

## GUIONES DE RECLUTAMIENTO

# Guiones de Reclutamiento que Cumplen

Abre la conversación, da seguimiento y responde objeciones sin una sola afirmación que te meta en problemas.

### LO QUE INCLUYE

Aperturas en frío y en cálido

El seguimiento de 7 contactos

Respuestas a objeciones

Palabras de alerta de la FTC

# Habla con la gente sin sonar como un argumento de venta

Los constructores que más reclutan rara vez son los que mejor hablan. Son los que se acercan con constancia, parten de la curiosidad y dan seguimiento sin ser raros al respecto. Esta guía te da guiones para copiar y pegar en cada etapa — y mantiene cada palabra del lado correcto de la línea.

Hay dos reglas debajo de cada guion aquí. Primera, estás iniciando una conversación, no cerrando una venta. Tu único trabajo en el primer mensaje es ganarte una respuesta. Segunda, nunca haces una promesa que la empresa no haya hecho por escrito. Sin cifras de ingresos, sin resultados de salud, sin "garantizado". La curiosidad convierte; las afirmaciones crean responsabilidad legal.

## La prueba de una sola frase

Antes de enviar cualquier cosa, pregúntate: "¿Podría defender esta frase ante el equipo de cumplimiento de mi empresa y ante la FTC?" Si dudas, córtala. Un mensaje aburrido que cumple las normas le gana a uno brillante y arriesgado siempre.

## La mentalidad que hace que los guiones funcionen

- **Parte de la persona, no del producto.** Menciona algo real sobre ella antes de hablar de lo que haces.
- **Pregunta, no anuncios.** "¿Estarías abierto a..." funciona mejor que "Tienes que ver esto".
- **Una sola petición por mensaje.** No amontones un cumplido, un argumento de venta y un enlace de agenda de un solo golpe.
- **Adáptate al canal.** Un mensaje de texto debe leerse como un mensaje de texto. No pegues un bloque de 200 palabras en un DM.

## Personaliza la primera línea, usa plantilla para el resto

Escribe la frase de apertura fresca para cada persona — su nombre, un detalle, una razón por la que pensaste en ella. Luego apóyate en el guion para la estructura. Esa mezcla se lee como algo humano y te ahorra una hora al día.

## Aperturas que se ganan una respuesta

Una apertura tiene una sola meta: conseguir un sí a una pregunta pequeña. Fíjate en que ninguna de estas menciona dinero, resultados ni siquiera el nombre de la empresa. Estás tanteando el interés, no vendiendo.

### Mercado cálido (alguien que de verdad conoces)

#### APERTURA CÁLIDA — ACÉRCATE

Hola [Nombre] — pregunta al azar. Acabo de empezar algo aparte que de verdad estoy disfrutando, y me acordé de ti porque siempre has sido [bueno con la gente / fan del bienestar / alguien que conecta naturalmente].

Sin ninguna presión, pero ¿estarías abierto a que te mande un resumen de 2 minutos para que me digas si te encaja? No pasa nada si no es el momento.

#### APERTURA CÁLIDA — RECONECTA PRIMERO

¡Hola [Nombre]! Hace muchísimo que no hablamos — ¿cómo van [los niños / el trabajo nuevo / la mudanza]?

(Manda esto solo. Ten una conversación de verdad. Saca tu negocio solo en un mensaje posterior, y solo si encaja.)

### Mercado frío o de redes (alguien que interactuó contigo)

#### APERTURA EN REDES — COMENTÓ O REACCIONÓ

Hola [Nombre], ¡gracias por [comentar en / reaccionar a] mi publicación sobre [tema]! Tengo curiosidad — ¿fue [la cosa específica] lo que te llamó la atención, o solo estás explorando?

(Deja que responda. Su respuesta te dice si compartir más o solo ser amable.)

#### Por qué importa la pregunta

Cerrar una apertura con una pregunta genuina hace dos cosas: indica que te importa la persona, y te da permiso para dar seguimiento después ("Oye, mencionaste que tenías curiosidad sobre..."). Una afirmación cierra la puerta; una pregunta la deja entreabierta.

- **Nunca abras con un enlace**

Soltar un enlace a un sitio replicado o a un video en el primer mensaje es la forma más rápida de que te ignoren o te marquen como spam. Gánate el sí primero, luego manda el recurso que aceptaron recibir.

## El seguimiento de 7 contactos que no es molesto

La mayoría de los constructores se rinden tras uno o dos mensajes. Las conversaciones que se convierten en clientes y compañeros de equipo casi siempre toman varios contactos — espaciados, variados y nunca con culpa de por medio. Aquí tienes una cadencia que puedes correr en piloto automático.

Cuándo	Qué enviar
Día 0	Apertura (gánate el sí)
Día 1	Envía el recurso que aceptaron
Día 3	"¿Tuviste chance de verlo? Sin prisa."
Día 5	Responde la objeción probable antes de que la planteen
Día 7	Comparte una historia con la que se identifiquen o la experiencia de un cliente (sin afirmaciones)
Día 14	"¿Quieres que te mantenga al tanto o lo dejamos por ahora?"
Día 30	Reapertura suave con algo nuevo y relevante

### DÍA 3 — EL EMPUJONCITO SUAVE

Hola [Nombre], sin ninguna presión — solo quería asegurarme de que [el video / el resumen] no se quedó enterrado. ¿Tuviste chance de echarle un ojo? Con gusto respondo lo que sea o con gusto lo dejamos; totalmente tu decisión.

### DÍA 14 — EL CIERRE CON PERMISO

Hola [Nombre], no quiero ser la persona que te anda insistiendo. ¿Te sería más útil que te volviera a escribir en un mes, o prefieres que solo deje la puerta abierta para cuando estés listo? Cualquiera de las dos me parece bien de verdad.

### El cierre con permiso protege la relación

Preguntar "¿te escribo después o lo dejamos?" casi nunca te cuesta el trato — y te evita ser ese upline insistente que todos temen. La gente dice sí a que vuelvas a escribir mucho más de lo que dice un no rotundo.

## Respuestas a objeciones (de las honestas)

---

Las objeciones no son rechazos — son pedidos de información. Responde a la preocupación real, mantente sincero y nunca contrarrestes una objeción con una afirmación. Abajo, la columna izquierda es lo que escuchas; la derecha es el espíritu de una buena respuesta.

### 1. "¿Esto es una de esas cosas de pirámide?"

Reconócelo con honestidad. "Buena pregunta — yo me pregunté lo mismo. Es [empresa], una empresa de venta directa; me pagan cuando se venden productos reales a clientes reales. Con gusto te muestro exactamente cómo funciona para que lo juzgues por ti mismo." Nunca te pongas a la defensiva; la transparencia desarma.

### 2. "¿Cuánto dinero ganas?"

NO respondas con un número, una captura de pantalla ni el ingreso de un compañero de equipo. "Los resultados varían muchísimo y dependen del trabajo que cada quien le ponga — no puedo prometer ningún ingreso, y honestamente cualquiera que lo haga está mostrando una bandera roja. Lo que sí puedo mostrarte es cómo funciona el plan de compensación para que decidas si el esfuerzo encaja con lo que buscas."

### 3. "No tengo tiempo."

"Te entiendo totalmente — nadie tiene tiempo de sobra. La mayoría de las personas con las que trabajo empezó con unas pocas horas a la semana en medio de una vida llena. ¿Quieres que te muestre cómo se ve un mínimo realista, y tú decides si aunque sea eso es posible ahora?"

### 4. "No soy vendedor."

"Honestamente, a quienes mejor les va normalmente no lo son. Se trata más de compartir cosas que te gustan que de vender. ¿Te ayudaría ver de qué se trata el día a día en realidad?"

### 5. "Déjame pensarlo."

"Claro. Para que te dé seguimiento de una forma útil y no molesta — ¿hay algo específico que estés sopesando, o es más bien cuestión de timing?" Esto saca a la luz la objeción real escondida detrás de la educada.

# Las palabras que meten en problemas a los constructores

A la FTC y al equipo de cumplimiento de tu empresa les importa un conjunto específico de frases. Apréndelas una vez y te autocorregirás para siempre. Esta es la página más valiosa de toda la guía.

Las afirmaciones de ingresos, las afirmaciones de salud y las garantías son las tres categorías que atraen escrutinio. La solución casi siempre es cambiar una promesa por una posibilidad, o un resultado por un proceso.

No digas	Dí en su lugar
"Vas a ganar \$1,000 al mes"	"Así funciona el plan de compensación — los resultados dependen de tu esfuerzo"
"Reemplaza tu salario"	"Algunas personas construyen esto medio tiempo junto a su trabajo"
"Esto curó mi [condición]"	"Yo personalmente he disfrutado usarlo" (sin resultado de salud)
"Resultados garantizados"	"Ningún resultado está garantizado — depende del trabajo"
"Hazte rico / libertad financiera"	"Una forma flexible de ganar junto a tu vida"
"Ingreso pasivo mientras duermes"	"El ingreso está ligado a la actividad y las ventas continuas"

- Sin cifras específicas en dólares, porcentajes ni plazos para las ganancias
- Sin "garantizado", "sin riesgo", "no puedes perder" ni "todos"
- Sin resultados médicos, de salud o de pérdida de peso ligados a un producto
- Sin capturas de pantalla de ingresos ni afirmaciones de estilo de vida que insinúen ganancias del negocio
- Cada afirmación podría defenderse ante cumplimiento Y ante la FTC

## La empresa del lector va primero

Esta guía es educación general, no asesoría legal ni un sustituto de las políticas de tu empresa. Algunas empresas prohíben frases que en otros lados están bien — por ejemplo, nombrar a la empresa en un mensaje en frío, o mencionar el producto en la misma publicación que la oportunidad. Pasa siempre tus guiones por las pautas de cumplimiento de tu propia empresa y síguelas, incluso cuando sean más estrictas que esta página.

**DE TIERUP**

Cada apertura, seguimiento y respuesta a objeciones de esta guía vive dentro de la biblioteca de duplicación de TierUp, lista para copiar — y antes de enviar cualquier cosa, pégala en el verificador de guiones integrado para detectar afirmaciones de ingresos, afirmaciones de salud y lenguaje riesgoso ante la FTC con una reescritura sugerida. Construye tus conversaciones sobre un sistema que mantiene la cadencia y vigila tus palabras por ti, en [tierup.bizbottech.com](https://tierup.bizbottech.com).