



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Ruta total: de principiante a experto

Sistema de aprendizaje, ejecución y criterio para construir resultados sostenibles durante 180 días.

Nivel 0 a nivel experto

00

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

Capítulo 1 - Pensar como operador, no como espectador	4
Profundización 01 - Mapa mental del afiliado profesional	5
Profundización 02 - Cómo organizar una semana de aprendizaje y acción	6
Profundización 03 - Táctica, estrategia y sistema	7
Profundización 04 - Cómo decidir cuando todavía no hay ventas	8
Profundización 05 - Construir criterio comercial	9
Capítulo 2 - Convertir 180 días en un proceso de maduración	10
Profundización 06 - Señales tempranas de avance	11
Profundización 07 - Evitar la ansiedad por resultados rápidos	12
Profundización 08 - Documentar decisiones y aprendizajes	13
Profundización 09 - Diseñar un plan de seis meses	14
Profundización 10 - Perfil de experto operativo	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapas	Nivel 0 a nivel experto	Duración sugerida	3 a 4 horas + implementación semanal
Entregable	Plan personal de 180 días y tablero de avance.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Construir una ruta completa de 180 días.
- Definir entregables y métricas por etapa.
- Tomar decisiones con evidencia en lugar de improvisar.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Pensar como operador, no como espectador

Un afiliado profesional no acumula tácticas: construye un sistema que convierte observaciones en decisiones, decisiones en activos y activos en señales medibles. Este capítulo instala el criterio de trabajo que evita la dispersión.

Competencias del capítulo

- Mapa mental del afiliado profesional
- Cómo organizar una semana de aprendizaje y acción
- Táctica, estrategia y sistema
- Cómo decidir cuando todavía no hay ventas
- Construir criterio comercial

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Mapa mental del afiliado profesional

Objetivo operativo

Entender el negocio como una cadena de decisiones conectadas y no como una colección de trucos.

Principio de trabajo

El sistema mínimo tiene cinco capas: audiencia, problema, mensaje, recomendación y medición. Una falla en cualquiera altera el resultado final.

Caso aplicado

Una cuenta obtiene muchas vistas pero ninguna conversación. El problema no se resuelve publicando más: se revisa si el mensaje nombra un problema reconocible y propone un siguiente paso concreto.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Dibujá la cadena completa desde la fuente de tráfico hasta la compra.
2	Asigná una métrica a cada etapa.
3	Marcá el punto con mayor incertidumbre.
4	Elegí una prueba pequeña para esa etapa.
5	Registrá el aprendizaje antes de cambiar otra variable.

Errores que esta lección evita

- Confundir actividad con progreso.
- Cambiar varias variables al mismo tiempo.
- Medir solo ventas y perder señales intermedias.

Ejercicio de campo

Representá tu sistema actual en una hoja y señalá con rojo la etapa que no podés explicar con evidencia.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa del sistema con responsables, métricas y próximo experimento.	Porcentaje de etapas con métrica y responsable definidos.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Cómo organizar una semana de aprendizaje y acción

Objetivo operativo

Distribuir el tiempo para que cada concepto estudiado termine en un activo probado.

Principio de trabajo

La semana efectiva combina estudio breve, producción visible, exposición al mercado y revisión; leer sin producir genera sensación de avance, no avance.

Caso aplicado

En lugar de consumir diez horas de cursos, una persona estudia dos horas, crea tres mensajes, conversa con cinco prospectos y dedica una hora a revisar respuestas.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí un único objetivo semanal.
2	Reservá dos bloques de estudio y tres de ejecución.
3	Definí un activo terminable.
4	Programá una exposición real.
5	Cerrá la semana con una decisión escrita.

Errores que esta lección evita

- Planificar más tareas de las que entran en la agenda.
- Dejar la medición para fin de mes.
- Usar el estudio para evitar publicar o conversar.

Ejercicio de campo

Diseñá tu próxima semana con bloques horarios, una entrega obligatoria y una métrica que puedas revisar el domingo.

Entregable	Métrica de dominio
Agenda semanal con bloques, activo y revisión.	Relación entre bloques ejecutados y bloques planificados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Táctica, estrategia y sistema

Objetivo operativo

Distinguir acciones aisladas de una lógica de largo plazo y de una operación repetible.

Principio de trabajo

La táctica es una acción, la estrategia explica por qué se elige y el sistema define cómo se repite, mide y mejora.

Caso aplicado

Publicar un reel es una táctica. Usar reels para captar preguntas de principiantes es estrategia. Tener calendario, guion, CTA, registro y revisión semanal es sistema.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Listá las acciones que repetís.
2	Escribí el objetivo que justifica cada acción.
3	Eliminá acciones sin relación con una prioridad.
4	Documentá las que sí funcionan.
5	Definí cuándo revisar el sistema.

Errores que esta lección evita

- Copiar tácticas sin conocer su contexto.
- Llamar estrategia a una lista de tareas.
- Automatizar antes de demostrar repetibilidad.

Ejercicio de campo

Tomá cinco tareas actuales y clasificá cada una como táctica, decisión estratégica o parte de un sistema.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz táctica-estrategia-sistema.	Porcentaje de tareas vinculadas a una prioridad medible.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Cómo decidir cuando todavía no hay ventas

Objetivo operativo

Tomar decisiones útiles con señales tempranas sin inventar certezas.

Principio de trabajo

Antes de la venta existen datos de problema: respuestas, clics, permanencia, preguntas y objeciones. Sirven para ajustar hipótesis, no para declarar éxito.

Caso aplicado

Una publicación genera pocos clics pero tres mensajes privados muy específicos. La señal sugiere relevancia en una audiencia pequeña; conviene profundizar el ángulo antes de descartarlo.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí qué hipótesis estás probando.
2	Elegí dos señales previas a la venta.
3	Fijá un período de observación.
4	Compará contra una alternativa.
5	Decidí mantener, modificar o cerrar la prueba.

Errores que esta lección evita

- Esperar datos perfectos.
- Interpretar un comentario como validación total.
- Cambiar de nicho después de una sola semana.

Ejercicio de campo

Seleccioná una campaña sin ventas y redactá tres decisiones posibles según las señales que sí existen.

Entregable	Métrica de dominio
Registro de hipótesis, señales y decisión.	Cantidad de decisiones respaldadas por datos observables.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Construir criterio comercial

Objetivo operativo

Evaluar oportunidades por evidencia, riesgo y capacidad de ejecución.

Principio de trabajo

El criterio comercial combina atractivo del mercado, calidad de la oferta, acceso a la audiencia, margen y capacidad propia; no depende de entusiasmo inicial.

Caso aplicado

Dos productos pagan la misma comisión. Uno tiene mejor página pero exige tráfico pago; el otro resuelve un problema que ya aparece en la comunidad propia. El segundo puede ser mejor decisión operativa.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí cinco criterios con peso.
2	Puntuá cada opción con la misma escala.
3	Anotá la evidencia detrás de cada nota.
4	Aplicá un límite de riesgo.
5	Elegí la opción que puedas ejecutar durante 30 días.

Errores que esta lección evita

- Elegir por comisión aislada.
- Sobrevalorar tendencias sin acceso a audiencia.
- Ignorar restricciones de tiempo o capital.

Ejercicio de campo

Construí una tabla comparativa para tres productos y justificá la elección final en cinco líneas.

Entregable	Métrica de dominio
Score comercial documentado.	Diferencia entre puntuación estimada y resultado real después de 30 días.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Convertir 180 días en un proceso de maduración

El crecimiento no se organiza por motivación sino por etapas, entregables y ciclos de revisión. Aquí se diseña una secuencia de seis meses con prioridades claras y límites de trabajo.

Competencias del capítulo

- Señales tempranas de avance
- Evitar la ansiedad por resultados rápidos
- Documentar decisiones y aprendizajes
- Diseñar un plan de seis meses
- Perfil de experto operativo

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Señales tempranas de avance

Objetivo operativo

Crear un tablero que muestre progreso antes de que aparezcan ingresos consistentes.

Principio de trabajo

Las señales deben formar una escalera: alcance relevante, interacción útil, conversación, lead, clic calificado, compra y repetición.

Caso aplicado

Si aumentan los leads pero no los clics al producto, la captura funciona y la educación no está preparando la decisión; el cuello de botella está entre nutrición y recomendación.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí la escalera completa.
2	Elegí una métrica por etapa.
3	Registrá datos semanalmente.
4	Detectá dónde cae la mayor proporción.
5	Mejorá solo ese tramo.

Errores que esta lección evita

- Celebrar alcance sin calidad.
- Mezclar datos de canales distintos sin contexto.
- Usar métricas que no conducen a una decisión.

Ejercicio de campo

Armá un tablero con siete etapas y cargá los datos disponibles de las últimas cuatro semanas.

Entregable	Métrica de dominio
Tablero de señales tempranas.	Conversión porcentual entre etapas consecutivas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Evitar la ansiedad por resultados rápidos

Objetivo operativo

Diseñar reglas de trabajo que reduzcan decisiones impulsivas.

Principio de trabajo

La ansiedad aumenta cuando no hay horizonte, límite de prueba ni criterio de cierre. Un experimento definido transforma incertidumbre en trabajo observable.

Caso aplicado

Una campaña no vende en tres días. En lugar de cambiar el producto, se mantiene siete días porque el plan fijó 200 visitas calificadas como muestra mínima.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí duración o muestra mínima.
2	Fijá presupuesto y pérdida aceptable.
3	Elegí momentos de revisión.
4	Prohibí cambios fuera de revisión salvo riesgo real.
5	Documentá emociones por separado de los datos.

Errores que esta lección evita

- Revisar estadísticas cada hora.
- Duplicar presupuesto para recuperar una pérdida.
- Abandonar un proceso antes de alcanzar la muestra mínima.

Ejercicio de campo

Escribí un contrato de experimento para tu próxima campaña con fecha, presupuesto, métricas y reglas de interrupción.

Entregable	Métrica de dominio
Contrato de experimento.	Cantidad de cambios impulsivos realizados fuera de la revisión acordada.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Documentar decisiones y aprendizajes

Objetivo operativo

Crear memoria operativa para no repetir errores ni perder hallazgos.

Principio de trabajo

Una decisión útil registra contexto, dato, interpretación, acción y resultado. Sin esa secuencia, el aprendizaje se convierte en recuerdo impreciso.

Caso aplicado

Se cambia un asunto de email porque el anterior tenía baja apertura. La nueva versión mejora apertura pero reduce clics; el registro muestra que el asunto atrajo curiosidad poco alineada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Anoté el contexto.
2	Separé hechos de interpretación.
3	Escribí la decisión y su motivo.
4	Definé cuándo evaluar.
5	Registré resultado y aprendizaje transferible.

Errores que esta lección evita

- Guardar solo resultados positivos.
- Escribir conclusiones sin datos.
- No registrar la versión exacta del activo.

Ejercicio de campo

Reconstruí tres decisiones recientes usando la plantilla contexto-dato-interpretación-acción-resultado.

Entregable	Métrica de dominio
Bitácora de decisiones versionada.	Porcentaje de experimentos con cierre y aprendizaje registrados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Diseñar un plan de seis meses

Objetivo operativo

Convertir una meta amplia en fases con dependencias y entregables.

Principio de trabajo

El orden importa: investigar antes de producir, validar antes de escalar y estabilizar antes de automatizar.

Caso aplicado

Un plan reserva el primer mes para mercado y producto, el segundo para mensaje, el tercero para embudo, el cuarto para tráfico, el quinto para optimización y el sexto para operación.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí resultado final observable.
2	Dividí en seis fases mensuales.
3	Asigná un entregable por fase.
4	Identificá dependencias.
5	Programá revisiones de 30 y 90 días.

Errores que esta lección evita

- Asignar objetivos de ingresos sin actividades controlables.
- Intentar automatizar en el primer mes.
- No reservar tiempo para corrección.

Ejercicio de campo

Creá tu hoja de ruta de seis meses con un resultado, entregable, métrica y riesgo principal por mes.

Entregable	Métrica de dominio
Plan de 180 días.	Cumplimiento de entregables mensuales y calidad de evidencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Perfil de experto operativo

Objetivo operativo

Definir las competencias necesarias para sostener un sistema, no solo iniciarlo.

Principio de trabajo

El experto operativo sabe diagnosticar, priorizar, producir, medir, documentar y enseñar; no necesita dominar todas las herramientas, pero sí controlar las decisiones críticas.

Caso aplicado

Una persona puede delegar diseño sin perder control porque define objetivo, audiencia, mensaje, criterios visuales, revisión y métrica.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Evalúa ocho competencias.
2	Marcá evidencia real de cada una.
3	Elegí una brecha crítica.
4	Diseña práctica deliberada.
5	Reevalúa cada 30 días.

Errores que esta lección evita

- Confundir años de experiencia con dominio.
- Evaluarse por sensación.
- Aprender herramientas sin mejorar decisiones.

Ejercicio de campo

Puntuate de 0 a 5 en investigación, oferta, contenido, venta, métricas, operación, ética y enseñanza; agregó una evidencia por nota.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de competencias y plan de práctica.	Aumento de competencias con evidencia en 90 días.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Hotmart: plataforma, reglas y primeras ventas

Configuración segura, reglas verificables, atribución, rentabilidad y primera campaña con método.

Fundamentos operativos

01

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

Capítulo 1 - Operar Hotmart con seguridad y trazabilidad	4
Profundización 01 - Configuración segura de la cuenta	5
Profundización 02 - Reglas y responsabilidades del afiliado	6
Profundización 03 - Cómo revisar una página de ventas	7
Profundización 04 - Organización y prueba de HotLinks	8
Profundización 05 - Cookies, atribución y límites de lectura	9
Capítulo 2 - Lograr la primera venta sin dañar la confianza	10
Profundización 06 - Comisión, reembolso y rentabilidad real	11
Profundización 07 - Solicitud de afiliación con criterio	12
Profundización 08 - Primera campaña orgánica documentada	13
Profundización 09 - Conversación y cierre sin presión	14
Profundización 10 - Riesgos que dañan cuenta y confianza	15
Cierre del módulo	17

Resultado de aprendizaje

Etapas	Fundamentos operativos	Duración sugerida	4 a 6 horas
Entregable	Cuenta preparada y campaña inicial documentada.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Configurar la cuenta con criterios de seguridad.
- Comprender HotLinks, atribución, comisiones y garantía.
- Lanzar una primera campaña ética y medible.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Operar Hotmart con seguridad y trazabilidad

La plataforma debe entenderse como un sistema de cuenta, productos, enlaces, reglas, atribución y estados de transacción. La prioridad inicial es evitar errores operativos y documentar cada campaña.

Competencias del capítulo

- Configuración segura de la cuenta
- Reglas y responsabilidades del afiliado
- Cómo revisar una página de ventas
- Organización y prueba de HotLinks
- Cookies, atribución y límites de lectura

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Configuración segura de la cuenta

Objetivo operativo

Preparar el acceso, los datos y los controles básicos antes de operar.

Principio de trabajo

La seguridad combina credenciales únicas, segundo factor, datos fiscales correctos, roles mínimos y revisión periódica de accesos.

Caso aplicado

Un colaborador necesita revisar métricas pero no retirar fondos. Se le asigna el nivel mínimo posible y se documenta el acceso, en lugar de compartir la contraseña principal.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Activá autenticación adicional.
2	Verificá datos personales y fiscales.
3	Revisá correos y medios de recuperación.
4	Limitá accesos de terceros.
5	Guardá evidencia de la configuración.

Errores que esta lección evita

- Reutilizar contraseñas.
- Compartir la cuenta por mensajería.
- Dejar datos de cobro sin verificar.

Ejercicio de campo

Completá una auditoría de seguridad con fecha, responsable y corrección pendiente.

Entregable	Métrica de dominio
Checklist de cuenta segura.	Número de controles críticos completos sobre el total auditado.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Reglas y responsabilidades del afiliado

Objetivo operativo

Entender qué puede comunicar, qué debe verificar y qué riesgos debe evitar.

Principio de trabajo

El afiliado es responsable por su mensaje y sus activos, aunque no controle el producto. Debe evitar promesas engañosas, suplantación y uso indebido de marca.

Caso aplicado

Una página afirma “ganá dinero garantizado”. Aunque el productor haya usado frases agresivas, el afiliado debe corregir su propia comunicación o descartar la promoción.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Leé reglas del producto.
2	Revisá políticas de la plataforma.
3	Auditá promesas y evidencias.
4	Documentá restricciones de marca.
5	Definí un proceso de revisión antes de publicar.

Errores que esta lección evita

- Copiar textos sin evaluarlos.
- Presentarse como representante oficial.
- Ocultar condiciones relevantes.

Ejercicio de campo

Auditá una campaña existente y marcá cada afirmación como verificable, opinión, inferencia o riesgo.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de cumplimiento de campaña.	Cantidad de riesgos corregidos antes de publicar.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Cómo revisar una página de ventas

Objetivo operativo

Evaluar si la página ayuda a una decisión informada y mantiene coherencia con la campaña.

Principio de trabajo

Una buena página conecta problema, mecanismo, solución, prueba, condiciones, garantía y acción sin crear contradicciones con el anuncio.

Caso aplicado

El anuncio promete una guía para principiantes, pero la página presupone conocimientos avanzados. Esa brecha genera clics baratos y compras insatisfechas.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Compará promesa del anuncio y la página.
2	Identificá el público explícito.
3	Revisá prueba y credibilidad.
4	Detectá objeciones sin respuesta.
5	Probá el recorrido en móvil.

Errores que esta lección evita

- Evaluar solo el diseño.
- Ignorar la claridad del precio y condiciones.
- No probar enlaces ni carga móvil.

Ejercicio de campo

Puntuá una página de 0 a 5 en claridad, relevancia, prueba, fricción, confianza y continuidad.

Entregable	Métrica de dominio
Auditoría de página de ventas.	Puntuación total y lista priorizada de brechas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Organización y prueba de HotLinks

Objetivo operativo

Mantener enlaces identificables, comprobables y asociados a una campaña.

Principio de trabajo

Cada enlace debe tener nombre, origen, pieza, fecha, destino y prueba de funcionamiento; un enlace sin contexto destruye atribución analítica.

Caso aplicado

Se crean enlaces separados para YouTube, email y WhatsApp. Así una venta puede relacionarse con el canal real y no con un enlace genérico compartido en todo lugar.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí una convención de nombres.
2	Creá un enlace por campaña relevante.
3	Probalo en incógnito y móvil.
4	Registrá destino y fecha.
5	Archivá enlaces vencidos.

Errores que esta lección evita

- Usar el mismo enlace para todo.
- Acortar sin conservar registro.
- No comprobar redirecciones.

Ejercicio de campo

Construí un inventario de enlaces actuales y eliminá o corregí los que no puedas asociar a una campaña.

Entregable	Métrica de dominio
Registro maestro de HotLinks.	Porcentaje de enlaces con canal, campaña y prueba documentados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Cookies, atribución y límites de lectura

Objetivo operativo

Interpretar una comisión sin asumir que cada clic propio asegura atribución.

Principio de trabajo

La atribución depende de reglas, secuencia de interacciones y configuración vigente. El análisis debe usar los datos disponibles y reconocer lo que no puede comprobarse.

Caso aplicado

Una persona hace clic en dos afiliados antes de comprar. En lugar de acusar una falla, se revisan criterios de atribución, fechas y enlaces usados.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Documentá el clic controlable.
2	Revisá la regla vigente del producto/plataforma.
3	Compará fecha y secuencia.
4	Separá hipótesis de hechos.
5	Escalá soporte con evidencia cuando corresponda.

Errores que esta lección evita

- Prometer que el clic asegura comisión.
- Confundir cookie con venta aprobada.
- Reclamar sin guardar enlaces ni fechas.

Ejercicio de campo

Redactá una explicación transparente de atribución para un colaborador o cliente interno.

Entregable	Métrica de dominio
Ficha de atribución y límites.	Casos investigados con evidencia suficiente.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Lograr la primera venta sin dañar la confianza

La primera venta se busca con una campaña pequeña, una recomendación condicionada y seguimiento medible. El objetivo no es presionar: es comprobar que el mensaje conecta con una necesidad real.

Competencias del capítulo

- Comisión, reembolso y rentabilidad real
- Solicitud de afiliación con criterio
- Primera campaña orgánica documentada
- Conversación y cierre sin presión
- Riesgos que dañan cuenta y confianza

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Comisión, reembolso y rentabilidad real

Objetivo operativo

Calcular el ingreso esperado después de devoluciones, costos y variaciones.

Principio de trabajo

La comisión visible no es beneficio. La rentabilidad considera ingreso neto, tasa de aprobación, reembolsos, publicidad, herramientas y tiempo operativo.

Caso aplicado

Una oferta paga USD 10 por venta, pero cada compra cuesta USD 8 en tráfico y tiene 12 % de reembolso. El margen efectivo es mucho menor que la comisión anunciada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Reuní comisión neta promedio.
2	Calculá costo por compra.
3	Incorporá reembolsos y rechazos.
4	Sumá costos fijos prorrateados.
5	Definí margen mínimo aceptable.

Errores que esta lección evita

- Usar facturación bruta como ganancia.
- Ignorar reembolsos tardíos.
- Escalar sin punto de equilibrio.

Ejercicio de campo

Calculá tres escenarios - conservador, base y favorable - para un producto real.

Entregable	Métrica de dominio
Modelo de economía unitaria.	Margen neto por compra y tasa de reembolso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Solicitud de afiliación con criterio

Objetivo operativo

Seleccionar productos y presentar una solicitud coherente con la audiencia y el plan.

Principio de trabajo

Una buena solicitud demuestra encaje, canal, experiencia relevante y compromiso con reglas; no necesita exagerar alcance ni resultados.

Caso aplicado

En vez de escribir “tengo miles de seguidores”, se explica que existe una comunidad pequeña de docentes, una newsletter semanal y un plan de contenido de cuatro semanas.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Validá encaje de audiencia.
2	Leé condiciones del productor.
3	Prepará una presentación breve.
4	Describí canal y método.
5	Guardá la respuesta y próximos pasos.

Errores que esta lección evita

- Solicitar decenas de productos sin evaluación.
- Inventar métricas.
- No revisar restricciones de promoción.

Ejercicio de campo

Escribí una solicitud de 120 palabras para un producto que realmente puedas promover.

Entregable	Métrica de dominio
Plantilla de solicitud de afiliación.	Tasa de aprobación de solicitudes calificadas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Primera campaña orgánica documentada

Objetivo operativo

Lanzar una prueba pequeña que permita aprender sin depender de anuncios.

Principio de trabajo

La campaña inicial necesita un problema, tres piezas educativas, una conversación o captura y una recomendación coherente.

Caso aplicado

Durante siete días se publican un diagnóstico, un tutorial y una objeción; todos llevan a una guía breve y luego a una recomendación condicionada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí una pregunta frecuente.
2	Creá tres piezas con funciones distintas.
3	Definí un CTA único.
4	Registrá clics y conversaciones.
5	Cerrá con una revisión escrita.

Errores que esta lección evita

- Publicar diez temas distintos.
- Cambiar el CTA en cada pieza.
- Evaluar por likes solamente.

Ejercicio de campo

Diseñá y programá una campaña orgánica de siete días con mensaje, formato, CTA y métrica por pieza.

Entregable	Métrica de dominio
Plan de primera campaña.	Conversaciones o leads por cada 100 personas alcanzadas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Conversación y cierre sin presión

Objetivo operativo

Recomendar solo después de comprender contexto, urgencia y capacidad de implementación.

Principio de trabajo

La conversación consultiva pide permiso, diagnostica, resume y presenta una opción con condiciones; el cierre es una decisión informada, no una manipulación.

Caso aplicado

Una persona pregunta precio. Antes de enviar el enlace, se aclara qué busca, qué intentó y cuánto tiempo puede dedicar. La recomendación puede terminar en “todavía no te conviene”.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Pedí permiso para preguntar.
2	Exploré situación e impacto.
3	Resumí el diagnóstico.
4	Presenté una opción y sus límites.
5	Acordé el siguiente paso.

Errores que esta lección evita

- Enviar el enlace como primera respuesta.
- Usar urgencia falsa.
- Ocultar para quién no sirve.

Ejercicio de campo

Simulá tres conversaciones: encaje alto, encaje dudoso y producto no recomendable.

Entregable	Métrica de dominio
Guion consultivo con filtros.	Porcentaje de conversaciones con diagnóstico registrado.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Riesgos que dañan cuenta y confianza

Objetivo operativo

Reconocer prácticas que pueden generar sanciones, quejas o reembolsos.

Principio de trabajo

El riesgo aparece cuando el mensaje supera la evidencia, el acceso no está protegido, la entrega no coincide o se usan marcas y datos sin autorización.

Caso aplicado

Una campaña reutiliza testimonios de otra audiencia y recorta condiciones. Aumenta conversiones a corto plazo, pero eleva reclamos y expone la cuenta.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Mapeá riesgos de mensaje, datos, acceso y entrega.
2	Asigná probabilidad e impacto.
3	Definí controles preventivos.
4	Prepará respuesta a incidentes.
5	Revisá después de cada cambio.

Errores que esta lección evita

- Tratar cumplimiento como trámite.
- Esperar una queja para corregir.
- No conservar versiones publicadas.

Ejercicio de campo

Creá un registro de riesgos con responsable, control y fecha de revisión.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de riesgos operativos.	Riesgos críticos sin control activo.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Fuentes oficiales relacionadas

Fuente	Aplicación
<u>Hotmart - seguimiento de HotLinks</u>	Seguimiento y atribución de enlaces de divulgación.
<u>Hotmart - cómo afiliarse a un producto</u>	Flujo y condiciones generales de afiliación.
<u>Hotmart - primera venta como afiliado</u>	Orientación oficial para primeras acciones de promoción.
<u>Hotmart - solicitud de reembolso</u>	Proceso de reembolso y necesidad de revisar condiciones vigentes.
<u>Hotmart - priorización de comisiones</u>	Criterios de atribución y priorización de comisiones.
<u>Hotmart - bono del afiliado</u>	Configuración y entrega de bonos cuando la función está disponible.

Verificadas para esta edición el 3 de agosto de 2026. Las plataformas pueden cambiar; revisá la fuente antes de ejecutar.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Nicho, avatar, producto y oferta

Investigación de mercado, selección de producto y diseño de una oferta que reduzca incertidumbre.

Estrategia comercial

02

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

Capítulo 1 - Elegir mercado con evidencia	4
Profundización 01 - Investigación de mercado con evidencia	5
Profundización 02 - Dolores, deseos y objeciones	6
Profundización 03 - Niveles de conciencia del comprador	7
Profundización 04 - Urgencia y capacidad de pago	8
Profundización 05 - Score de producto afiliado	9
Capítulo 2 - Diseñar producto y oferta como una decisión completa	10
Profundización 06 - Análisis de competidores y alternativas	11
Profundización 07 - Promesa prudente y específica	12
Profundización 08 - Bonos que reducen incertidumbre	13
Profundización 09 - Mensajes para tráfico frío y caliente	14
Profundización 10 - Decisión final de producto y oferta	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapas	Estrategia comercial	Duración sugerida	5 a 7 horas
Entregable	Ficha de nicho, avatar, score de producto y oferta.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Elegir un nicho con demanda y capacidad de compra.
- Definir un avatar basado en evidencia.
- Construir una oferta clara sin promesas engañosas.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Elegir mercado con evidencia

Un nicho útil combina problema reconocible, audiencia localizable, capacidad de pago y acceso a conversaciones reales. La elección se valida comparando señales, no defendiendo preferencias personales.

Competencias del capítulo

- Investigación de mercado con evidencia
- Dolores, deseos y objeciones
- Niveles de conciencia del comprador
- Urgencia y capacidad de pago
- Score de producto afiliado

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Investigación de mercado con evidencia

Objetivo operativo

Detectar problemas reales usando conversaciones, búsquedas, reseñas y comportamiento observable.

Principio de trabajo

Una oportunidad se fortalece cuando el mismo problema aparece en fuentes distintas y las personas ya invierten tiempo o dinero en resolverlo.

Caso aplicado

En reseñas, foros y consultas de soporte se repite “no sé por dónde empezar”. Esa frase revela una necesidad de ruta y reducción de complejidad, no solo de más información.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Reuní cinco fuentes de mercado.
2	Extraé frases literales.
3	Agrupá problemas por frecuencia e impacto.
4	Identificá soluciones ya intentadas.
5	Elegí una hipótesis para validar en conversación.

Errores que esta lección evita

- Investigar solo tendencias generales.
- Reescribir las palabras del público con jerga propia.
- Confundir interés con intención de compra.

Ejercicio de campo

Recolectá 30 expresiones reales y clasificalas por problema, deseo, objeción y contexto.

Entregable	Métrica de dominio
Banco de evidencia del mercado.	Número de fuentes y patrones repetidos con evidencia literal.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Dolores, deseos y objeciones

Objetivo operativo

Separar el problema actual, el resultado buscado y las razones para no actuar.

Principio de trabajo

Dolor, deseo y objeción cumplen funciones diferentes: el dolor explica tensión, el deseo define dirección y la objeción revela incertidumbre o restricción.

Caso aplicado

Una persona dice “pierdo horas creando contenido”, desea publicar con constancia y objeta que la automatización hará que su voz parezca artificial.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Anoté el dolor en palabras del público.
2	Describí el resultado observable.
3	Identifiqué la objeción principal.
4	Busqué evidencia o mecanismo para responder.
5	Convertí cada elemento en una pregunta de entrevista.

Errores que esta lección evita

- Usar miedos genéricos.
- Responder objeciones antes de entenderlas.
- Prometer eliminar toda dificultad.

Ejercicio de campo

Tomá diez comentarios y construí una tabla dolor-deseo-objeción-respuesta prudente.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa de tensiones del avatar.	Porcentaje de mensajes basados en lenguaje real del público.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Niveles de conciencia del comprador

Objetivo operativo

Adaptar el mensaje según lo que la persona ya sabe del problema y de las soluciones.

Principio de trabajo

Un mensaje falla cuando exige una decisión para la que el comprador todavía no tiene contexto. La comunicación debe avanzar un paso, no cinco.

Caso aplicado

A quien no reconoce el problema se le muestra un síntoma. A quien compara opciones se le ofrecen criterios. A quien está decidido se le aclaran condiciones y siguiente paso.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí cinco niveles de conciencia.
2	Ubicá preguntas reales en cada nivel.
3	Elegí una promesa adecuada.
4	Asigná formato y CTA.
5	Creá una secuencia que conecte niveles.

Errores que esta lección evita

- Mostrar precio a una audiencia totalmente fría.
- Repetir el mismo CTA para todos.
- Confundir interés en el tema con intención de compra.

Ejercicio de campo

Escribí una pieza breve para cada nivel usando el mismo producto.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de mensajes por conciencia.	Avance entre contenido educativo, captura y clic de decisión.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Urgencia y capacidad de pago

Objetivo operativo

Evaluar si el problema merece atención ahora y si existe una vía realista de compra.

Principio de trabajo

La urgencia comercial no se fabrica; se observa en consecuencias, plazos, frecuencia y costo de no actuar. La capacidad de pago depende del contexto y del valor percibido.

Caso aplicado

Una certificación con fecha de examen tiene urgencia temporal clara. Un hobby deseable puede tener interés alto, pero menor prioridad presupuestaria.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Identificá consecuencias actuales.
2	Buscá plazos o eventos desencadenantes.
3	Estimá frecuencia del problema.
4	Observá alternativas pagas.
5	Validá disposición con preguntas no manipulativas.

Errores que esta lección evita

- Usar escasez falsa.
- Asumir capacidad de pago por profesión.
- Confundir ansiedad con urgencia útil.

Ejercicio de campo

Compará tres problemas y puntuá urgencia, frecuencia, costo de inacción y acceso económico.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de prioridad del problema.	Porcentaje de entrevistados que asigna prioridad alta y explica por qué.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Score de producto afiliado

Objetivo operativo

Evaluar productos con criterios comparables antes de invertir tiempo y tráfico.

Principio de trabajo

El score debe incluir encaje, calidad, página, reputación, comisión, reembolsos, restricciones y oportunidad de diferenciación.

Caso aplicado

Un producto obtiene comisión alta pero baja nota en claridad y soporte. Otro paga menos, tiene mejor encaje y menor riesgo; el score evita elegir por un solo número.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí criterios y pesos.
2	Reuní evidencia verificable.
3	Puntuá de forma consistente.
4	Aplicá criterios de descarte.
5	Revisá el score después de resultados reales.

Errores que esta lección evita

- Cambiar pesos para favorecer una preferencia.
- Puntuar sin abrir el producto o la página.
- Ignorar experiencia poscompra.

Ejercicio de campo

Evaluá cinco productos y escribí una justificación de descarte para al menos dos.

Entregable	Métrica de dominio
Score comparativo de productos.	Correlación entre score inicial, conversión y reembolso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Diseñar producto y oferta como una decisión completa

La oferta afiliada no cambia el producto central, pero sí puede reducir incertidumbre mediante contexto, filtros, bonos útiles y una explicación honesta de condiciones y límites.

Competencias del capítulo



Análisis de competidores y alternativas



Promesa prudente y específica



Bonos que reducen incertidumbre



Mensajes para tráfico frío y caliente



Decisión final de producto y oferta

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Análisis de competidores y alternativas

Objetivo operativo

Entender cómo resuelve hoy el mercado y dónde existe espacio para una recomendación distinta.

Principio de trabajo

El competidor no es solo otro curso: también puede ser no hacer nada, contratar un servicio, usar contenido gratuito o construir una solución casera.

Caso aplicado

Para aprender anuncios, el comprador compara un curso, una agencia, tutoriales gratuitos y experimentar solo. Cada alternativa tiene costo, velocidad, riesgo y acompañamiento diferentes.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Listá alternativas directas e indirectas.
2	Compará promesa, mecanismo y precio.
3	Leé reseñas positivas y negativas.
4	Detectá vacíos de explicación o soporte.
5	Definí tu ángulo sin atacar competidores.

Errores que esta lección evita

- Copiar la propuesta más visible.
- Analizar solo precios.
- Convertir diferencias en afirmaciones no verificadas.

Ejercicio de campo

Construí una tabla de cinco alternativas y redactá una frase de posicionamiento basada en una diferencia real.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa competitivo y ángulo elegido.	Cantidad de diferencias respaldadas por evidencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Promesa prudente y específica

Objetivo operativo

Expresar el cambio esperado sin garantizar resultados ni ocultar condiciones.

Principio de trabajo

La promesa sólida nombra audiencia, resultado, mecanismo y alcance; evita absolutos y distingue lo que el producto enseña de lo que cada alumno logra.

Caso aplicado

“Aprendí a estructurar una landing y medir sus etapas” es más responsable y comprobable que “multiplicá tus ventas automáticamente”.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí el resultado controlable.
2	Nombrá el mecanismo.
3	Aclaración de audiencia y condición.
4	Eliminá absolutos.
5	Contrastá con el contenido real del producto.

Errores que esta lección evita

- Prometer ingresos.
- Usar plazos arbitrarios.
- Confundir posibilidad con probabilidad.

Ejercicio de campo

Reescribí diez promesas exageradas en versiones específicas, condicionales y verificables.

Entregable	Métrica de dominio
Banco de promesas aprobadas.	Cantidad de afirmaciones que pueden respaldarse con contenido o evidencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Bonos que reducen incertidumbre

Objetivo operativo

Diseñar complementos que faciliten implementación sin inflar artificialmente la oferta.

Principio de trabajo

Un bono útil resuelve una fricción posterior a la compra: inicio, adaptación, seguimiento, plantilla o control de calidad.

Caso aplicado

Un curso enseña email marketing. Un bono valioso es una hoja para adaptar cinco emails y revisar su coherencia, no otro ebook genérico de motivación.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Identificá la fricción poscompra.
2	Elegí un formato breve.
3	Definí uso y resultado.
4	Evitá duplicar el producto.
5	Probalo con una tarea real.

Errores que esta lección evita

- Agregar bonos por cantidad.
- Prometer acceso o soporte que no existe.
- Crear material desconectado del objetivo central.

Ejercicio de campo

Diseñá tres bonos: inicio rápido, implementación y control; justificá qué incertidumbre elimina cada uno.

Entregable	Métrica de dominio
Ficha de bonos alineados.	Uso efectivo de bonos y reducción de preguntas repetidas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Mensajes para tráfico frío y caliente

Objetivo operativo

Ajustar profundidad, prueba y acción al nivel de relación con la audiencia.

Principio de trabajo

El tráfico frío necesita contexto y relevancia; el caliente tolera mayor especificidad de producto porque ya conoce el problema o confía en la fuente.

Caso aplicado

En frío se publica “tres señales de que tu proceso comercial pierde leads”. En caliente se ofrece una comparación de herramientas y una recomendación concreta.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí qué sabe cada audiencia.
2	Elegí problema y prueba apropiados.
3	Ajustá longitud y CTA.
4	Mantené continuidad con la página.
5	Medí cada segmento por separado.

Errores que esta lección evita

- Retargetear sin cambiar mensaje.
- Pedir compra a quien recién descubre el tema.
- Mezclar audiencias en el mismo análisis.

Ejercicio de campo

Creá dos versiones de una campaña: una para desconocidos y otra para personas que consumieron tres contenidos.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz frío-caliente.	Diferencia de CTR y conversión por temperatura de audiencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Decisión final de producto y oferta

Objetivo operativo

Integrar evidencia de mercado, score, mensaje, riesgo y capacidad operativa.

Principio de trabajo

La decisión final debe incluir también un plan de descarte: cuándo detener la prueba, qué señales observar y qué aprendizaje conservar.

Caso aplicado

Se elige un producto para probar 30 días con contenido orgánico, 100 leads objetivo y máximo de inversión definido. Si no supera mínimos, se archiva con documentación.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Resumí evidencia del problema.
2	Confirmá encaje del producto.
3	Definí oferta y diferenciación.
4	Fijá muestra y presupuesto.
5	Establecé criterios de continuar o cerrar.

Errores que esta lección evita

- Elegir sin fecha de revisión.
- Mantener una oferta por costo hundido.
- Descartar sin registrar aprendizaje.

Ejercicio de campo

Prepará una ficha de decisión de una página para el producto principal y una alternativa de respaldo.

Entregable	Métrica de dominio
Documento de decisión comercial.	Cumplimiento del protocolo de prueba y claridad de la decisión final.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Marca, contenido, copywriting y confianza

Identidad, mensajes, contenido y copywriting para atraer, educar y generar confianza medible.

Autoridad y comunicación

03

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

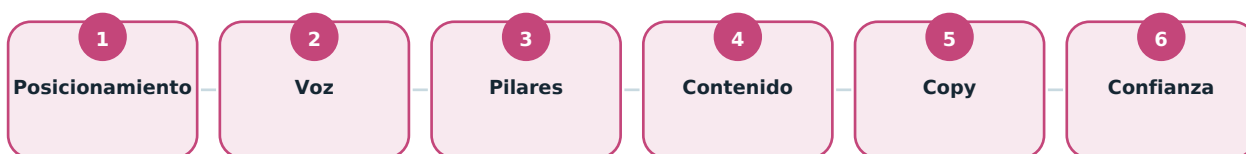
Capítulo 1 - Construir una marca que facilite decisiones	4
Profundización 01 - Definir una voz de marca útil	5
Profundización 02 - Pilares editoriales conectados al negocio	6
Profundización 03 - Contenido corto con una sola función	7
Profundización 04 - Contenido largo que construye autoridad	8
Profundización 05 - Stories y contenido de proximidad	9
Capítulo 2 - Crear contenido que avance al comprador	10
Profundización 06 - Ganchos específicos y honestos	11
Profundización 07 - Contenido para resolver objeciones	12
Profundización 08 - Prueba social cuando recién empezás	13
Profundización 09 - Calendario editorial de 90 días	14
Profundización 10 - Biblioteca de contenido reutilizable	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapas	Autoridad y comunicación	Duración sugerida	5 a 7 horas
Entregable	Guía de marca y calendario editorial de 90 días.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Definir una voz reconocible y coherente.
- Crear contenido que eduque y guíe decisiones.
- Escribir mensajes claros, específicos y medibles.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Construir una marca que facilite decisiones

La marca no es un logotipo: es la expectativa que se forma cuando una persona consume varios mensajes. Debe comunicar con consistencia qué problemas entiendes, cómo piensas y qué tipo de recomendación haces.

Competencias del capítulo

- Definir una voz de marca útil
- Pilares editoriales conectados al negocio
- Contenido corto con una sola función
- Contenido largo que construye autoridad
- Stories y contenido de proximidad

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Definir una voz de marca útil

Objetivo operativo

Establecer cómo explica, orienta y limita la marca en situaciones reales.

Principio de trabajo

La voz se define por decisiones repetibles: nivel de tecnicismo, tono, longitud, postura ante promesas y forma de reconocer incertidumbre.

Caso aplicado

Una marca práctica usa frases directas, ejemplos medibles y límites claros. No cambia a un tono grandilocuente solo porque publica una oferta.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí tres atributos de voz.
2	Definí expresiones que sí y que no usarás.
3	Escribí ejemplos para educar, vender y corregir.
4	Probá consistencia entre canales.
5	Revisá comentarios de comprensión.

Errores que esta lección evita

- Definir la voz con adjetivos vagos.
- Imitar a una figura del sector.
- Usar tonos distintos sin razón estratégica.

Ejercicio de campo

Creá una guía de una página con ejemplos antes/después para cinco situaciones.

Entregable	Métrica de dominio
Manual de voz de marca.	Porcentaje de piezas que supera una auditoría de consistencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Pilares editoriales conectados al negocio

Objetivo operativo

Organizar temas para cubrir problemas, decisiones y objeciones sin dispersión.

Principio de trabajo

Un pilar editorial debe tener función comercial y profundidad suficiente para producir series; no es una categoría decorativa.

Caso aplicado

Una marca de automatización usa cuatro pilares: procesos, herramientas, errores operativos y casos medidos. Cada uno conduce a una etapa del servicio o producto.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Listá preguntas del público.
2	Agrupalas en cuatro o cinco pilares.
3	Asigná función del embudo.
4	Definí formatos recurrentes.
5	Eliminá temas sin relación con la propuesta.

Errores que esta lección evita

- Crear demasiados pilares.
- Mezclar intereses personales sin conexión.
- Repetir el mismo ángulo con nombres distintos.

Ejercicio de campo

Construí cinco pilares con diez preguntas reales y un CTA posible para cada uno.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa editorial de pilares.	Cobertura mensual de pilares y respuestas generadas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Contenido corto con una sola función

Objetivo operativo

Diseñar piezas breves que atraigan, enseñen o activen una acción clara.

Principio de trabajo

La brevedad exige selección: una pieza corta funciona mejor cuando desarrolla una idea, un ejemplo y un CTA.

Caso aplicado

Un reel explica un error de landing, muestra cómo detectarlo y pide descargar una lista de control. No intenta enseñar todo el embudo.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí una función.
2	Escribí un gancho específico.
3	Desarrollá una sola idea.
4	Incluí evidencia o ejemplo.
5	Cerrá con un CTA coherente.

Errores que esta lección evita

- Acumular cinco consejos.
- Usar ganchos que el contenido no cumple.
- Cerrar siempre con compra.

Ejercicio de campo

Creá siete piezas cortas: dos de descubrimiento, tres educativas y dos de decisión.

Entregable	Métrica de dominio
Serie de contenido corto.	Retención, respuestas o clics según la función elegida.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Contenido largo que construye autoridad

Objetivo operativo

Explicar un problema de forma completa y demostrar criterio mediante estructura y evidencia.

Principio de trabajo

La autoridad aparece cuando el contenido ayuda a diagnosticar, comparar y decidir; no por extender el texto sin dirección.

Caso aplicado

Un video de 12 minutos muestra cómo medir una landing: define etapas, revisa un ejemplo, interpreta datos y propone una prueba.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Formulá una pregunta central.
2	Diseñá un índice lógico.
3	Agregá caso o demostración.
4	Incluí límites y alternativas.
5	Conectá con un siguiente paso.

Errores que esta lección evita

- Convertir longitud en relleno.
- No indicar para quién sirve.
- Usar teoría sin aplicación visible.

Ejercicio de campo

Escribí el esquema de un contenido largo con pregunta, cinco secciones, caso y CTA.

Entregable	Métrica de dominio
Guion de autoridad.	Tiempo de consumo y acciones de alta intención posteriores.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Stories y contenido de proximidad

Objetivo operativo

Usar secuencias breves para mostrar contexto, proceso y conversación cotidiana.

Principio de trabajo

Las stories son útiles para observación rápida, demostración, preguntas y seguimiento; pierden valor cuando solo repiten promociones.

Caso aplicado

Una secuencia muestra un error detectado en una campaña, la corrección, el resultado parcial y una encuesta sobre el siguiente problema.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Abrí con contexto concreto.
2	Mostrá una decisión o proceso.
3	Pedí una respuesta fácil.
4	Respondé públicamente patrones.
5	Guardá aprendizajes para contenido permanente.

Errores que esta lección evita

- Publicar sin hilo narrativo.
- Exponer datos sensibles.
- Usar encuestas que no cambian ninguna decisión.

Ejercicio de campo

Diseñá cinco secuencias de cuatro stories para investigación, enseñanza, caso, objeción y oferta.

Entregable	Métrica de dominio
Banco de secuencias de proximidad.	Respuestas útiles por cada 100 visualizaciones.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Crear contenido que avance al comprador

Cada pieza debe cumplir una función: atraer una pregunta, enseñar un criterio, resolver una objeción o facilitar un siguiente paso. Publicar sin función produce volumen, pero no acumulación de confianza.

Competencias del capítulo

- Ganchos específicos y honestos
- Contenido para resolver objeciones
- Prueba social cuando recién empezás
- Calendario editorial de 90 días
- Biblioteca de contenido reutilizable

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Ganchos específicos y honestos

Objetivo operativo

Abrir atención sin exagerar ni desconectar la promesa del contenido.

Principio de trabajo

Un gancho fuerte combina tensión reconocible, audiencia o contexto y una brecha de información real.

Caso aplicado

“Tu landing puede perder leads aunque cargue rápido: revisá estas dos transiciones” crea curiosidad y anticipa exactamente lo que se enseñará.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Nombrá el problema.
2	Agregá contexto o contraste.
3	Prometé una unidad de valor concreta.
4	Verificá que el contenido cumpla.
5	Probá variaciones sin cambiar el cuerpo.

Errores que esta lección evita

- Usar “secreto” sin novedad.
- Prometer resultados absolutos.
- Atraer a una audiencia que no puede beneficiarse.

Ejercicio de campo

Escribí 20 ganchos para cuatro niveles de conciencia y descartá los que no puedas cumplir.

Entregable	Métrica de dominio
Banco de ganchos auditados.	Retención inicial y calidad de comentarios o clics.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Contenido para resolver objeciones

Objetivo operativo

Transformar dudas repetidas en piezas que ayuden a evaluar una decisión.

Principio de trabajo

Una objeción puede ser falta de información, restricción real o ausencia de encaje. No todas deben “superarse”; algunas deben filtrar.

Caso aplicado

Ante “no tengo tiempo”, se distingue entre falta de prioridad, carga real y diseño del producto. El contenido explica dedicación mínima y para quién no es viable.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Recopilá objeciones literales.
2	Clasificalas por tipo.
3	Respondé con evidencia y condiciones.
4	Incluí alternativa o filtro.
5	Medí si cambia la conversación.

Errores que esta lección evita

- Ridiculizar la duda.
- Responder con presión.
- Inventar garantías para reducir miedo.

Ejercicio de campo

Creá una biblioteca de diez objeciones con respuesta breve, contenido largo y pregunta de diagnóstico.

Entregable	Métrica de dominio
Banco de objeciones y respuestas.	Reducción de dudas repetidas y mejora de encaje.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Prueba social cuando recién empezás

Objetivo operativo

Construir confianza sin fabricar testimonios ni ocultar la falta de trayectoria.

Principio de trabajo

La prueba puede ser de proceso, demostración, transparencia, experiencia transferible o resultados propios limitados; debe etiquetarse correctamente.

Caso aplicado

Sin ventas del producto, una persona muestra cómo evaluó cinco ofertas, qué descartó y por qué. Esa demostración prueba criterio, no resultados ajenos.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Inventariá evidencia disponible.
2	Clasificá su alcance.
3	Pedí permiso y contexto.
4	Presentá límites.
5	Actualizá cuando aparezcan nuevos resultados.

Errores que esta lección evita

- Usar capturas sin autorización.
- Atribuir causalidad sin evidencia.
- Presentar una muestra mínima como resultado típico.

Ejercicio de campo

Diseñá tres piezas de confianza basadas en proceso, demostración y transparencia.

Entregable	Métrica de dominio
Plan de prueba social ética.	Cantidad de evidencias publicadas con contexto y permiso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Calendario editorial de 90 días

Objetivo operativo

Convertir pilares y etapas del comprador en un ritmo sostenible de publicación.

Principio de trabajo

El calendario debe equilibrar investigación, educación, decisión y reutilización; no es una lista rígida de temas.

Caso aplicado

Cada semana incluye dos piezas cortas, una conversación, un contenido largo quincenal y una revisión de objeciones.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí frecuencia sostenible.
2	Asigná pilares y funciones.
3	Creá series reutilizables.
4	Reservá espacio para señales del mercado.
5	Programá revisión quincenal.

Errores que esta lección evita

- Planificar 90 días sin margen de cambio.
- Repetir formatos agotadores.
- No asociar métricas a funciones.

Ejercicio de campo

Armá 13 semanas con tema, formato, función, CTA y activo reutilizable.

Entregable	Métrica de dominio
Calendario editorial trimestral.	Porcentaje publicado y señales por tipo de contenido.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Biblioteca de contenido reutilizable

Objetivo operativo

Convertir investigación y publicaciones en activos versionados que reduzcan trabajo futuro.

Principio de trabajo

Una biblioteca útil guarda idea, fuente, etapa, formato, resultado y posibilidades de adaptación.

Caso aplicado

Una entrevista produce frases de avatar, un carrusel, un email, una sección de landing y tres respuestas de WhatsApp, todos vinculados a la fuente original.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Centralizá fuentes e ideas.
2	Etiquetá por problema y etapa.
3	Guardá versiones publicadas.
4	Registrá rendimiento.
5	Programá reutilización con adaptación.

Errores que esta lección evita

- Copiar y pegar sin contexto.
- Guardar archivos sin etiquetas.
- Reutilizar contenido desactualizado.

Ejercicio de campo

Organizá 30 activos existentes y definí cinco transformaciones de alto valor.

Entregable	Métrica de dominio
Repositorio editorial versionado.	Tiempo ahorrado y rendimiento de activos reutilizados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Embudos, ventas, email, WhatsApp y comunidad

Captura, nutrición, conversación, seguimiento y recuperación sin presión ni improvisación.

Conversión y seguimiento

04

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

Capítulo 1 - Diseñar un embudo mínimo y verificable	4
Profundización 01 - Lead magnet con una promesa pequeña	5
Profundización 02 - Landing de captura clara	6
Profundización 03 - Página puente para facilitar la decisión	7
Profundización 04 - Secuencia de email que educa y recomienda	8
Profundización 05 - Venta consultiva por WhatsApp	9
Capítulo 2 - Vender por conversación y seguimiento	10
Profundización 06 - CRM mínimo para no perder oportunidades	11
Profundización 07 - Seguimiento que aporta valor	12
Profundización 08 - Comunidad con propósito operativo	13
Profundización 09 - Lanzamiento pequeño y controlado	14
Profundización 10 - Recuperación de leads fríos	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapas	Conversión y seguimiento	Duración sugerida	6 a 8 horas
Entregable	Embudo mínimo, secuencia de emails y guion consultivo.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Diseñar un embudo mínimo viable.
- Vender por conversación sin presionar.
- Implementar seguimiento y recuperación con trazabilidad.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Diseñar un embudo mínimo y verificable

El embudo conecta una fuente de tráfico con una captura, una secuencia educativa, una recomendación y un seguimiento. Cada etapa debe tener una sola responsabilidad y una métrica propia.

Competencias del capítulo

- Lead magnet con una promesa pequeña
- Landing de captura clara
- Página puente para facilitar la decisión
- Secuencia de email que educa y recomienda
- Venta consultiva por WhatsApp

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Lead magnet con una promesa pequeña

Objetivo operativo

Crear un recurso breve que resuelva una parte concreta del problema y prepare el siguiente paso.

Principio de trabajo

El lead magnet debe producir una ganancia rápida y alineada con la oferta; si atrae curiosidad desconectada, aumenta contactos pero reduce calidad.

Caso aplicado

Una checklist de auditoría de landing atrae a personas que ya tienen una página y necesitan mejorarla, por lo que prepara una recomendación sobre conversión.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí una tarea específica.
2	Definí resultado de 10 a 20 minutos.
3	Incluí instrucciones y criterio de finalización.
4	Conectá con el problema mayor.
5	Probalo con tres personas.

Errores que esta lección evita

- Crear un ebook demasiado amplio.
- Usar un título viral sin relación con la oferta.
- Pedir demasiados datos para descargar.

Ejercicio de campo

Diseñá un recurso de una página y escribí la transición natural hacia la siguiente etapa.

Entregable	Métrica de dominio
Lead magnet terminado y probado.	Tasa de descarga y porcentaje de leads que avanza al siguiente contenido.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Landing de captura clara

Objetivo operativo

Construir una página que explique valor, reduzca fricción y obtenga un dato con consentimiento.

Principio de trabajo

La landing debe responder qué recibe la persona, para quién sirve, qué esfuerzo requiere y qué pasará después.

Caso aplicado

Una página muestra el título, tres resultados, vista previa, formulario de email y aviso de seguimiento; elimina menús y enlaces que distraen.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Escribí una promesa específica.
2	Mostrá tres beneficios concretos.
3	Reducí campos.
4	Aclaración de privacidad y entrega.
5	Probá carga y formulario en móvil.

Errores que esta lección evita

- Agregar demasiados CTA.
- Ocultar qué emails se enviarán.
- No verificar la entrega automática.

Ejercicio de campo

Creá un wireframe y una versión funcional; pedí a cinco personas que expliquen qué recibirán antes de registrarse.

Entregable	Métrica de dominio
Landing publicada con prueba técnica.	Conversión visita-lead y tasa de entrega exitosa.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Página puente para facilitar la decisión

Objetivo operativo

Preparar al lead antes de enviarlo a una página de venta externa.

Principio de trabajo

La página puente agrega contexto propio: diagnóstico, criterios, para quién sirve, límites y razón de la recomendación.

Caso aplicado

Antes del enlace afiliado, se explica qué problema resuelve el producto, qué no resuelve y qué condiciones aumentan la probabilidad de aprovecharlo.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Recordá el problema inicial.
2	Resumí el mecanismo del producto.
3	Mostrá criterios de encaje.
4	Aclaración de límites y garantía vigente.
5	Presentá un CTA único.

Errores que esta lección evita

- Duplicar la página del productor.
- Ocultar que existe afiliación.
- Añadir promesas que el producto no hace.

Ejercicio de campo

Escribí una página puente de 500 palabras para una audiencia específica.

Entregable	Métrica de dominio
Página puente publicada.	Clics calificados al producto y reembolsos por falta de encaje.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Secuencia de email que educa y recomienda

Objetivo operativo

Diseñar mensajes con progresión lógica desde el problema hasta la decisión.

Principio de trabajo

Cada email debe cumplir una función distinta: entrega, diagnóstico, criterio, caso, objeción y recomendación.

Caso aplicado

Una secuencia de seis mensajes comienza con la checklist, luego muestra errores, compara alternativas, narra un caso, responde dudas y finalmente recomienda.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí la transformación de la secuencia.
2	Asigná una función por email.
3	Escribí asuntos coherentes.
4	Incluí CTA progresivos.
5	Configurá salidas y etiquetas.

Errores que esta lección evita

- Enviar ofertas desde el primer mensaje.
- Repetir el mismo argumento.
- No adaptar frecuencia ni segmentación.

Ejercicio de campo

Escribí seis emails y marcá qué creencia o acción cambia cada uno.

Entregable	Métrica de dominio
Secuencia cargada y probada.	Apertura, clic y respuesta por mensaje; bajas y quejas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Venta consultiva por WhatsApp

Objetivo operativo

Usar conversación para diagnosticar, filtrar y acompañar sin invadir.

Principio de trabajo

WhatsApp funciona mejor con permiso, preguntas breves, resúmenes y tiempos respetuosos; la automatización debe indicar cuándo interviene una persona.

Caso aplicado

El lead responde una palabra clave. Recibe confirmación, dos preguntas, un resumen y recién después una recomendación con opción de no continuar.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Pedí permiso.
2	Preguntá situación e intención.
3	Explorá intentos y restricciones.
4	Resumí el diagnóstico.
5	Recomendá o filtrá con claridad.

Errores que esta lección evita

- Enviar audios largos sin consentimiento.
- Perseguir respuestas.
- Automatizar mensajes que aparentan ser humanos.

Ejercicio de campo

Creá un guion con bifurcaciones para alto encaje, duda y no encaje.

Entregable	Métrica de dominio
Árbol de conversación consultiva.	Conversaciones con diagnóstico completo y tasa de respuesta respetuosa.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Vender por conversación y seguimiento

La conversación consultiva descubre contexto, impacto, intentos previos y condiciones de implementación. La recomendación aparece después del diagnóstico y no antes.

Competencias del capítulo

- CRM mínimo para no perder oportunidades
- Seguimiento que aporta valor
- Comunidad con propósito operativo
- Lanzamiento pequeño y controlado
- Recuperación de leads fríos

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - CRM mínimo para no perder oportunidades

Objetivo operativo

Registrar estado, contexto y próxima acción de cada contacto.

Principio de trabajo

El CRM mínimo necesita campos que cambien decisiones: fuente, problema, etapa, objeción, última interacción y próxima fecha.

Caso aplicado

Una hoja simple alerta que diez leads descargaron el recurso pero nunca recibieron seguimiento; se crea una tarea y se mide recuperación.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí etapas claras.
2	Creá campos obligatorios mínimos.
3	Asigná próxima acción.
4	Revisá vencidos cada día.
5	Cerrá motivos de pérdida.

Errores que esta lección evita

- Guardar contactos sin estado.
- Crear demasiados campos.
- No registrar por qué se perdió una oportunidad.

Ejercicio de campo

Configurá un CRM con 20 contactos reales o simulados y ejecutá una revisión de vencidos.

Entregable	Métrica de dominio
Pipeline operativo.	Porcentaje de oportunidades con próxima acción y fecha.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Seguimiento que aporta valor

Objetivo operativo

Mantener continuidad sin repetir “¿pudiste verlo?”.

Principio de trabajo

Cada seguimiento debe incorporar contexto, responder una duda, aportar un recurso o facilitar una decisión; también debe permitir cerrar la conversación.

Caso aplicado

Después de enviar una oferta, el seguimiento comparte una comparación de dos alternativas y pregunta cuál criterio pesa más para la persona.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Revisá contexto previo.
2	Elegí una razón útil para contactar.
3	Escribí un mensaje breve.
4	Definí límite de intentos.
5	Registrá respuesta o cierre.

Errores que esta lección evita

- Enviar recordatorios idénticos.
- Insistir después de un no claro.
- No ofrecer salida.

Ejercicio de campo

Diseñá cuatro seguimientos distintos para 24 horas, 3 días, 7 días y cierre.

Entregable	Métrica de dominio
Secuencia de seguimiento multicanal.	Tasa de respuesta y oportunidades recuperadas sin aumento de quejas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Comunidad con propósito operativo

Objetivo operativo

Crear un espacio que ayude a implementar, compartir evidencia y detectar necesidades.

Principio de trabajo

Una comunidad sostenible tiene reglas, rituales, moderación y entregables; no depende de publicaciones motivacionales constantes.

Caso aplicado

Cada semana se abre un hilo de objetivos, una clínica de activos y una revisión de resultados. Las preguntas repetidas alimentan nuevas lecciones.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí objetivo y público.
2	Establecé reglas y límites.
3	Creá rituales semanales.
4	Diseñá escalamiento de soporte.
5	Medí participación útil.

Errores que esta lección evita

- Abrir comunidad sin capacidad de moderar.
- Prometer soporte ilimitado.
- Confundir cantidad de mensajes con progreso.

Ejercicio de campo

Escribí el documento de bienvenida y un calendario de cuatro semanas.

Entregable	Métrica de dominio
Sistema inicial de comunidad.	Miembros activos que producen o revisan un entregable.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Lanzamiento pequeño y controlado

Objetivo operativo

Probar una oferta con una audiencia limitada antes de ampliar tráfico.

Principio de trabajo

El lanzamiento mínimo define audiencia, ventana, mensaje, soporte, capacidad y criterio de cierre; su objetivo principal es aprender.

Caso aplicado

Se invita a 50 leads con encaje, se realizan dos sesiones de preguntas y se documentan objeciones, compras y devoluciones antes de escalar.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí una cohorte pequeña.
2	Prepará activos y soporte.
3	Fijá fecha y capacidad.
4	Registrá objeciones y conversiones.
5	Realizá retrospectiva.

Errores que esta lección evita

- Crear escasez falsa.
- Abrir más plazas de las que se pueden atender.
- Evaluar solo facturación.

Ejercicio de campo

Diseñá un lanzamiento de siete días con capacidad máxima, calendario y tablero.

Entregable	Métrica de dominio
Plan de lanzamiento controlado.	Conversión, reembolso, carga de soporte y aprendizajes priorizados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Recuperación de leads fríos

Objetivo operativo

Reactivar contactos con segmentación y una nueva razón para prestar atención.

Principio de trabajo

La recuperación funciona mejor cuando reconoce el tiempo pasado, actualiza preferencias y ofrece valor antes de vender.

Caso aplicado

A una lista inactiva se le pregunta qué problema sigue vigente y se ofrecen tres temas para elegir; solo quienes responden reciben la secuencia correspondiente.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Limpiá rebotes y bajas.
2	Segmentá por comportamiento.
3	Pedí actualización de interés.
4	Entregá un recurso relevante.
5	Suprimí contactos sin señal.

Errores que esta lección evita

- Enviar una promoción masiva sin contexto.
- Ignorar consentimiento y frecuencia.
- Mantener direcciones inválidas.

Ejercicio de campo

Creá una campaña de reactivación de tres mensajes con opciones de preferencia y salida.

Entregable	Métrica de dominio
Flujo de recuperación y limpieza.	Reactivación, bajas, rebotes y clics por segmento.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Tráfico orgánico, publicidad, métricas y optimización

Adquisición orgánica y paga, economía unitaria, diagnóstico y mejora basada en datos.

Adquisición y optimización

05

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

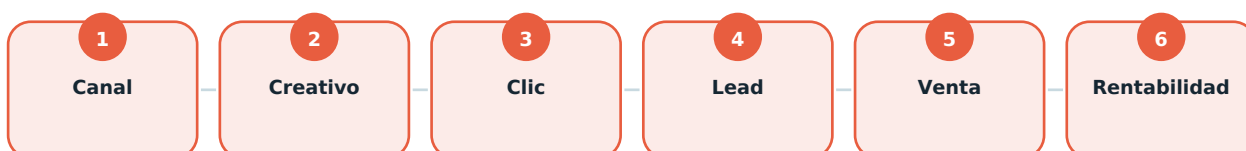
Capítulo 1 - Generar tráfico con intención	4
Profundización 01 - Sistema de tráfico orgánico	5
Profundización 02 - YouTube y búsqueda con intención	6
Profundización 03 - Primera campaña en Meta Ads	7
Profundización 04 - Google Ads y captura de demanda	8
Profundización 05 - Presupuesto, riesgo y punto de equilibrio	9
Capítulo 2 - Medir economía y optimizar sin autoengaño	10
Profundización 06 - Métricas del embudo completo	11
Profundización 07 - Lectura de datos sin autoengaño	12
Profundización 08 - Pruebas A/B controladas	13
Profundización 09 - Escalado gradual	14
Profundización 10 - Diagnóstico cuando no hay ventas	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapa	Adquisición y optimización	Duración sugerida	6 a 9 horas
Entregable	Plan de tráfico, tablero de métricas y protocolo de pruebas.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Elegir canales según intención y capacidad operativa.
- Leer métricas por etapa del embudo.
- Escalar únicamente lo que ya demuestra señales.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Generar tráfico con intención

El tráfico útil no es el que acumula impresiones, sino el que reúne a personas con un problema, una pregunta o una intención compatible con la oferta. El canal se elige según intención, formato y capacidad operativa.

Competencias del capítulo

- Sistema de tráfico orgánico
- YouTube y búsqueda con intención
- Primera campaña en Meta Ads
- Google Ads y captura de demanda
- Presupuesto, riesgo y punto de equilibrio

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Sistema de tráfico orgánico

Objetivo operativo

Elegir pocos canales y convertir publicación en aprendizaje acumulativo.

Principio de trabajo

El canal orgánico se selecciona por presencia de audiencia, capacidad de formato y vida útil del contenido; la consistencia necesita un proceso de producción realista.

Caso aplicado

Una persona domina artículos y búsqueda. En vez de forzarse a publicar videos diarios, produce una guía semanal y deriva piezas breves para redes.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Evaluá tres canales.
2	Elegí uno principal y uno de distribución.
3	Definí serie y frecuencia.
4	Conectá cada pieza con captura o conversación.
5	Revisá señales cada 30 días.

Errores que esta lección evita

- Estar en todas las plataformas.
- Copiar el mismo formato sin adaptación.
- Cambiar de canal antes de desarrollar habilidad.

Ejercicio de campo

Diseñá un sistema mensual con entrada de ideas, producción, publicación, distribución y revisión.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa de tráfico orgánico.	Producción cumplida, tráfico calificado y leads por activo.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - YouTube y búsqueda con intención

Objetivo operativo

Crear contenidos que respondan preguntas persistentes y conecten con una decisión.

Principio de trabajo

La búsqueda revela intención mediante consultas; el contenido debe resolver la pregunta, demostrar experiencia y ofrecer el siguiente recurso.

Caso aplicado

Una consulta “cómo elegir plataforma de cursos” se responde con criterios, comparación, caso y checklist descargable, no con una promoción genérica.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Reuní consultas reales.
2	Clasificá intención.
3	Elegí una pregunta central.
4	Diseñá título y estructura.
5	Actualizá contenido según rendimiento.

Errores que esta lección evita

- Priorizar volumen sin encaje.
- Rellenar títulos con palabras clave.
- No responder la pregunta en los primeros minutos.

Ejercicio de campo

Creá un guion de video o artículo para una consulta de alta intención e indicá sus fuentes.

Entregable	Métrica de dominio
Contenido de búsqueda listo.	Impresiones calificadas, CTR, retención y clic al recurso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Primera campaña en Meta Ads

Objetivo operativo

Probar mensaje y audiencia con presupuesto limitado y control de variables.

Principio de trabajo

La primera campaña no busca escalar: busca comprobar si un creativo consigue atención relevante y si la página convierte esa atención.

Caso aplicado

Se prueban tres creativos con la misma oferta y audiencia durante una muestra definida. Solo después se cambia segmentación o landing.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí objetivo y evento.
2	Verificá medición y página.
3	Creá variaciones de un solo ángulo.
4	Fijá presupuesto y muestra.
5	Decidí con reglas previas.

Errores que esta lección evita

- Editar anuncios cada pocas horas.
- Comparar conjuntos con presupuestos distintos sin contexto.
- Escalar por CTR sin revisar ventas o leads.

Ejercicio de campo

Prepará un plan de prueba con hipótesis, tres creativos, presupuesto máximo y criterio de pausa.

Entregable	Métrica de dominio
Brief de campaña Meta.	Costo por resultado, calidad del lead y continuidad del embudo.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Google Ads y captura de demanda

Objetivo operativo

Aprovechar búsquedas con intención explícita sin pagar por consultas irrelevantes.

Principio de trabajo

La estructura debe separar temas e intenciones, alinear anuncio con landing y revisar términos de búsqueda para controlar desperdicio.

Caso aplicado

Una campaña sobre “curso de Excel para contadores” separa búsquedas educativas gratuitas de búsquedas con intención de formación paga.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Mapeá palabras por intención.
2	Creá grupos estrechos.
3	Escribí anuncios alineados.
4	Añadí negativas.
5	Revisá términos y conversiones.

Errores que esta lección evita

- Usar concordancias amplias sin control.
- Enviar todo a la página principal.
- Optimizar por clics baratos.

Ejercicio de campo

Diseñá una campaña con 20 palabras, negativas, dos anuncios y landing correspondiente.

Entregable	Métrica de dominio
Estructura de campaña de búsqueda.	Costo por conversión y porcentaje de consultas relevantes.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Presupuesto, riesgo y punto de equilibrio

Objetivo operativo

Definir cuánto puede invertirse y cuándo detener una campaña.

Principio de trabajo

El presupuesto debe nacer del margen, la conversión esperada y la capacidad de aprender; nunca de la necesidad emocional de recuperar pérdidas.

Caso aplicado

Con comisión neta de USD 20 y margen mínimo de 30 %, el costo de adquisición máximo no puede tratarse como USD 20; debe reservar devoluciones y costos.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Calculá ingreso neto por venta.
2	Restá reembolsos y costos.
3	Definí CPA máximo.
4	Fijá pérdida de aprendizaje.
5	Establecé reglas de pausa y escala.

Errores que esta lección evita

- Confundir límite de tarjeta con presupuesto.
- Duplicar gasto después de pocos datos.
- Ignorar flujo de caja.

Ejercicio de campo

Construí una calculadora simple para tres productos y tres tasas de conversión.

Entregable	Métrica de dominio
Modelo de presupuesto y riesgo.	Distancia entre CPA real, CPA objetivo y punto de equilibrio.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Medir economía y optimizar sin autoengaño

Las métricas se interpretan como una cadena. Un resultado final bajo puede originarse en el anuncio, la página, la oferta, el seguimiento o la calidad del tráfico. El diagnóstico evita cambiar todo al mismo tiempo.

Competencias del capítulo

● Métricas del embudo completo

● Lectura de datos sin autoengaño

● Pruebas A/B controladas

● Escalado gradual

● Diagnóstico cuando no hay ventas

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Métricas del embudo completo

Objetivo operativo

Leer la cadena desde impresión hasta compra y posventa.

Principio de trabajo

Cada métrica responde una pregunta distinta. El diagnóstico surge de comparar tasas entre etapas y calidad posterior, no de perseguir un indicador aislado.

Caso aplicado

Un anuncio tiene CTR alto, pero la landing convierte poco. El creativo atrae atención que la página no confirma o la audiencia no está preparada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Dibujá etapas.
2	Definí numerador y denominador.
3	Cargá datos del mismo período.
4	Compará contra tu propia línea base.
5	Priorizá el mayor impacto posible.

Errores que esta lección evita

- Mezclar fuentes de atribución sin aclararlo.
- Comparar períodos con ofertas distintas.
- Usar promedios que ocultan segmentos.

Ejercicio de campo

Calculá las tasas de un embudo real y escribí una hipótesis por caída relevante.

Entregable	Métrica de dominio
Tablero de embudo.	Conversión por etapa, CPA, margen y reembolso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Lectura de datos sin autoengaño

Objetivo operativo

Separar hechos, variabilidad e interpretación antes de actuar.

Principio de trabajo

Los datos pequeños pueden orientar, pero no sostienen conclusiones fuertes. Una buena lectura incluye tamaño de muestra, período, segmento y posibles explicaciones alternativas.

Caso aplicado

Dos ventas parecen duplicar la conversión, pero provienen del mismo comprador repetido. La interpretación cambia al revisar clientes únicos.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Validá definición y fuente.
2	Revisá muestra y período.
3	Segmentá cuando sea relevante.
4	Escribí varias hipótesis.
5	Elegí una prueba que las distinga.

Errores que esta lección evita

- Buscar solo datos que confirman una creencia.
- Celebrar porcentajes sin volumen.
- Confundir correlación con causa.

Ejercicio de campo

Auditá un informe semanal y marcá hechos, inferencias, dudas y decisiones.

Entregable	Métrica de dominio
Informe de lectura crítica.	Decisiones revertidas por falta de evidencia y calidad de hipótesis.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Pruebas A/B controladas

Objetivo operativo

Comparar variantes cambiando una sola dimensión relevante.

Principio de trabajo

Una prueba necesita hipótesis, unidad de cambio, métrica principal, muestra y regla de decisión; de lo contrario es solo rotación creativa.

Caso aplicado

Se prueba un encabezado centrado en ahorro de tiempo contra otro centrado en reducción de errores, manteniendo diseño, audiencia y CTA.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Escribí la hipótesis.
2	Elegí una variable.
3	Definí muestra o duración.
4	Distribuí tráfico de forma comparable.
5	Documentá resultado y siguiente prueba.

Errores que esta lección evita

- Cambiar título, imagen y precio a la vez.
- Cerrar cuando una variante va ganando temprano.
- Ignorar impacto en calidad o reembolso.

Ejercicio de campo

Diseñá tres pruebas consecutivas para la misma página sin superponer variables.

Entregable	Métrica de dominio
Backlog de experimentos.	Incremento medido, confianza práctica y aprendizaje acumulado.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Escalado gradual

Objetivo operativo

Aumentar volumen preservando rentabilidad, calidad y capacidad operativa.

Principio de trabajo

Escalar implica subir inversión o alcance en pasos, vigilar saturación y comprobar que soporte, seguimiento y caja acompañen.

Caso aplicado

Una campaña rentable aumenta presupuesto 20 %, espera un ciclo suficiente y revisa CPA, frecuencia y calidad antes del siguiente incremento.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Confirmá estabilidad.
2	Definí incremento máximo.
3	Controlá métricas de alerta.
4	Revisá capacidad de seguimiento.
5	Conservá una versión estable.

Errores que esta lección evita

- Duplicar presupuesto de golpe.
- Escalar un solo día rentable.
- Ignorar saturación y reembolsos.

Ejercicio de campo

Escribí un protocolo con condiciones de escalar, mantener, reducir y detener.

Entregable	Métrica de dominio
Plan de escalado por niveles.	Margen y calidad conservados después de cada incremento.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Diagnóstico cuando no hay ventas

Objetivo operativo

Localizar el cuello de botella antes de modificar el sistema completo.

Principio de trabajo

La ausencia de ventas puede deberse a falta de alcance, atención, relevancia, confianza, oferta, fricción o seguimiento; cada causa deja señales distintas.

Caso aplicado

Hay clics y leads, pero nadie llega al checkout. Se revisa secuencia, CTA y página puente antes de culpar al producto.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Verificá medición y enlaces.
2	Revisá volumen por etapa.
3	Compará tasas.
4	Escuchá objeciones.
5	Elegí una sola intervención.

Errores que esta lección evita

- Cambiar de nicho sin revisar datos.
- Bajar precio como primera reacción.
- Añadir más tráfico a un embudo roto.

Ejercicio de campo

Aplicá un árbol de diagnóstico a una campaña sin ventas y definí la prueba de menor costo.

Entregable	Métrica de dominio
Informe de cuello de botella.	Tiempo hasta identificar y probar la causa prioritaria.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

IA, automatización, operaciones y escala experta

IA supervisada, automatización, procedimientos, delegación y escala con control humano.

Operaciones y escala

06

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

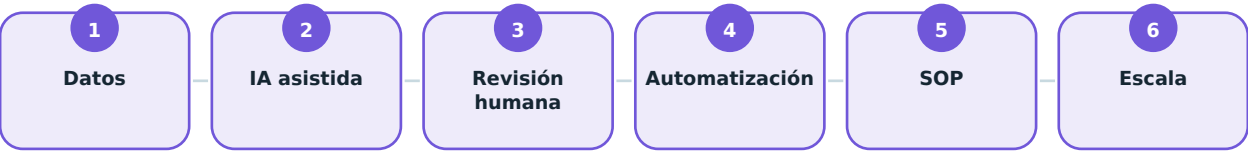
Capítulo 1 - Usar IA como asistente supervisado	4
Profundización 01 - Investigación de mercado asistida por IA	5
Profundización 02 - Producción de contenido con IA supervisada	6
Profundización 03 - Respuestas a objeciones asistidas por IA	7
Profundización 04 - Automatización de captura y seguimiento	8
Profundización 05 - Automatización de reportes	9
Capítulo 2 - Convertir tareas en operaciones escalables	10
Profundización 06 - Procedimientos operativos estándar	11
Profundización 07 - Biblioteca de prompts versionada	12
Profundización 08 - Delegación con control de calidad	13
Profundización 09 - Activos propios y dependencia de plataformas	14
Profundización 10 - Escala ética y gobierno de IA	15
Cierre del módulo	17

Resultado de aprendizaje

Etapa	Operaciones y escala	Duración sugerida	6 a 8 horas
Entregable	Biblioteca de prompts, mapa de automatización y SOP inicial.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Usar IA como asistente supervisado.
- Automatizar tareas repetibles sin perder control.
- Documentar procesos para delegar y escalar.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Usar IA como asistente supervisado

La IA acelera síntesis, variaciones y organización, pero no reemplaza fuentes, criterio ni responsabilidad. Cada flujo debe separar insumos, instrucciones, revisión humana y salida aprobada.

Competencias del capítulo

- Investigación de mercado asistida por IA
- Producción de contenido con IA supervisada
- Respuestas a objeciones asistidas por IA
- Automatización de captura y seguimiento
- Automatización de reportes

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Investigación de mercado asistida por IA

Objetivo operativo

Acelerar clasificación y síntesis sin convertir una salida del modelo en evidencia.

Principio de trabajo

La IA puede ordenar insumos que vos proporcionás, pero las conclusiones deben rastrearse hasta comentarios, entrevistas, reseñas o datos reales.

Caso aplicado

Se cargan 100 comentarios anonimizados y se pide agrupar problemas con citas. El analista revisa ejemplos y corrige categorías antes de tomar decisiones.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí la pregunta.
2	Reuní y anonimizá fuentes.
3	Pedí clasificación con evidencia literal.
4	Revisá una muestra manual.
5	Guardá prompt, salida y correcciones.

Errores que esta lección evita

- Pedirle al modelo que invente un avatar.
- Cargar datos sensibles.
- Aceptar frecuencias sin comprobar el conjunto original.

Ejercicio de campo

Analizá 30 textos reales y compará la clasificación automática con una revisión manual.

Entregable	Métrica de dominio
Informe de investigación trazable.	Porcentaje de categorías validadas y correcciones humanas necesarias.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Producción de contenido con IA supervisada

Objetivo operativo

Usar modelos para generar variantes manteniendo criterio, voz y precisión.

Principio de trabajo

El flujo seguro separa briefing, borrador, verificación, edición y aprobación; publicar directamente elimina el control que protege reputación.

Caso aplicado

A partir de una entrevista, la IA propone cinco formatos. Una persona verifica afirmaciones, ajusta ejemplos y adapta tono antes de programar.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Prepará briefing con audiencia y objetivo.
2	Adjuntá fuentes.
3	Pedí estructura antes del texto final.
4	Auditá hechos, tono y promesas.
5	Guardá la versión aprobada.

Errores que esta lección evita

- Generar sin contexto.
- Publicar datos o citas no verificadas.
- Uniformar toda la marca con el estilo del modelo.

Ejercicio de campo

Creá una pieza desde una fuente real y documentá cada corrección humana.

Entregable	Métrica de dominio
Flujo editorial con IA.	Tiempo ahorrado y número de errores detectados antes de publicar.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Respuestas a objeciones asistidas por IA

Objetivo operativo

Convertir conversaciones en borradores consistentes sin perder empatía ni contexto.

Principio de trabajo

La IA puede sugerir opciones, pero la respuesta final debe reconocer la situación particular y evitar presión o diagnóstico inventado.

Caso aplicado

El sistema resume una conversación, identifica una duda sobre tiempo y propone tres respuestas; el vendedor elige una, agrega condiciones y descarta una que sonaba manipulativa.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Anonimizá la conversación.
2	Pedí resumen y duda principal.
3	Generá variantes con límites.
4	Revisá tono y exactitud.
5	Registrá respuesta y resultado.

Errores que esta lección evita

- Automatizar objeciones sensibles.
- Responder sin leer el historial.
- Usar urgencia fabricada.

Ejercicio de campo

Construí diez respuestas con etiquetas de objeción, encaje y nivel de revisión requerido.

Entregable	Métrica de dominio
Biblioteca de respuestas supervisadas.	Porcentaje de borradores aprobados y tasa de respuesta útil.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Automatización de captura y seguimiento

Objetivo operativo

Conectar formularios, etiquetas y comunicaciones sin perder consentimiento ni trazabilidad.

Principio de trabajo

La automatización debe tener entrada válida, reglas claras, registro de errores y salida reversible; cada mensaje necesita propósito y condición de salida.

Caso aplicado

Un formulario crea contacto, etiqueta el recurso, envía entrega y abre una tarea si hay clic de alta intención. Los rebotes pasan a revisión.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Mapeá evento de entrada.
2	Validá datos y consentimiento.
3	Definí acciones y excepciones.
4	Probá casos normales y fallidos.
5	Monitoreá logs y bajas.

Errores que esta lección evita

- Enviar sin verificar el email.
- Crear bucles de mensajes.
- No contemplar duplicados o errores.

Ejercicio de campo

Dibujá un flujo completo con disparadores, decisiones, datos y manejo de fallos.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa de automatización de leads.	Tasa de ejecución correcta, errores y tiempo de resolución.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Automatización de reportes

Objetivo operativo

Reducir carga manual sin perder definiciones ni capacidad de auditoría.

Principio de trabajo

Un reporte automático debe mostrar fuente, período, actualización y fórmulas. Automatizar una métrica mal definida produce decisiones incorrectas más rápido.

Caso aplicado

Cada lunes se consolidan gastos, leads y ventas. El tablero marca datos faltantes y no calcula rentabilidad hasta validar el ingreso neto.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí diccionario de métricas.
2	Conectá fuentes.
3	Aplicá validaciones.
4	Generá alertas de faltantes.
5	Revisá una muestra contra el origen.

Errores que esta lección evita

- Mezclar monedas.
- Duplicar transacciones.
- Ocultar retrasos de actualización.

Ejercicio de campo

Diseñá un tablero semanal e incluí tres controles que impidan interpretar datos incompletos.

Entregable	Métrica de dominio
Reporte automático auditado.	Diferencia entre reporte y fuente; horas manuales ahorradas.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Convertir tareas en operaciones escalables

La escala sostenible depende de procedimientos, datos, responsables y controles. Automatizar antes de estabilizar un proceso solo multiplica errores y dificulta rastrear su origen.

Competencias del capítulo

- Procedimientos operativos estándar
- Biblioteca de prompts versionada
- Delegación con control de calidad
- Activos propios y dependencia de plataformas
- Escala ética y gobierno de IA

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Procedimientos operativos estándar

Objetivo operativo

Documentar tareas para que otra persona pueda ejecutarlas con el mismo criterio.

Principio de trabajo

Un SOP útil define objetivo, entrada, pasos, decisiones, evidencia, control de calidad, excepciones y responsable.

Caso aplicado

El SOP “publicar campaña” no dice solo dónde hacer clic: exige revisar promesas, enlaces, móvil, medición y versión antes de activar.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí una tarea estable.
2	Observá ejecución real.
3	Documentá pasos y decisiones.
4	Probalo con otra persona.
5	Versioná correcciones.

Errores que esta lección evita

- Documentar un proceso que todavía cambia a diario.
- Escribir instrucciones sin criterio de calidad.
- No registrar responsable ni versión.

Ejercicio de campo

Creá un SOP de dos páginas y pedí a otra persona que lo ejecute sin ayuda adicional.

Entregable	Métrica de dominio
SOP validado.	Tasa de ejecución correcta y preguntas necesarias durante la prueba.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Biblioteca de prompts versionada

Objetivo operativo

Convertir instrucciones útiles en activos reutilizables con contexto y evaluación.

Principio de trabajo

Un prompt profesional incluye objetivo, contexto, fuentes, restricciones, formato, criterio de calidad y ejemplos; además guarda modelo y fecha.

Caso aplicado

El prompt para analizar anuncios pide separar hechos, inferencias y recomendaciones y devolver una tabla con evidencia, en lugar de “mejoré este anuncio”.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí tarea y resultado.
2	Agregá contexto mínimo.
3	Indicá restricciones.
4	Especificá formato y rúbrica.
5	Probá, corregí y versioná.

Errores que esta lección evita

- Guardar prompts sin ejemplos.
- Usar instrucciones universales para cualquier tarea.
- No registrar cambios de modelo o salida.

Ejercicio de campo

Creá cinco prompts con casos de prueba y criterios de aprobado/rechazado.

Entregable	Métrica de dominio
Repositorio de prompts evaluados.	Porcentaje de salidas aprobadas y tiempo medio de corrección.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Delegación con control de calidad

Objetivo operativo

Transferir ejecución manteniendo objetivos, límites y retroalimentación.

Principio de trabajo

Delegar no es enviar una tarea: requiere contexto, definición de terminado, muestra, autonomía y revisión proporcional al riesgo.

Caso aplicado

Un editor recibe briefing, ejemplos, guía de voz, checklist y acceso limitado. Las primeras tres piezas tienen revisión completa; luego se muestrea.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí resultado y criterio.
2	Entregá recursos y límites.
3	Acordá puntos de control.
4	Revisá con ejemplos específicos.
5	Aumentá autonomía según evidencia.

Errores que esta lección evita

- Delegar decisiones críticas sin marco.
- Corregir sin explicar criterio.
- Dar acceso excesivo a sistemas.

Ejercicio de campo

Prepará un paquete de delegación para una tarea repetitiva e incluí rúbrica de cinco criterios.

Entregable	Métrica de dominio
Brief y protocolo de revisión.	Retrabajo, cumplimiento de plazo y defectos por entrega.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Activos propios y dependencia de plataformas

Objetivo operativo

Construir audiencia, datos y procesos que no dependan de un solo canal.

Principio de trabajo

Las plataformas son canales alquilados. Email con consentimiento, sitio, CRM, contenido indexado y documentación reducen riesgo de cambios externos.

Caso aplicado

Una cuenta pierde alcance, pero conserva newsletter, base segmentada y artículos que siguen generando búsquedas y conversaciones.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Inventariá activos propios y alquilados.
2	Medí dependencia.
3	Priorizá captura con valor.
4	Exportá datos permitidos.
5	Prepará continuidad operativa.

Errores que esta lección evita

- Extraer datos sin consentimiento.
- Confiar en una sola red.
- No probar backups.

Ejercicio de campo

Calculá qué porcentaje de tus leads y ventas depende de cada plataforma y diseñá una reducción de riesgo.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa de activos y continuidad.	Porcentaje de audiencia con canal propio y respaldo válido.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Escala ética y gobierno de IA

Objetivo operativo

Aumentar producción sin multiplicar desinformación, presión o exposición de datos.

Principio de trabajo

La escala necesita clasificación de riesgos, revisión humana, fuentes, registro de versiones y capacidad de detener automatizaciones.

Caso aplicado

Los contenidos educativos de bajo riesgo usan revisión por muestreo; afirmaciones financieras, médicas o legales requieren revisión experta y fuentes actuales.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Clasificá tareas por riesgo.
2	Definí revisión obligatoria.
3	Limitá datos y accesos.
4	Registrá fuentes y versiones.
5	Establecé pausa e incidente.

Errores que esta lección evita

- Automatizar decisiones sensibles.
- Ocultar uso de bots cuando importa.
- Medir solo volumen producido.

Ejercicio de campo

Creá una política de IA para tu operación con niveles de riesgo y responsables.

Entregable	Métrica de dominio
Política de uso y control de IA.	Incidentes, errores detectados y cobertura de revisión por nivel de riesgo.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Fuentes oficiales relacionadas

Fuente	Aplicación
<u>OpenAI - buenas prácticas de prompting</u>	Instrucciones claras, contexto, refinamiento iterativo y revisión.
<u>OpenAI - cómo crear un buen prompt</u>	Claridad de objetivo, contexto y resultados esperados.
<u>OpenAI API - prompt engineering</u>	Buenas prácticas para instrucciones, ejemplos y formatos.

Verificadas para esta edición el 3 de agosto de 2026. Las plataformas pueden cambiar; revisá la fuente antes de ejecutar.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Cuaderno de plantillas, casos y ejercicios

Plantillas completas, casos resueltos y ejercicios para transformar teoría en activos reales.

Implementación guiada

07

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

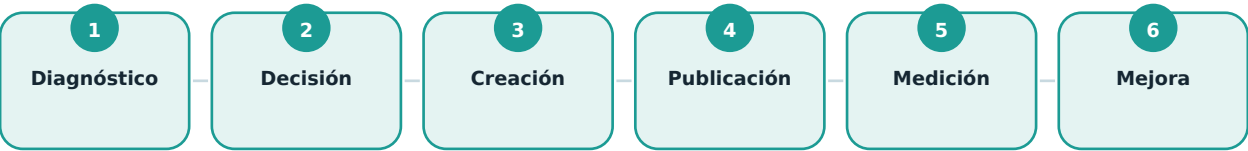
Capítulo 1 - Completar activos comerciales esenciales	4
Profundización 01 - Ejercicio completo de avatar	5
Profundización 02 - Ejercicio de selección de producto	6
Profundización 03 - Ejercicio de construcción de oferta	7
Profundización 04 - Calendario de contenido aplicado	8
Profundización 05 - Guion de video que conduce a una acción	9
Capítulo 2 - Resolver casos de primera venta y escala	10
Profundización 06 - Email de venta con filtros	11
Profundización 07 - Conversación de WhatsApp resuelta	12
Profundización 08 - Tablero semanal y decisión	13
Profundización 09 - Caso resuelto: primera venta	14
Profundización 10 - Caso resuelto: priorizar un catálogo de 339 productos	15
Cierre del módulo	16

Resultado de aprendizaje

Etapa	Implementación guiada	Duración sugerida	Uso continuo durante 180 días
Entregable	Activos completados, casos resueltos y tablero semanal.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Convertir conceptos en activos reales.
- Documentar resultados y aprendizajes.
- Tomar decisiones semanales con una metodología repetible.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Capítulo 1 - Completar activos comerciales esenciales

Los ejercicios convierten observaciones en documentos utilizables: avatar, score de producto, oferta, calendario, guiones y tablero. Cada plantilla incluye criterios de calidad para evitar respuestas superficiales.

Competencias del capítulo



Ejercicio completo de avatar



Ejercicio de selección de producto



Ejercicio de construcción de oferta



Calendario de contenido aplicado



Guion de video que conduce a una acción

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 01 - Ejercicio completo de avatar

Objetivo operativo

Construir un perfil basado en evidencia que sirva para escribir y filtrar ofertas.

Principio de trabajo

El avatar útil describe situación, problema, intentos, lenguaje, restricciones, decisión y desencadenantes; evita inventar edad o gustos irrelevantes.

Caso aplicado

A partir de diez entrevistas se identifica que pequeños comercios no buscan “IA”, sino responder consultas fuera de horario sin perder control humano.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Reuní evidencia.
2	Extraé frases.
3	Describí situación y tarea.
4	Mapeá decisión y objeciones.
5	Validá con nuevas conversaciones.

Errores que esta lección evita

- Crear un personaje ficticio detallado.
- Confundir usuario con comprador.
- No indicar fuentes.

Ejercicio de campo

Completá la ficha y marcá cada dato como observado, inferido o pendiente.

Entregable	Métrica de dominio
Avatar verificable de una página.	Porcentaje de campos respaldados por evidencia.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 02 - Ejercicio de selección de producto

Objetivo operativo

Aplicar el score y los criterios de descarte a una cartera real.

Principio de trabajo

La selección debe poder explicarse a otra persona con datos y límites, no con intuición o comisión.

Caso aplicado

De diez productos se descartan cuatro por promesas, dos por baja calidad poscompra y uno por falta de encaje; quedan tres para prueba ordenada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí diez candidatos.
2	Reuní páginas y condiciones.
3	Aplicá score común.
4	Documentá descartes.
5	Definí orden de prueba.

Errores que esta lección evita

- Evaluar con información incompleta sin marcarla.
- Mantener demasiados productos activos.
- Elegir varios que compiten por el mismo mensaje.

Ejercicio de campo

Puntuá diez productos y defendé la elección principal frente a dos alternativas.

Entregable	Métrica de dominio
Matriz de selección final.	Productos descartados con motivo y rendimiento de los seleccionados.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 03 - Ejercicio de construcción de oferta

Objetivo operativo

Combinar producto, contexto, bonos y seguimiento en una propuesta coherente.

Principio de trabajo

La oferta afiliada agrega orientación y reducción de riesgo, pero no puede modificar condiciones centrales ni atribuir beneficios inexistentes.

Caso aplicado

Para un curso de video se agrega un checklist de equipo disponible, una plantilla de guion y una sesión grupal limitada claramente definida.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí público y problema.
2	Resumí mecanismo real.
3	Elegí bonos alineados.
4	Aclaración de condiciones.
5	Escribí CTA y seguimiento.

Errores que esta lección evita

- Inflar valor con cifras arbitrarias.
- Prometer soporte indefinido.
- Añadir bonos que compiten con el producto.

Ejercicio de campo

Creá una ficha de oferta y sometela a una auditoría de claridad y riesgo.

Entregable	Métrica de dominio
Oferta lista para campaña.	Comprensión de la oferta en prueba de cinco segundos y objeciones restantes.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 04 - Calendario de contenido aplicado

Objetivo operativo

Transformar la estrategia editorial en un plan ejecutable de cuatro semanas.

Principio de trabajo

El calendario debe indicar función, audiencia, formato, fuente, CTA, responsable y estado; un tema sin función no es una pieza lista.

Caso aplicado

La semana combina descubrimiento, diagnóstico, tutorial, objeción y caso; cada pieza alimenta un lead magnet común.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Elegí objetivo mensual.
2	Asigná pilares y etapas.
3	Definí piezas y fuentes.
4	Programá producción.
5	Reservá revisión semanal.

Errores que esta lección evita

- Planificar solo títulos.
- No considerar capacidad de producción.
- No reutilizar activos.

Ejercicio de campo

Completá 20 piezas con fecha, objetivo, CTA y métrica.

Entregable	Métrica de dominio
Calendario operativo mensual.	Publicación cumplida y señales por función.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 05 - Guion de video que conduce a una acción

Objetivo operativo

Escribir un video claro con demostración y transición natural.

Principio de trabajo

El guion efectivo abre una pregunta, establece relevancia, desarrolla pasos con evidencia, resume y ofrece una acción relacionada.

Caso aplicado

Un tutorial de automatización muestra el proceso en pantalla, explica límites y ofrece descargar el diagrama utilizado.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí promesa del video.
2	Abrí con contexto.
3	Ordená tres a cinco bloques.
4	Incluí demostración.
5	Cerrá con CTA coherente.

Errores que esta lección evita

- Introducciones largas.
- Leer teoría sin mostrar.
- Cambiar a una oferta no relacionada.

Ejercicio de campo

Escribí un guion de 8 minutos y marcá qué se verá, dirá y medirá en cada bloque.

Entregable	Métrica de dominio
Guion técnico y narrativo.	Retención por bloque y clic al siguiente paso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Capítulo 2 - Resolver casos de primera venta y escala

Los casos integran varias competencias a la vez. El objetivo es aprender a diagnosticar, priorizar y justificar una decisión con datos limitados, sin inventar certezas.

Competencias del capítulo



Email de venta con filtros



Conversación de WhatsApp resuelta



Tablero semanal y decisión



Caso resuelto: primera venta



Caso resuelto: priorizar un catálogo de 339 productos

Uso recomendado: estudiá una lección, completá el ejercicio y guardá el entregable antes de continuar.

Profundización 06 - Email de venta con filtros

Objetivo operativo

Redactar una recomendación que ayude a decidir y reduzca compras equivocadas.

Principio de trabajo

El email debe nombrar problema, encaje, mecanismo, evidencia, límites y acción. Decir para quién no sirve puede mejorar confianza y calidad.

Caso aplicado

La carta recomienda una formación solo a quienes ya disponen de tres horas semanales y desean implementar; excluye a quien busca resultados automáticos.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Definí situación del lector.
2	Explicá por qué importa.
3	Presentá mecanismo y prueba.
4	Incluí filtros.
5	Cerrá con CTA y condiciones.

Errores que esta lección evita

- Usar urgencia sin motivo.
- Ocultar esfuerzo requerido.
- Repetir la página de ventas.

Ejercicio de campo

Escribí un email de 500 palabras y probalo con tres lectores: deben explicar encaje, límite y próximo paso.

Entregable	Métrica de dominio
Email de recomendación aprobado.	Clics calificados y respuestas de comprensión.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 07 - Conversación de WhatsApp resuelta

Objetivo operativo

Practicar diagnóstico y recomendación en un caso con ambigüedad real.

Principio de trabajo

El guion no reemplaza escucha. La calidad se evalúa por preguntas relevantes, resumen correcto, filtro y respeto por la decisión.

Caso aplicado

Un prospecto pide “algo para vender más”, pero las preguntas revelan que no responde consultas a tiempo. La recomendación cambia hacia organización comercial.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Abrí con permiso.
2	Exploré contexto.
3	Profundizé impacto e intentos.
4	Resumí y confirmé.
5	Recomendé, derivé o cerré.

Errores que esta lección evita

- Forzar el producto elegido.
- Hacer interrogatorio sin explicar propósito.
- Enviar varios enlaces.

Ejercicio de campo

Resolvé tres escenarios y justificá por qué recomendás, no recomendás o pedís más información.

Entregable	Métrica de dominio
Transcripciones con evaluación.	Puntuación de empatía, precisión, filtro y siguiente paso.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 08 - Tablero semanal y decisión

Objetivo operativo

Convertir datos dispersos en una única prioridad de mejora.

Principio de trabajo

El tablero sirve cuando conecta metas, métricas, contexto y decisión. Mostrar números sin una pregunta operativa agrega ruido.

Caso aplicado

Hay más tráfico y mismo número de leads; la prioridad semanal es revisar continuidad anuncio-landing, no producir más contenido.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Cargá datos del mismo período.
2	Compará contra objetivo y semana previa.
3	Anotá eventos relevantes.
4	Identificá cuello de botella.
5	Elegí una acción y responsable.

Errores que esta lección evita

- Usar colores sin umbrales.
- Incluir métricas que nadie revisa.
- Tomar varias prioridades simultáneas.

Ejercicio de campo

Completá cuatro semanas simuladas y redactá una decisión distinta para cada patrón.

Entregable	Métrica de dominio
Tablero con acta de decisión.	Decisiones ejecutadas y efecto observado la semana siguiente.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 09 - Caso resuelto: primera venta

Objetivo operativo
Integrar investigación, contenido, conversación y seguimiento en una secuencia pequeña.

Principio de trabajo

La primera venta útil no es solo una transacción: debe explicar de dónde vino el comprador, qué mensaje funcionó y qué condición permitió cerrar.

Caso aplicado

Una guía de organización atrae 40 leads; cinco responden, dos tienen encaje y uno compra después de aclarar tiempo de implementación. El aprendizaje es mejorar el filtro inicial.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Reuní contexto y objetivo.
2	Mapeá cada punto de contacto.
3	Identificá decisión del comprador.
4	Calculá costos y tiempo.
5	Extraé mejora replicable.

Errores que esta lección evita

- Atribuir la venta al último mensaje únicamente.
- Ignorar leads no calificados.
- Escalar sin repetir el proceso.

Ejercicio de campo

Reconstruí una venta real o simulada con línea de tiempo, mensajes, métricas y aprendizaje.

Entregable	Métrica de dominio
Caso de primera venta documentado.	Capacidad de repetir la secuencia y mejorar su conversión.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Profundización 10 - Caso resuelto: priorizar un catálogo de 339 productos

Objetivo operativo

Convertir un catálogo grande en una cartera comercial manejable.

Principio de trabajo

La amplitud crea opciones, pero la ejecución necesita foco. Los productos se organizan por problema, calidad, demanda, margen, encaje y relación con otros activos.

Caso aplicado

De 339 ebooks se seleccionan 15 estrellas, 45 secundarios y el resto para paquetes o larga cola. Cada estrella recibe una ficha, campaña y ruta de venta cruzada.

Método de cinco pasos

#	Acción
1	Inventariá y categorizá.
2	Aplicá score común.
3	Elegí productos estrella.
4	Diseñá rutas relacionadas.
5	Revisá cartera por datos trimestrales.

Errores que esta lección evita

- Promover todo con igual esfuerzo.
- Elegir solo por diseño.
- No archivar productos sin señales.

Ejercicio de campo

Clasificá un catálogo real en estrella, prueba, complemento y archivo, con criterio documentado.

Entregable	Métrica de dominio
Mapa de cartera y prioridades.	Porcentaje de tráfico concentrado en productos validados y ventas cruzadas por comprador.

Decisión de cierre: registrala en el Workbook de 180 días junto con la versión del entregable.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Guía maestra de implementación y certificación

Arquitectura del programa, ruta de 180 días, evaluación, control de calidad y gobierno de contenidos.

Dirección del sistema

08

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

Arquitectura del programa	3
Ruta de 180 días	4
Rúbrica de certificación operativa - 100 puntos	5
Proyecto integrador	5
Protocolo trimestral de actualización	5
Criterios de aprobación	6
Cierre del módulo	7

Resultado de aprendizaje

Etapas	Dirección del sistema	Duración sugerida	60 a 90 minutos
Entregable	Plan de estudio y criterio de aprobación.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Entender cómo usar todos los módulos.
- Evaluar el nivel real de ejecución.
- Mantener la biblioteca actualizada y accionable.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Arquitectura del programa

Capa	Volúmenes	Resultado
Fundamentos	00-01	Criterio operativo, cuenta segura, reglas y primera campaña.
Estrategia	02-03	Mercado, producto, oferta, marca y contenido coherente.
Conversión	04-05	Embudo, conversación, tráfico, métricas y optimización.
Escala	06	IA supervisada, automatización, SOP y activos propios.
Implementación	07 y 09	Plantillas, casos, seguimiento semanal y decisiones.
Gobierno	08, 10 y 11	Evaluación, bonos, fuentes, actualización y auditoría.

Ruta de 180 días

Período	Foco	Evidencia obligatoria
Días 1-30	Fundación	Cuenta auditada, nicho investigado y score de productos.
Días 31-60	Mensaje	Avatar, voz, pilares y 20 piezas publicables.
Días 61-90	Embudo	Lead magnet, landing, emails, CRM y conversación.
Días 91-120	Tráfico	Canal orgánico, prueba paga controlada y tablero.
Días 121-150	Optimización	Pruebas A/B, seguimiento y mejora de economía unitaria.
Días 151-180	Escala	SOP, automatización, cartera y plan del próximo trimestre.

Rúbrica de certificación operativa - 100 puntos

Área	Peso	Evidencia para aprobar
Investigación y criterio	15	Fuentes, avatar, score y decisiones justificadas.
Oferta y cumplimiento	15	Promesa prudente, filtros, reglas y riesgos controlados.
Contenido y marca	15	Voz, pilares, calendario, piezas y señales.
Embudo y venta	20	Captura, secuencia, CRM, conversación y seguimiento.
Tráfico y datos	15	Plan, economía unitaria, tablero y pruebas.
Operación e IA	10	Prompts, SOP, automatización y revisión humana.
Proyecto final	10	Caso integral con métricas, aprendizaje y próximo ciclo.

Proyecto integrador

1. Selección

Elegí un problema y un producto con evidencia, score y criterio de descarte.

2. Construcción

Creá oferta, lead magnet, landing, secuencia y guion de conversación.

3. Exposición

Ejecutá una campaña orgánica o paga con muestra y riesgo definidos.

4. Medición

Presentá embudo, costos, calidad, reembolsos y limitaciones de atribución.

5. Decisión

Justificá qué mantenés, qué corregís y qué cerrás.

Protocolo trimestral de actualización

☐ Revisar fuentes oficiales.

☐ Comprobar enlaces y menús.

☐ Auditar afirmaciones y promesas.

☐ Actualizar herramientas y modelos.

☐ Revisar casos y ejemplos.

☐ Registrar versión, responsable y fecha.

Criterios de aprobación

Resultado	Interpretación	Acción
0-59	Formación incompleta	Volver a fundamentos y completar entregables faltantes.
60-79	Operación inicial	Ejecutar un ciclo completo con seguimiento semanal.
80-94	Nivel avanzado	Optimizar, documentar y demostrar estabilidad.
95-100	Dominio operativo	Puede sostener, enseñar y mejorar el sistema con evidencia.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Workbook de ejecución y mejora: 180 días

Planificación semanal, registro diario, métricas, retroalimentación y decisiones de mejora.

Tablero central

09

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

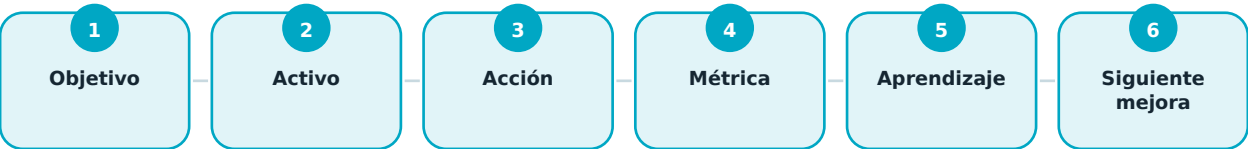
Diagnóstico inicial	3
Objetivo de 180 días	4
Cierre de los 180 días	31
Resumen de métricas	31
Cierre del módulo	32

Resultado de aprendizaje

Etapa	Tablero central	Duración sugerida	10 a 15 minutos por día
Entregable	Historial completo de ejecución durante 180 días.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Planificar 26 semanas de implementación.
- Registrar métricas y aprendizajes.
- Evitar que la formación quede solo en lectura.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Diagnóstico inicial

Área	Pregunta de evidencia	0-10
Mercado	¿Tengo frases, entrevistas y patrones verificables?	
Producto	¿Puedo justificar selección y descarte?	
Oferta	¿La promesa es prudente y clara?	
Contenido	¿Cada pieza tiene función y métrica?	
Embudo	¿La transición completa está probada?	
Tráfico	¿Conozco riesgo y punto de equilibrio?	
Datos	¿Las decisiones quedan documentadas?	
Operación	¿Existen SOP, controles y responsables?	

Objetivo de 180 días

Semana 01 - Fundación y seguridad

Entrega orientativa: Auditoría de cuenta y objetivo de 180 días.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 02 - Reglas y trazabilidad

Entrega orientativa: Mapa de enlaces, fuentes y riesgos.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 03 - Mercado

Entrega orientativa: Banco de 30 evidencias.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 04 - Avatar

Entrega orientativa: Ficha observada/inferida/pendiente.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 05 - Productos

Entrega orientativa: Score de diez candidatos.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 06 - Oferta

Entrega orientativa: Promesa, bonos y filtros.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 07 - Marca

Entrega orientativa: Voz y pilares.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 08 - Contenido

Entrega orientativa: Banco de 30 ideas y ganchos.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 09 - Publicación

Entrega orientativa: Siete piezas cortas.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 10 - Autoridad

Entrega orientativa: Guion largo y demostración.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 11 - Captura

Entrega orientativa: Lead magnet y landing.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 12 - Nutrición

Entrega orientativa: Secuencia de seis emails.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 13 - Conversación

Entrega orientativa: Árbol de WhatsApp.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 14 - CRM

Entrega orientativa: Pipeline y próxima acción.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 15 - Embudo

Entrega orientativa: Recorrido completo probado.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 16 - Objeciones

Entrega orientativa: Banco de respuestas y filtros.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 17 - Tráfico orgánico

Entrega orientativa: Sistema mensual.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 18 - Prueba paga

Entrega orientativa: Brief, presupuesto y límites.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 19 - Métricas

Entrega orientativa: Tablero y definiciones.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 20 - Experimentos

Entrega orientativa: Tres pruebas A/B.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 21 - Bonos

Entrega orientativa: Activos de implementación.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 22 - Automatización

Entrega orientativa: Flujo con excepciones.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 23 - SOP

Entrega orientativa: Proceso probado por otra persona.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 24 - Optimización

Entrega orientativa: Cuello de botella y corrección.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Revisión del ciclo de cuatro semanas

Mantener	Corregir	Detener

Semana 25 - Cartera

Entrega orientativa: Productos estrella y complementos.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Semana 26 - Cierre

Entrega orientativa: Auditoría y próximos 90 días.

Objetivo medible	Entregable/versionado
Métrica principal	Riesgo o dependencia

Cinco acciones de la semana

- ☐ Acción prioritaria 1
- ☐ Acción prioritaria 2
- ☐ Acción prioritaria 3
- ☐ Revisión de calidad
- ☐ Registro de decisión

Hechos observados

Hipótesis y decisión siguiente

Cierre de los 180 días

Pregunta	Evidencia
¿Qué sistema puedo repetir?	
¿Qué producto y mensaje demostraron mejor encaje?	
¿Cuál fue el principal cuello de botella?	
¿Qué automatización ahorró tiempo sin reducir calidad?	
¿Qué decisión no volvería a tomar?	
¿Cuál es el plan de los próximos 90 días?	

Resumen de métricas

Métrica	Inicio	Final	Aprendizaje
Alcance relevante			
Leads			
Conversaciones			
Compras			
CPA o costo por compra			
Reembolsos			
Ingreso neto			
Tiempo operativo			

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP
BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Bonos de implementación: copy, IA, anuncios y WhatsApp

Activos listos para adaptar con criterios de calidad, seguridad y medición.

Biblioteca de activos	10
------------------------------	-----------

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

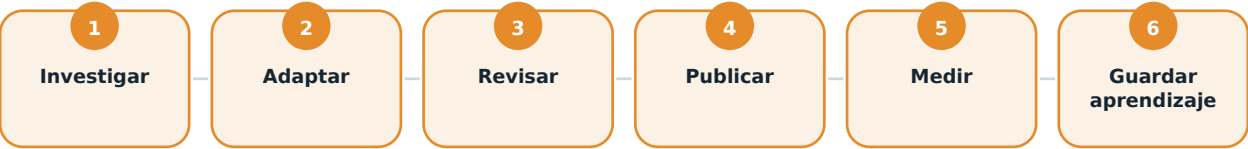
Banco de 30 estructuras de ganchos	4
Secuencia de siete emails	6
Guiones de WhatsApp por situación	9
15 prompts supervisados	10
Checklist universal antes de publicar	12
Cierre del módulo	13

Resultado de aprendizaje

Etapa	Biblioteca de activos	Duración sugerida	Consulta permanente
Entregable	Banco de copys, prompts, guiones y checklists.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Publicar con mayor velocidad sin perder criterio.
- Adaptar plantillas a cada avatar y producto.
- Mantener un estándar ético y verificable.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Banco de 30 estructuras de ganchos

Tipo	Estructura adaptable
Diagnóstico	Si [resultado] no mejora aunque hagas [acción], revisá [mecanismo].
Costo oculto	El error que parece pequeño pero te cuesta [recurso].
Contraste	Más [actividad] no siempre produce más [resultado].
Criterio	Antes de elegir [opción], compará estas tres condiciones.
Señal	Tres señales de que [problema] está ocurriendo.
Proceso	Así paso de [estado inicial] a [entregable] sin [riesgo].
Objeción	“No tengo [recurso]”: cuándo es una restricción real y cuándo es diseño.
Caso	Qué cambié cuando [métrica] no respondía.
Límite	Esto sirve para [audiencia], pero no para [no encaje].
Error	La diferencia entre [acción popular] y [acción útil].
Pregunta	¿Qué ocurre entre [etapa A] y [etapa B] en tu proceso?
Decisión	La variable que no tocaría hasta medir [dato].
Desmontaje	Por qué [creencia] falla en este contexto.
Demostración	Mirá cómo verifico [tarea] en cinco pasos.
Comparación	[Opción A] vs. [Opción B]: elegí según [criterios].
Actualización	Qué cambió en [plataforma/proceso] y qué revisar.
Riesgo	Antes de automatizar [tarea], asegurá estos controles.
Prioridad	Si solo podés mejorar una cosa esta semana, empezá por [etapa].
Transparencia	Lo que todavía no sabemos sobre [resultado].
Aprendizaje	La hipótesis que descarté después de [evidencia].
Auditoría	Usá esta lista para revisar [activo] antes de publicarlo.
Resultado controlable	No puedo prometer [resultado final], sí puedo ayudarte a construir [capacidad].
Secuencia	Primero [A], después [B] y recién entonces [C].
Fricción	El punto donde la mayoría abandona [proceso].

Tipo	Estructura adaptable
Métrica	La cifra que parece buena hasta que la comparás con [indicador].
Historia	La decisión incómoda que evitó [consecuencia].
Escala	No aumentes [volumen] hasta poder explicar [causa].
Simplificación	El sistema mínimo para resolver [problema].
Filtro	No compres [tipo de solución] si todavía no tenés [condición].
Invitación	Te comparto la plantilla que uso para [tarea].

Secuencia de siete emails

1. Entrega

Asunto sugerido: Tu recurso + cómo usarlo

Función: Entregá, fijá expectativa y pedí una respuesta simple.

Borrador:

2. Diagnóstico

Asunto sugerido: El síntoma que suele ocultar el problema

Función: Ayudá a reconocer la brecha.

Borrador:

3. Criterio

Asunto sugerido: Cómo comparar opciones sin perder meses

Función: Enseñá tres criterios y un descarte.

Borrador:

4. Caso

Asunto sugerido: Qué cambió cuando apareció esta señal

Función: Mostrá contexto, decisión y límite.

Borrador:

5. Objeciones

Asunto sugerido: Tiempo, dificultad, soporte y encaje

Función: Respondé dudas y filtrá.

Borrador:

6. Recomendación

Asunto sugerido: Mi recomendación y sus condiciones

Función: Presentá producto, mecanismo y para quién no sirve.

Borrador:

7. Cierre

Asunto sugerido: Tomá una decisión clara
Función: Resumí, ofrecé salida y próxima acción.

Borrador:

Guiones de WhatsApp por situación

Inicio con permiso

Hola, vi que estás evaluando [tema]. ¿Te puedo hacer dos preguntas para saber si esta opción encaja?

Diagnóstico

¿Qué querés resolver, qué intentaste y qué te está frenando ahora?

Resumen

Por lo que contás, el punto principal parece ser [brecha]. ¿Lo entendí bien?

Encaje alto

Esta opción puede ayudarte porque trabaja [mecanismo]. Requiere [condición] y no garantiza [resultado].

Encaje dudoso

Antes de recomendarte, necesito confirmar [dato]. Sin eso podría enviarte a una solución incorrecta.

No encaje

No te recomendaría comprarlo ahora porque [razón]. Primero resolvería [condición].

Seguimiento útil

Te comparto [recurso/comparación] porque responde la duda sobre [objeción]. ¿Qué criterio pesa más para vos?

Cierre respetuoso

Si ahora no es el momento, cerramos acá. Podés retomar cuando tengas [condición].

15 prompts supervisados

Prompt 01 - Investigación

Clasificá estos textos en problema, deseo, objeción, contexto y frase literal. No agregues información ausente.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 02 - Avatar

Construí una ficha separando observado, inferido y pendiente. Indicá la fuente de cada dato.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 03 - Producto

Evalúa fortalezas, riesgos, encaje, promesas y condiciones. Marcá qué requiere verificación.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 04 - Oferta

Reescribí la propuesta para que sea específica y prudente. Eliminá resultados garantizados.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 05 - Ganchos

Generá 20 ganchos y explicá qué tensión y nivel de conciencia usa cada uno.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 06 - Calendario

Organizá estas preguntas en pilares, funciones, formatos, CTA y métricas.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 07 - Email

Diseñá siete emails con una función distinta y continuidad entre mensajes.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 08 - WhatsApp

Proponé tres respuestas: recomendar, pedir información y no recomendar. Evitá presión.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 09 - Anuncios

Creá tres hipótesis cambiando una sola variable y definí métrica y pausa.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 10 - Datos

Separá hechos, inferencias y preguntas. Priorizá una sola mejora.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 11 - SOP

Documentá objetivo, entrada, pasos, decisiones, control, salida y excepciones.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 12 - Auditoría

Detectá afirmaciones no verificables, riesgos, datos sensibles y ambigüedades.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 13 - Resumen

Resumí sin perder condiciones, límites, cifras ni responsables.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 14 - Reutilización

Convertí esta fuente en cinco formatos y mantené trazabilidad al original.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Prompt 15 - Revisión final

Aplicá esta rúbrica y devolvé aprobado, correcciones obligatorias y dudas.

Contexto obligatorio: objetivo, audiencia, fuente, restricciones, formato y criterio de calidad.

Checklist universal antes de publicar

- ☐ Promesa específica y prudente.
- ☐ Audiencia y no encaje claros.
- ☐ Enlaces y móvil probados.
- ☐ Medición configurada.
- ☐ Revisión humana completada.
- ☐ Fuente o evidencia identificada.
- ☐ CTA acorde a la etapa.
- ☐ Datos sensibles eliminados.
- ☐ Responsable y versión registrados.
- ☐ Condiciones y límites visibles.

Fuentes oficiales relacionadas

Fuente	Aplicación
OpenAI - buenas prácticas de prompting	Instrucciones claras, contexto, refinamiento iterativo y revisión.
OpenAI - cómo crear un buen prompt	Claridad de objetivo, contexto y resultados esperados.
OpenAI API - prompt engineering	Buenas prácticas para instrucciones, ejemplos y formatos.

Verificadas para esta edición el 3 de agosto de 2026. Las plataformas pueden cambiar; revisá la fuente antes de ejecutar.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.



LCONSULTINGGROUP

BIBLIOTECA PROFESIONAL DEL AFILIADO HOTMART

Fuentes oficiales, actualización y control de calidad

Referencias verificables, protocolo de vigencia, registro de cambios y auditoría editorial.

Gobierno y mantenimiento

11

Contenido específico, ejemplos propios, ejercicios medibles, fuentes verificables y control de versiones.

Edición Maestra 2026 · 3 de agosto de 2026

Mapa del volumen

Cada sección termina en una decisión, un activo o una métrica. Usá los marcadores del PDF para navegar.

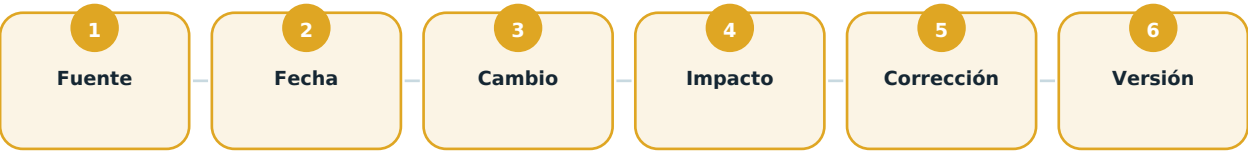
Registro de fuentes oficiales	4
Regla de vigencia	4
Protocolo trimestral	4
Plantilla de registro de cambios	6
Auditoría editorial	6
Auditoría técnica de PDF	6
Criterio de liberación	7
Cierre del módulo	8

Resultado de aprendizaje

Etapa	Gobierno y mantenimiento	Duración sugerida	30 a 60 minutos por trimestre
Entregable	Registro de fuentes, cambios y versión publicada.	Versión	Edición Maestra 2026

Al terminar este volumen vas a poder:

- Verificar funciones y reglas antes de ejecutar.
- Distinguir hechos, inferencias y recomendaciones.
- Mantener la biblioteca vigente con un proceso reproducible.



Regla de avance: producí el entregable, registrá una señal y explicá qué decisión tomaste. Leer sin aplicar no completa el módulo.

Registro de fuentes oficiales

Fuente	Uso en la biblioteca	Enlace
Hotmart - seguimiento de HotLinks	Seguimiento y atribución de enlaces de divulgación.	Abrir fuente
Hotmart - cómo afiliarse a un producto	Flujo y condiciones generales de afiliación.	Abrir fuente
Hotmart - primera venta como afiliado	Orientación oficial para primeras acciones de promoción.	Abrir fuente
Hotmart - solicitud de reembolso	Proceso de reembolso y necesidad de revisar condiciones vigentes.	Abrir fuente
Hotmart - priorización de comisiones	Criterios de atribución y priorización de comisiones.	Abrir fuente
Hotmart - bono del afiliado	Configuración y entrega de bonos cuando la función está disponible.	Abrir fuente
OpenAI - buenas prácticas de prompting	Instrucciones claras, contexto, refinamiento iterativo y revisión.	Abrir fuente
OpenAI - cómo crear un buen prompt	Claridad de objetivo, contexto y resultados esperados.	Abrir fuente
OpenAI API - prompt engineering	Buenas prácticas para instrucciones, ejemplos y formatos.	Abrir fuente

Regla de vigencia

Una afirmación sobre plataforma, atribución, reembolsos, herramientas o modelos debe registrar fuente, fecha de consulta y alcance. Si la fuente cambia, se evalúa impacto antes de modificar el material.

Protocolo trimestral

1. Inventario

Listá URLs, funciones mencionadas y materiales afectados.

2. Verificación

Abrí cada fuente oficial y compará título, fecha, condiciones y flujo.

3. Clasificación

Marcá cada cambio como editorial, operativo, comercial o crítico.

4. Corrección

Actualizá primero riesgos, luego instrucciones, ejemplos y capturas.

5. Prueba

Ejecutá enlaces, marcadores, formularios y recorridos descritos.

6. Publicación

Generá versión, manifiesto, checksum y registro de cambios.

Plantilla de registro de cambios

Fecha	Fuente/cambio	Impacto	Archivo	Responsable	Estado

Auditoría editorial

- ☐ Ortografía y tildes revisadas.
- ☐ No hay párrafos duplicados por plantilla.
- ☐ Ejercicios con entregable y métrica.
- ☐ Tablas legibles en móvil/impresión.
- ☐ Títulos describen el contenido real.
- ☐ Ejemplos propios y específicos.
- ☐ Promesas sin absolutos.
- ☐ Voz y términos consistentes.

Auditoría técnica de PDF

- ☐ Archivo abre sin error.
- ☐ Marcadores presentes.
- ☐ Sin texto cortado ni superpuesto.
- ☐ Metadatos y versión correctos.
- ☐ Texto seleccionable.
- ☐ Enlaces internos/externos probados.
- ☐ Fuentes incrustadas o compatibles.
- ☐ Checksum registrado.

Criterio de liberación

Severidad	Ejemplo	Decisión
Crítica	Archivo corrupto, enlace de compra incorrecto, promesa peligrosa.	No publicar.
Alta	Proceso desactualizado, dato sin fuente, ejercicio inviable.	Corregir antes de publicar.
Media	Inconsistencia de términos o diseño que reduce comprensión.	Corregir en la versión actual.
Baja	Ajuste estilístico sin impacto operativo.	Registrar para mantenimiento.

Panel de dominio

Puntuá de 0 a 5 y agregá evidencia. El puntaje sin evidencia no cuenta.

Criterio	0	1	2	3	4	5
Explico el tema con claridad.	■	■	■	■	■	■
Apliqué el método en un caso.	■	■	■	■	■	■
Produje el entregable.	■	■	■	■	■	■
Registré la métrica.	■	■	■	■	■	■
Detecté un riesgo o límite.	■	■	■	■	■	■
Tomé una decisión siguiente.	■	■	■	■	■	■

Cierre del módulo

- ☐ Entregables guardados con fecha y versión.
- ☐ Fuentes verificadas cuando corresponde.
- ☐ Próxima revisión programada.
- ☐ Métrica principal cargada.
- ☐ Una decisión prioritaria escrita.
- ☐ Promesas y datos auditados.

Reflexión final

Material educativo independiente. No representa a Hotmart ni garantiza ventas, ingresos o resultados. Las funciones, políticas, modelos de IA y condiciones pueden cambiar. Verificá documentación oficial vigente y aplicá revisión humana.