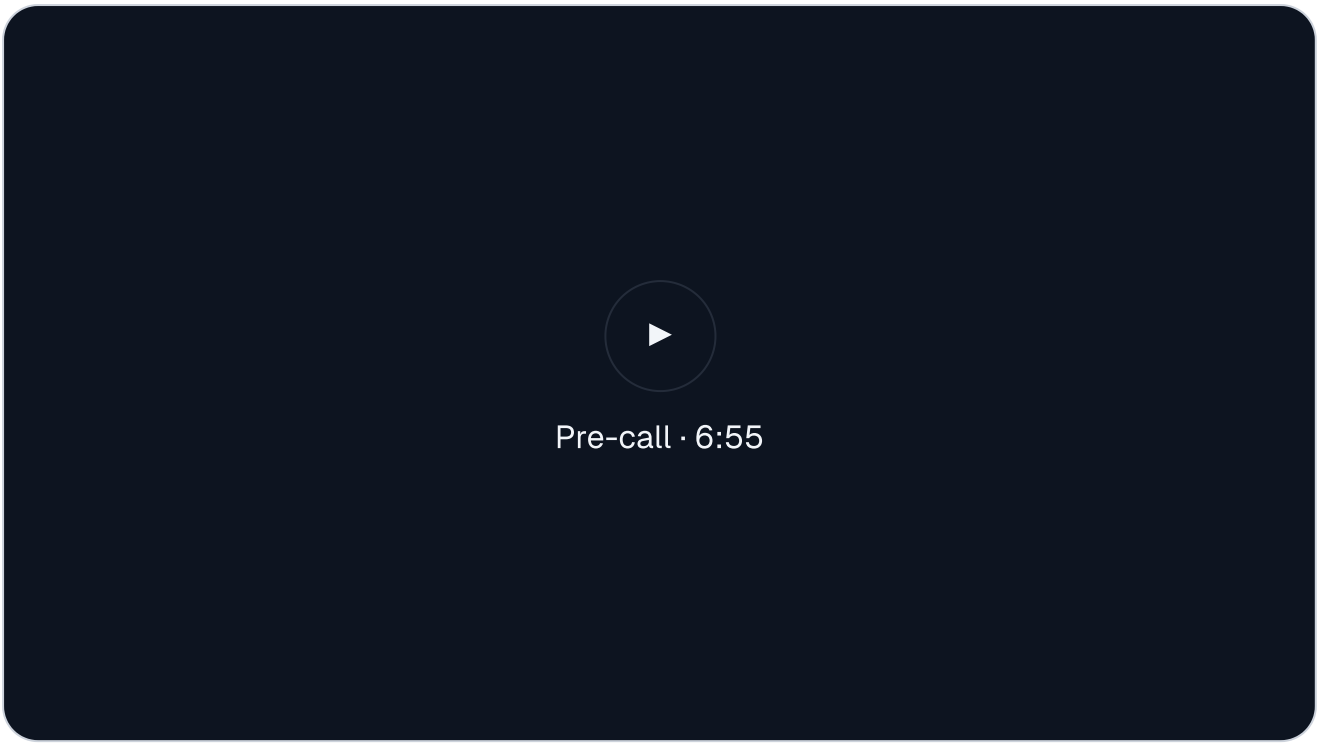
0 1 **2** 3 4 5 6 7 8 9 10

* Tasa de cierre esperada con un nicho: **6** de cada 10.

Anexo D4 · Video · 7 min

Video pre-call

muestra ilustrativa



Minuto	Qué cubre
0:00	Quiénes somos y por qué la llamada
1:20	Las 5 fases del programa
3:40	Qué recibe un alumno
5:30	Qué esperamos de ti en la llamada
6:30	Cómo prepararte

Se envía al agendar. Quien lo ve llega con las dudas básicas resueltas.

Anexo D5 · Google Doc

Lista de objeciones con respuestas

Objeción	Respuesta base
«Eso ya lo hago por mi cuenta.»	«Lo técnico ya lo tienes. Lo que te falta es [lo que dijo]. Ahí entramos nosotros.»
«¿Cuánto cuesta?», antes de tiempo	«Te lo digo en unos minutos, cuando sepa si te podemos ayudar.»
«¿Cuánto puedo facturar?»	«No te puedo prometer una cifra. Te muestro un caso real y tu cuenta.»
«Lo tengo que pensar.»	«¿Qué quieres pensar: si es para ti, el dinero o el momento?»
«Lo hablo con mi socio.»	Se agenda una segunda llamada con los dos.
«¿Qué pasa si no funciona?»	Cómo trabajamos para llegar al resultado, explicado en la llamada.

Propuesta comercial

El Sales Coach la redacta al colgar, con lo que se habló en la llamada. Esta es la que recibió Carla.

A R I A

Quantum Partners & Consulting LLC

Propuesta N.º ARIA-P-0142
Fecha: 19 de noviembre de 2026
Válida hasta: 26 de noviembre de 2026

PROPUESTA COMERCIAL

Agencia Nova: de 6 clientes por referidos a un sistema propio de adquisición

Preparada para Carla Méndez, Agencia Nova · Guadalajara, México

01

Resumen ejecutivo

Agencia Nova atiende a 6 clínicas estéticas y dentales con un ticket de US$ 900 al mes, y hoy todos sus clientes llegan por referidos. Proponemos instalar en 6 meses un sistema que consiga, califique y agende clientes sin depender de la dueña, y hacer junto a ella su primer cliente con la oferta nueva.

02

Situación actual

Clientes activos	6
Ticket promedio	US$ 900 al mes
Origen de los clientes	Referidos
Freno principal	Todo pasa por la dueña: atención, ventas y operación
Costo de seguir igual	US$ 17.280 al mes, según la calculadora de la llamada

03

Objetivo a 6 meses

Clientes	12
Ticket	US$ 1.500 al mes
Facturación mensual	US$ 18.000
Indicador intermedio	Primeras citas calificadas en el mes 2

04

Alcance

Fase	Qué recibe Agencia Nova	Mes
Foundations	Research de mercado, estudio de competidores y oferta	1
Systems	Snapshot instalado: Leadflow, lead scoring, Appflow, post-call y nutrición	1–2
Growth	Landing, VSL, guiones de anuncio, formulario y campañas	2
Sales	Guion de ventas, calculadora, objeciones y revisión de llamadas	3
Scale	Primer cliente instalado con la marca de Agencia Nova	3–6

05

Acompañamiento

Kickoff 1 a 1, acompañamiento por Slack y videollamadas, coaches de ads, branding, ventas, negocio e IA, success manager asignado y acceso a la comunidad.

06

Inversión y condiciones

Inversión	Se presenta en la llamada de cierre
Forma de pago	Se acuerda en la llamada de cierre
Vigencia de la propuesta	7 días

07

Siguiente paso

Llamada con Carla y su socio el viernes 20 de noviembre a las 10:00 para resolver dudas y firmar.

Por ARIA IA
Jorge Veramendi, cofundador

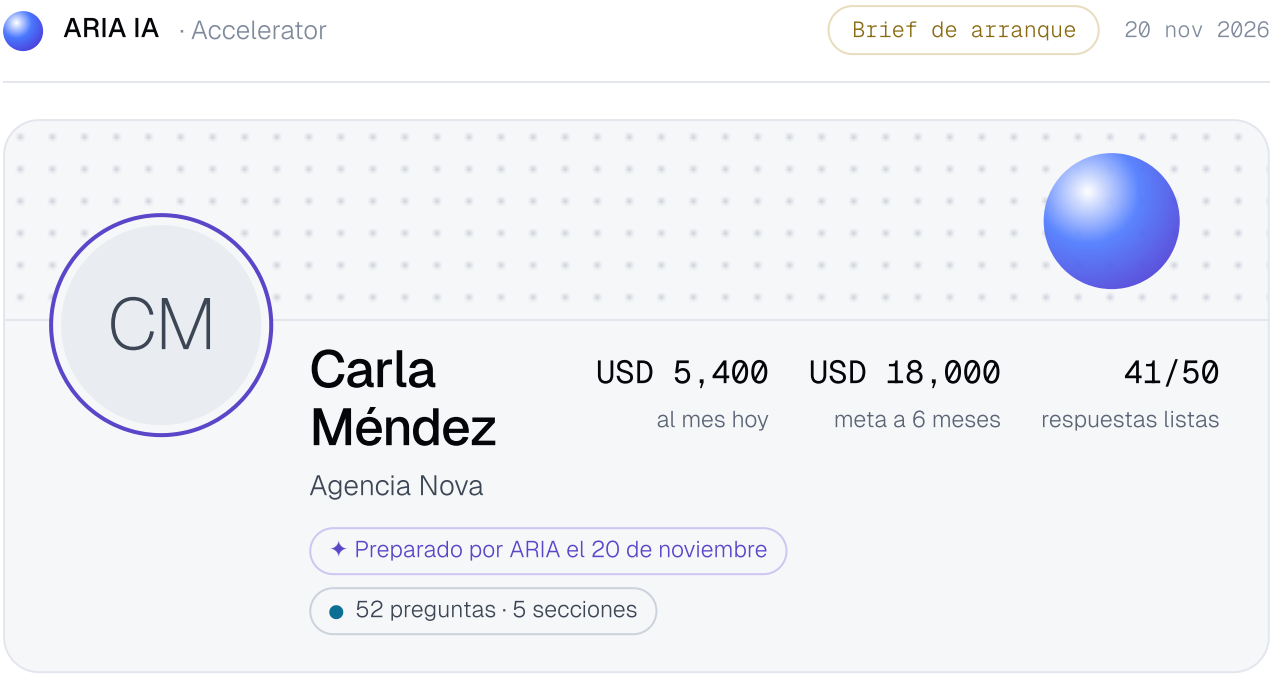
Por Agencia Nova
Carla Méndez, fundadora

Anexo E1 · Documento

Ficha del cliente: brief de arranque

muestra ilustrativa

Carla firmó el 20 de noviembre, después de hablarlo con su socio. Ese mismo día, ARIA le preparó el brief de arranque con lo que sabe de la llamada de venta, el formulario y su web. Ella solo revisa lo sugerido, elige el dato correcto donde las fuentes no coinciden y responde lo que solo ella sabe.



Tu negocio

- Le vendes a: **Clínicas estéticas y dentales**
- Modelo: **Agencia o servicios de marketing**
- Prometes: **Llenarles la agenda con anuncios y seguimiento**
- Ticket: **USD 900 al mes, pago mensual**
- Mercado: **Guadalajara y Ciudad de México**
- Operando: **1 a 3 años, 58 h a la semana**

Tu avance

Contacto	6/6
Tu negocio	6/7
Números	6/8
Ventas y metas	15/20
Tu mercado	8/9

Listo · Sugerido por ARIA · Por responder

Contacto

- carla@agencianova.mx
- +52 33 0000 0000
- Guadalajara, México
- agencianova.mx · @agencianova.mx

PRE-KICKOFF

Lo que ARIA ya sabe de tu negocio

Hola Carla. Armé este brief con lo que conversamos en la llamada del 19 nov, tu formulario de aplicación y lo que encontré en tu web y redes. **Ya respondí 41 de 50 preguntas por ti.** Revisa que estén bien, elige el dato correcto en las 2 donde las fuentes no coinciden y responde las 7 que solo tú sabes. Te toma unos 10 minutos.

Formulario de aplicación · Llamada de venta · Web y redes

1. **Revisa 41 respuestas que llenó ARIA**
   Están en violeta. Confírmalas o corrígelas.
2. **Elige el dato correcto en 2 preguntas**
   Las fuentes no coincidían.
3. **Responde 7 preguntas que solo tú sabes**
   ARIA no encontró estos datos.

✦ Empezar revisión guiada · 50

Ir sección por sección

Puntos de atención

- **Facturación mensual promedio de los últimos 3 meses**
  el formulario dice USD 5,400 y la llamada dice USD 6,000. Elige el correcto.
- **Personas en tu equipo**
  tu web dice 3 personas y la llamada dice 2. Elige el correcto.
- **Valor total de vida del cliente (LTV aproximado)**
  ARIA lo calculó con poca certeza: USD 7,200. Confírmalo o corrígelo.

Lo que solo tú sabes

? Presupuesto para invertir en publicidad desde ahora
Ventas y metas · Cómo consigues clientes
○ Por responder

? ¿A cuántas de esas citas sí asisten?
Ventas y metas · Tu embudo del mes
○ Por responder

? ¿Cuántos clientes nuevos al mes puedes atender hoy sin que se te caiga la operación?
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

? ¿Qué tiene que pasar en los primeros 30 días para que sientas que vas por buen camino?
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

? ¿Nos autorizas a usar tus resultados como caso de éxito?
Ventas y metas · Metas a 6 meses
○ Por responder

ASÍ SE VE CADA PREGUNTA

Muestra de las 5 secciones

6 de 50

1 Nombre completo * — Listo

Carla Méndez

Formulario de aplicación

2 Nombre de tu negocio o marca * — Listo

Agencia Nova

Formulario de aplicación

8 ¿Qué vendes, a quién y qué resultados les das? * — Sugerido por ARIA

Anuncios y seguimiento para clínicas estéticas y dentales, para que llenen su agenda.

Llamada de venta · Ver de dónde sale

15 Facturación mensual promedio de los últimos 3 meses * — Sugerido por ARIA

USD 5,400 o USD 6,000: elige el correcto

Formulario de aplicación y llamada de venta no coinciden

20 ¿Cuántas horas a la semana trabajas tú? — Sugerido por ARIA

58 h / semana

Llamada de venta

29 Presupuesto para invertir en publicidad desde ahora — Por responder

Sin responder

ARIA no encontró este dato

BRIEF DE ARRANQUE · ARIA IA ACCELERATOR ENVIAR BRIEF

Anexo E2 · Caso de alumna

Instalación al primer cliente con la marca de Carla

muestra ilustrativa

El primer cliente de Agencia Nova con la oferta nueva es una clínica dental de Guadalajara. Nuestro equipo hace la instalación con la marca de Agencia Nova.

Semana 1	**Kickoff con la clínica**	Lo conduce Carla; ARIA prepara todo detrás
Semana 1-2	**Instalación del snapshot**	Con el logo, los textos y los datos de la clínica
Semana 2	**Agentes entrenados**	Con los tratamientos, precios y horarios de la clínica
Semana 3	**Campaña publicada**	Las primeras citas llegan al calendario de la clínica
Semana 4	**Entrega**	Carla se queda con la plantilla para repetirla

La clínica nunca ve a ARIA: ve a Agencia Nova.

Snapshot para copiar

muestra ilustrativa

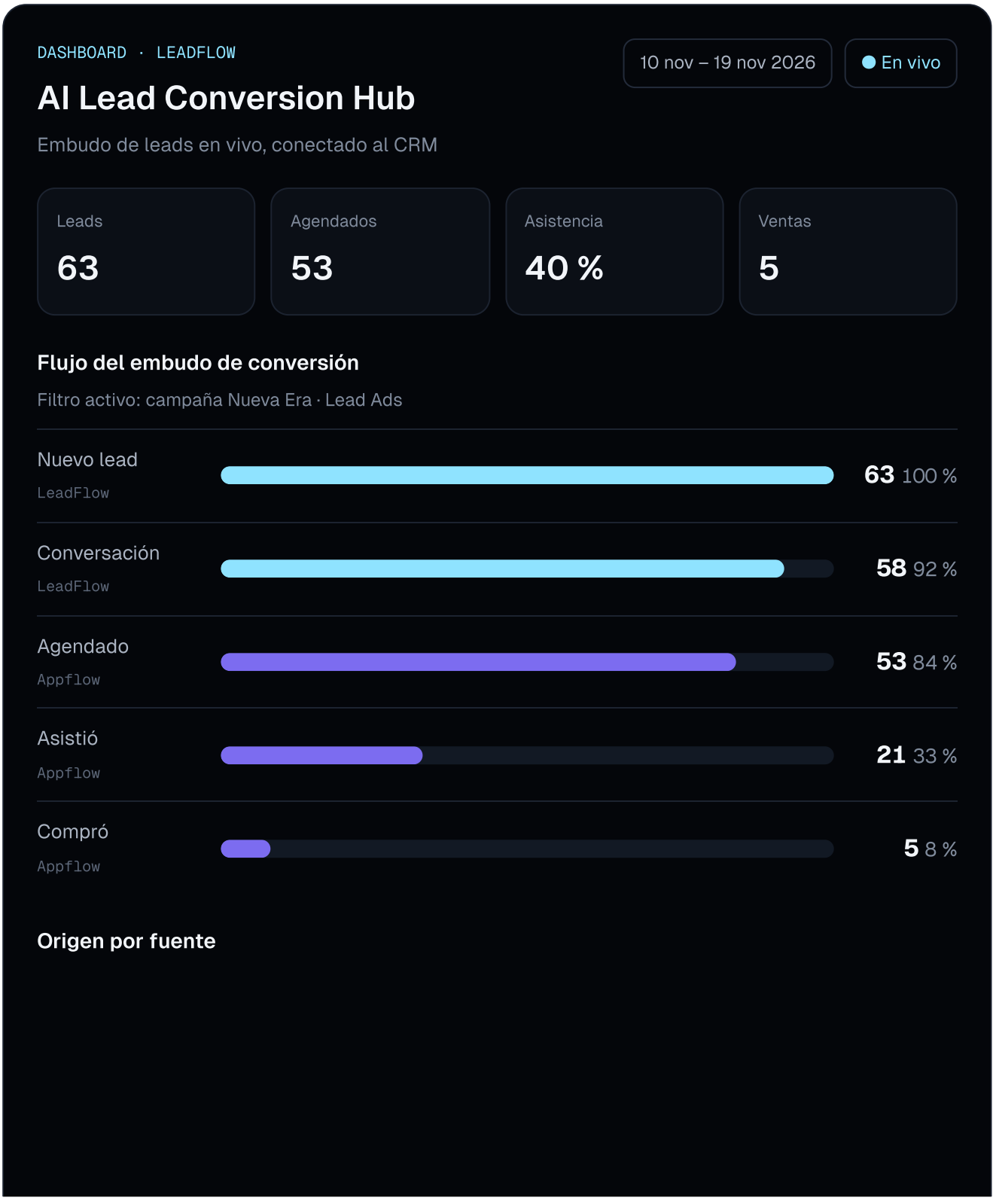
Lo que queda después del primer cliente: una lista para instalar al siguiente en horas.

- [ ] Cargar el snapshot en la subcuenta nueva
- [ ] Cambiar logo, colores y dominio
- [ ] Completar los datos del negocio para los agentes
- [ ] Conectar WhatsApp y el calendario
- [ ] Conectar Meta al dashboard
- [ ] Duplicar la campaña con los textos del nicho
- [ ] Hacer una prueba de punta a punta

Dashboards

muestra ilustrativa

El embudo en vivo, conectado al CRM: cuántos leads entran, conversan, agendan, asisten y compran, y de qué fuente viene cada uno.



Formulario (Meta Lead Form)

63 100 %

Lead Ads · Nueva Era

Instagram

0 0 %

Setter e IAs por DM

VSL (página web)

0 0 %

Etiqueta «vsl»