



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO
DE LAS ISLAS
CANARIAS
Ministerio de Transportes, Infraestructuras,
Turismo y Comercio
Fondo de Iniciativa de Empleo Juvenil
Fondo de Iniciativa de Empleo Juvenil

red.es

OFICINA
Acelera
pyme



COIICO
INGENIEROS
INDUSTRIALES
COLEGIO CANARIAS ORIENTAL

Cómo diseñar un sistema de captación y conversión con IA

14 de Mayo 2026 17:00 - 19:00

Salón de actos del Colegio Oficial de Ingenieros Industriales
de Canarias Oriental (COIICO) Calle León y Castillo, 213



“Si tienes contactos pero no tienes sistema, estás dejando tu negocio en manos de la suerte.”

OBJETIVOS

- Entender por qué tener contactos no sirve si no hay sistema detrás
- Diseñar un embudo simple que convierta sin depender del “a ver si me llaman”
- Automatizar partes del proceso con IA para ahorrar tiempo
- Crear una base de datos que realmente genere negocio



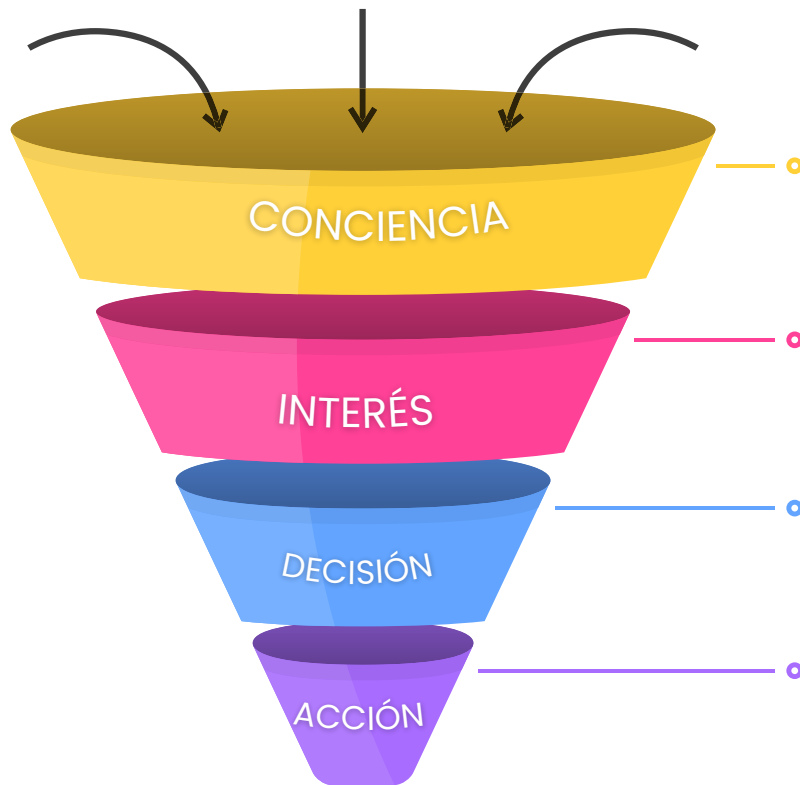
Embudo-funnel

Embudo de conversión, representación visual del proceso que sigue un cliente desde que conoce nuestro negocio hasta que realiza una compra.

Está dividido en varias fases:

- Conciencia
- Interés
- Decisión
- Acción

Embudo de ventas



El cliente potencial descubre tu producto o servicio a través de varios canales. Por ejemplo, podría encontrarse con un artículo de blog que resuelve un problema específico que tiene y menciona tu producto como una solución.

Una vez que el cliente conoce tu producto, comienza a buscar más información sobre cómo puede satisfacer sus necesidades o resolver su problema

El cliente está convencido de que tu producto o servicio puede ser la solución a su problema. Considera la posibilidad de comprar y evalúa tus ofertas frente a las de la competencia.

El cliente realiza la compra o se inscribe a tu servicio.

Viaje del cliente

Buyer Journey

Descubrimiento

El potencial cliente se da cuenta de que tiene un problema o necesidad.

Consideración

El cliente investiga y evalúa tus productos o servicios frente a los de la competencia para determinar cuál se ajusta mejor a sus necesidades.

Compra

El cliente toma la decisión de compra y adquiere el producto o servicio.

Servicio

Si el servicio dura un tiempo, o a fase donde el cliente interactúa con el servicio de atención al cliente para resolver dudas, obtener soporte o gestionar devoluciones.

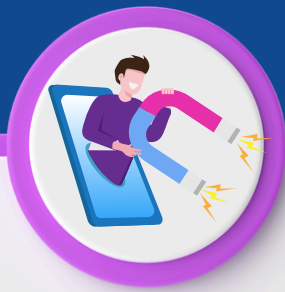
Retención

Asegurar que el cliente siga satisfecho con el producto o servicio, incentivándolo a realizar futuras compras.

Recomendación

El cliente, satisfecho con su experiencia, recomienda tus productos o servicios a otros potenciales clientes.





Lead magnet

La puerta de entrada al embudo.
Un lead magnet es una herramienta extremadamente efectiva para captar la atención de tu audiencia objetivo.

El Lead Magnet

Ofrecer algo de valor a cambio de un dato de contacto.

La llave mágica del embudo: sin lead magnet no hay captación sistemática, solo espera.

El lead magnet perfecto es una solución específica a uno de los dolores de tu cliente ideal.

Tipos de lead magnet que funcionan:

Guía o checklist

«5 pasos para digitalizar tu negocio»

Plantilla lista para usar

«Plantilla de presupuesto en Google Sheets»

Mini consulta gratuita

15 minutos para analizar tu situación digital

Diagnóstico o test

«¿Está listo tu negocio para la IA?»

¿A quién quiero?

¿Qué es una PUV?

propuesta única de valor

9

Una frase que responde:

- Qué haces
- Para quién
- Qué resultado consiguen contigo
- Por qué contigo

“Es la frase que hace que alguien te entienda en 7 segundos y te recomiende bien.”

3 ejemplos:

1. negocio local (cafetería/bar)

- Genérico: “Tenemos comida casera y buen ambiente.”
- **PUV clara:** “Menú casero rápido para gente que trabaja, sin esperas y a buen precio.”



Menú casero rápido para gente que trabaja, sin esperas y a buen precio

- Qué señalas al público:
- Para quién: gente que trabaja
- Resultado: comer rápido y bien
- Diferencial: sin esperas + casero + precio



2. negocio local (peluquería/estética)

- Genérico: "Corte y color. Atención personalizada."
- **PUV clara**: "Te dejo el color natural y bonito sin destrozarte el pelo, en citas puntuales y sin estar 3 horas aquí."



“Te dejo el color natural y bonito sin destrozarte el pelo, en citas puntuales y sin estar 3 horas aquí.”

Qué señalas:

- Resultado: color bonito sin dañar
- Diferencial: puntualidad + no eternizarse
- Dolor que quitas: perder tiempo / miedo a estropear el pelo



“Ayudo a pequeños negocios a usar la tecnología sin agobios ni tecnicismos. IA + Google Workspace de forma sencilla.”

Qué señalas:

- Para quién: pequeños negocios
- Qué quitas: agobio (miedo/estrés tecnológico)
- Con qué: IA + Google Workspace
- Diferencial: “de forma sencilla” (sin tecnicismos)



3. Negocio Vallavir

PUV clara: “Ayudo a pequeños negocios a usar la tecnología sin agobios ni tecnicismos.

IA + Google Workspace de forma sencilla.”



Qué NO es una PUV

- “Calidad, cercanía, profesionalidad”
- “Atención personalizada”
- “Buenos precios”



“Trabajo con [cliente] que está [situación].

Les pasa [dolor].

Consiguen [resultado] porque hacemos [método].

Si quieres, el siguiente paso es [CTA simple].”

Ejemplo local (clínica / fisio)

“Trabajo con personas con dolor de espalda que llevan meses probando cosas.

Les frena no saber qué les pasa y perder tiempo.

Aquí lo vemos claro y salimos con un plan.

Si quieres, pide cita por WhatsApp y te digo huecos.”

Ejemplo servicios (abogada / consultora)

“Trabajo con autónomos que tienen lío con X.

Les pasa que lo dejan y luego vienen los sustos.

Lo ordenamos con un sistema y pasos claros.

Si quieres, dime ‘INFO’ y te digo qué tocar primero.”

Mi ejemplo (tecnología)

“Trabajo con pequeños negocios que se agobian con correos, archivos, agenda y WhatsApp.

No es falta de ganas: es falta de sistema.

Lo ordeno con IA y Google Workspace de forma sencilla.

Si quieres, dime ‘ORDEN’ y te digo por dónde empezar.”

1

Claridad (PUV)

Primero defines quién eres, para quién y qué resultado das. Sin esto, nada de lo que hagas después funciona.

2

Atracción
(Lead Magnet)

Con tu mensaje claro, diseñas una puerta de entrada específica para tu cliente ideal. No para todo el mundo.

3

IA como acelerador

Una vez tienes claridad y un lead magnet definido, la IA te ayuda a redactarlo, mejorarlo y distribuirlo. Sin el paso 1 y 2, la IA solo acelera el caos.

IA EN EL SISTEMA

La IA no te da claridad.
Tú pones la estrategia, la IA pone la velocidad.

Automatiza lo repetitivo. Tú céntrate en lo humano.

IA en: Atracción

Redactar tu lead magnet

Crear textos para Google Maps y web

Generar ideas de contenido para captación

IA en: Conversión

Redactar tu PUV en las 3 versiones

Adaptar el mensaje-guion para WhatsApp

Preparar respuestas a objeciones frecuentes

IA en: Seguimiento

Recordatorios y seguimiento automático

Plantillas de email personalizadas

Análisis de respuestas y mejora continua

TU MINI PLAN DE ACCIÓN — ESTA SEMANA

5 pasos concretos para empezar hoy

01**Define tu cliente ideal real**

Responde: ¿a quién mejor ayudo? ¿qué dolor tiene? ¿qué desea conseguir?

02**Redacta tu PUV completa**

Usa la fórmula: Ayudo a [cliente] a [resultado] sin [dolor], con [método].

03**Crea tu mensaje-guion**

Escribe el texto de 4 líneas listo para WhatsApp, conversación o email.

04**Elige tu lead magnet**

¿Qué puedes ofrecer gratis que resuelva un problema concreto de tu cliente ideal?

05**Activa la IA como asistente**

Usa ChatGPT o Gemini para mejorar tus textos, generar respuestas y automatizar seguimientos.



El lead magnet perfecto

El que es una solución específica a uno de esos dolores o un puente hacia alguno de sus deseos más profundos.

Es aquel que demuestra tu valor de manera irrefutable. Y encima lo das gratis solo a cambio de sus datos.

El truco está en hacer que tu lead magnet sea tan específico y valioso, que tu cliente ideal no solo quiera descargarlo, sino que también se sienta impulsado a conectarse contigo para solucionar problemas más profundos y alcanzar sus objetivos más ambiciosos. De esta forma, no solo captas su atención, sino que también comienzas a construir una relación basada en la confianza y el valor real proporcionado.

