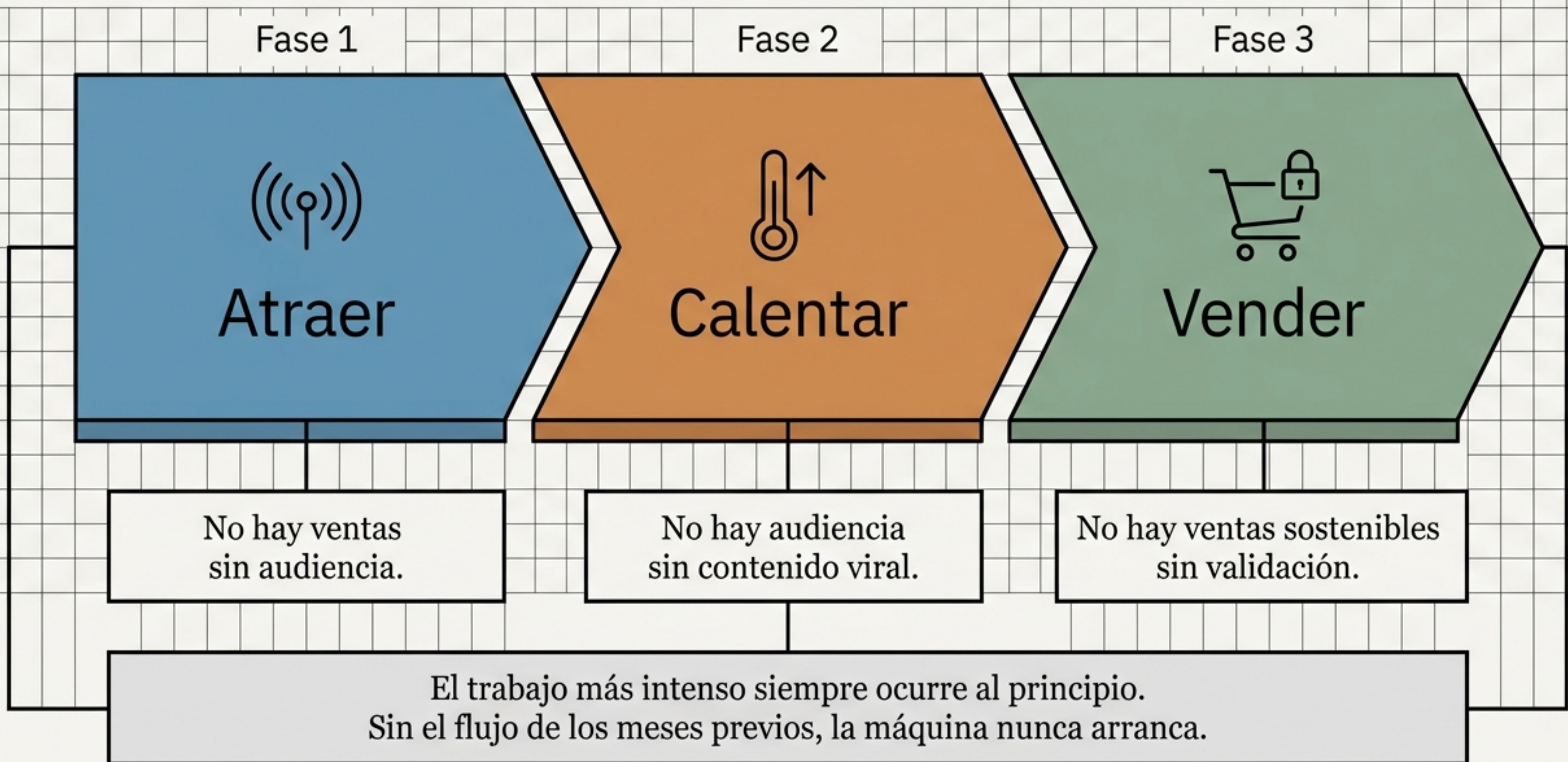


La Anatomía del Organic Funnel

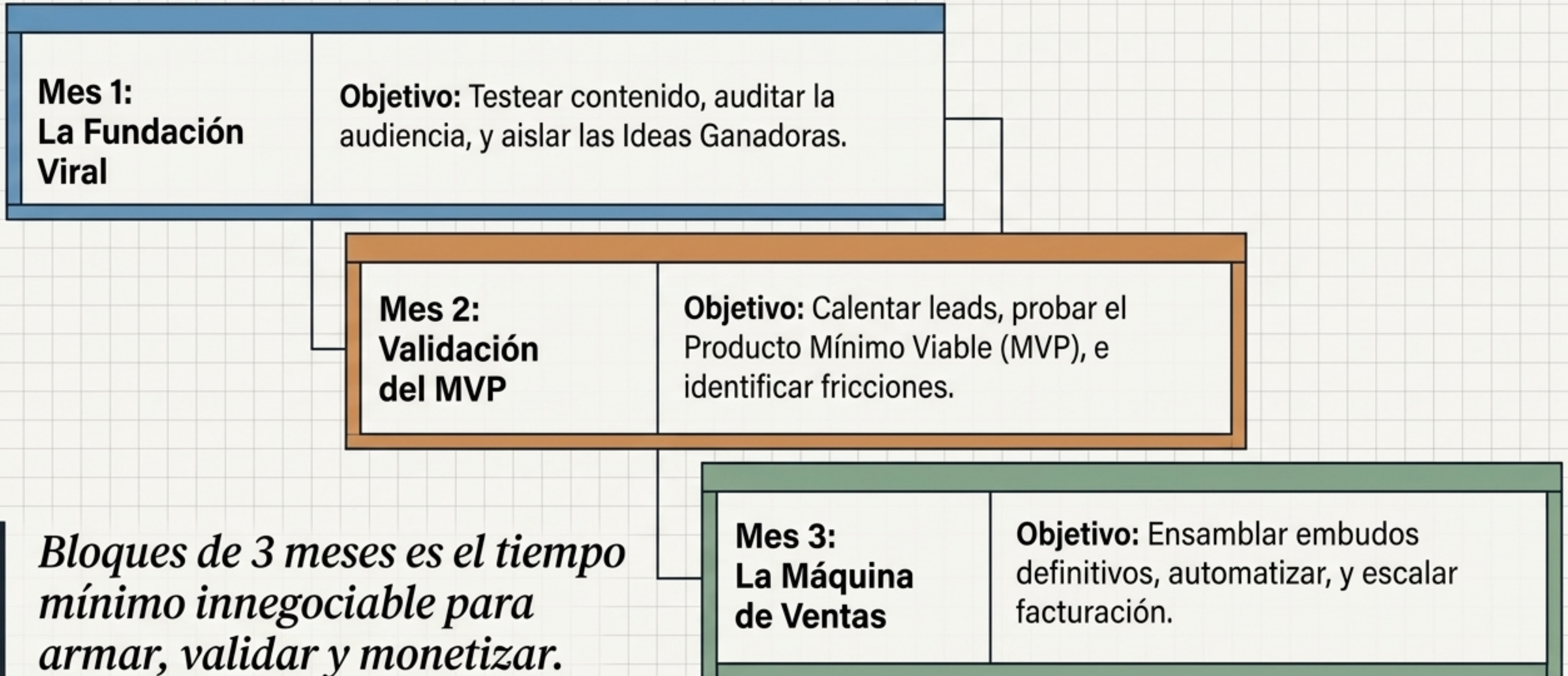
El plan estratégico de 90 días para convertir atención viral en ingresos predecibles.



El orden de los factores determina el éxito de la conversión



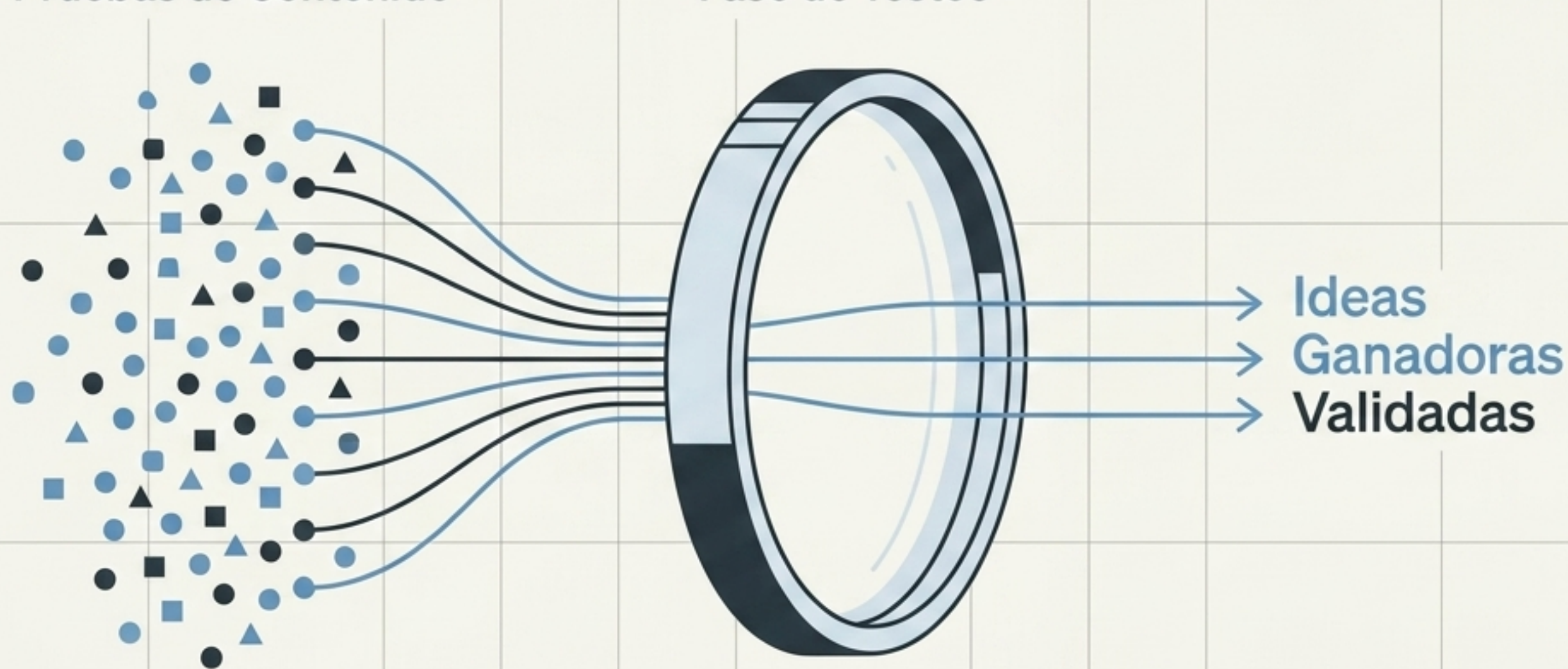
El mapa de ruta para monetizar la atención en 90 días



Mes 1 requiere probar audiencias para encontrar las Ideas Ganadoras

Pruebas de Contenido

Fase de Testeo



1. El Objetivo

Probar qué contenido funciona para poder replicarlo y escalarlo.

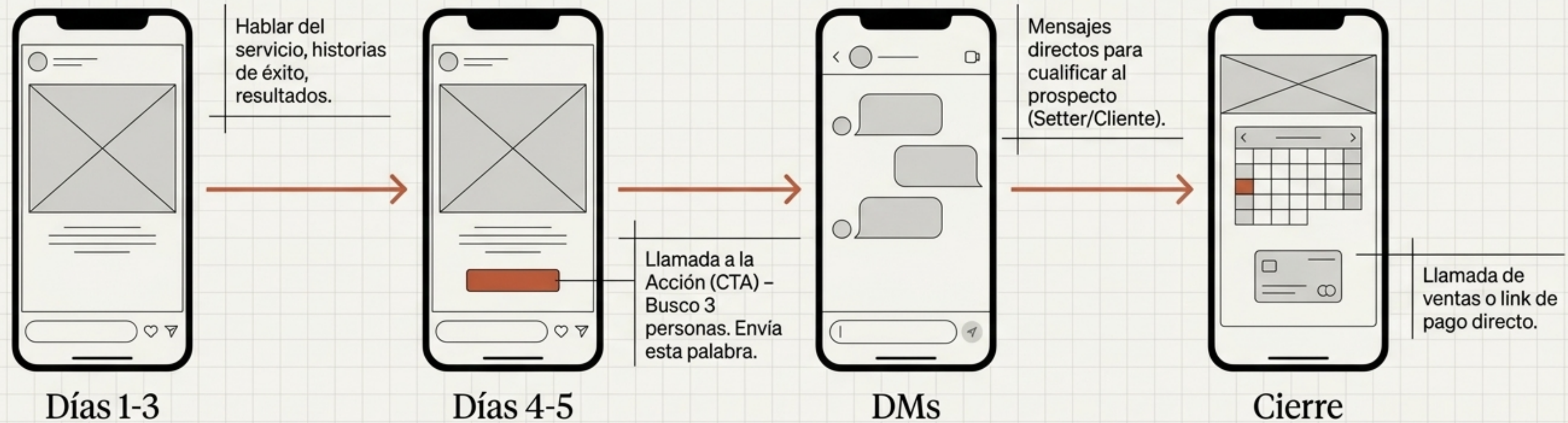
2. La Definición de Viralidad

No se necesitan 1 millón de vistas. 50,000 views son suficientes si captan a la audiencia exacta con capacidad de compra.

3. El Resultado

Identificar formatos ganadores para generar atención masiva y dirigida.

Mes 2 valida el Producto Mínimo Viable usando la audiencia caliente



Regla del MVP: El Producto Mínimo Viable debe tener un precio mínimo de 1.000€ para asegurar viabilidad financiera antes de invertir recursos en sistemas complejos

Mes 3 ensambla la máquina de ventas definitiva con datos reales

El Sistema Evergreen

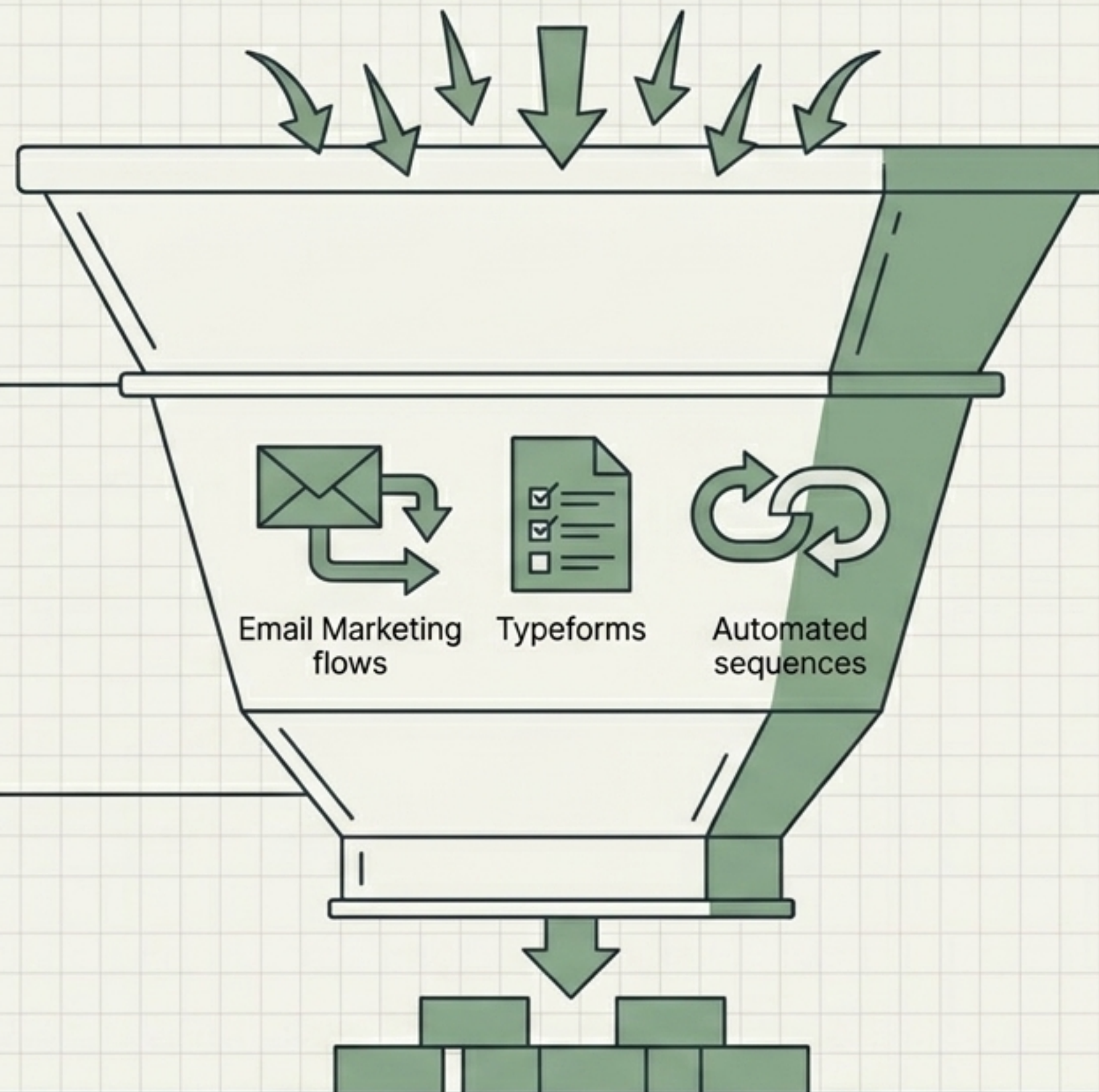
Se descartan las objeciones irrelevantes y el producto final se moldea exactamente a lo que la audiencia validó en el Mes 2.

La máquina ahora funciona sola.

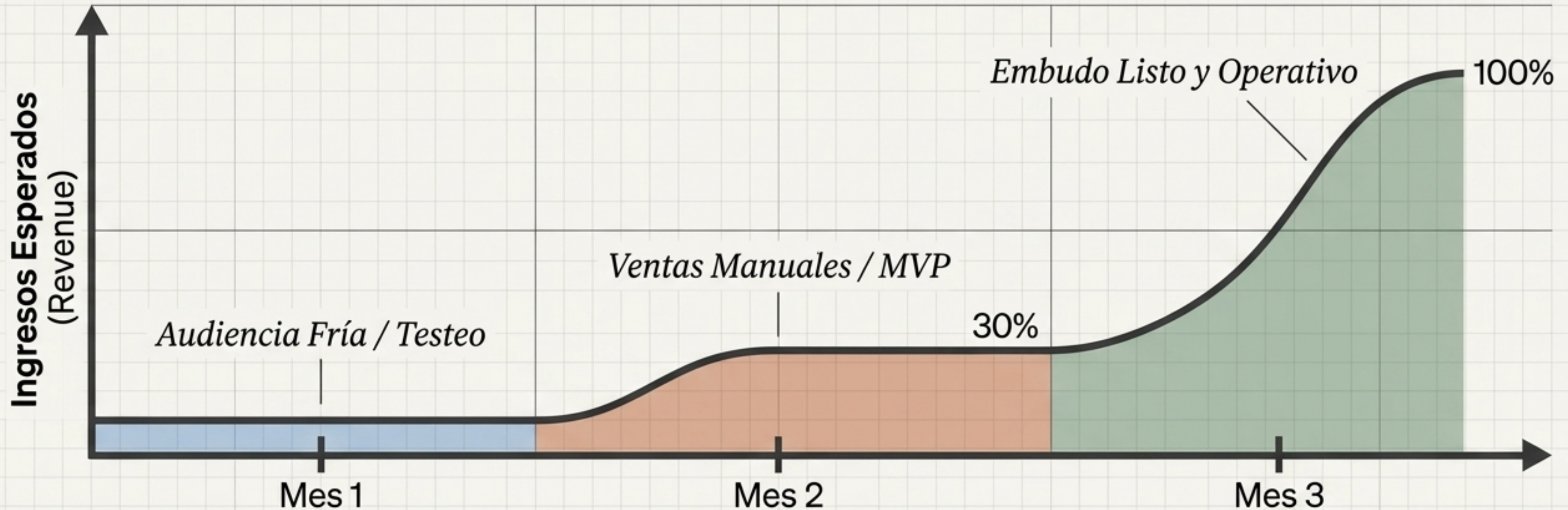
Audiencia Validada entrando

Infraestructura Compleja

Clientes Cerrados



La paciencia estratégica genera el 100% de la capacidad de facturación

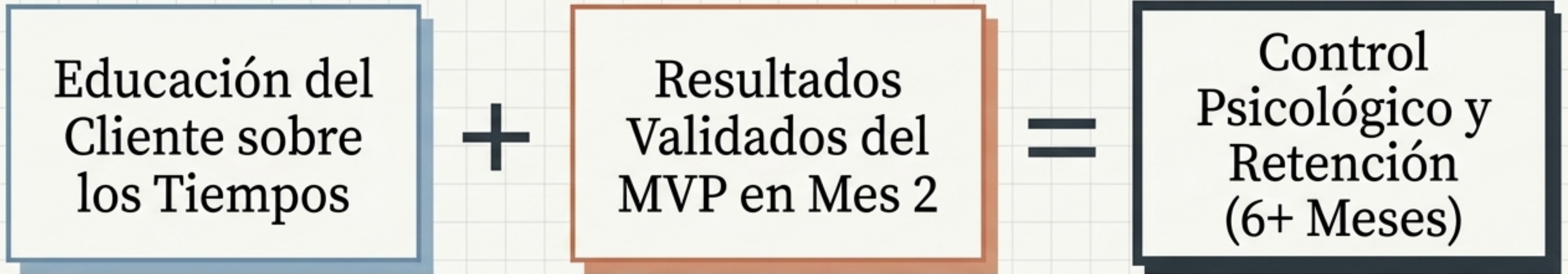


Es estadísticamente imposible saltar del Mes 1 al Mes 3. El 100% representa el sistema listo para iterar y optimizar ventas de manera continua.

La base de 90 días soporta cualquier modelo de conversión final

	Modelo Evergreen	Modelo de Lanzamiento
Cadencia de Ventas	Flujo constante diario	Picos de facturación en fechas exactas
Foco del Mes 3	Optimizar automatizaciones continuas	Ingeniería inversa desde el gran día de apertura
Nivel de Urgencia	Urgencia basada en el problema del lead	Escasez real por cierre de carrito
	Veredicto: Ambos modelos requieren estrictamente la misma validación de Mes 1 y Mes 2 para funcionar.	

La transparencia del proceso es la verdadera métrica de retención



El Riesgo

Los clientes abandonan en el Mes 2 no por falta de resultados, sino por falta de control y previsibilidad.

La Solución

Cuando el cliente entiende que el 0% de ingresos en el Mes 1 es parte del diseño (no un fallo), su negocio—que es su vida—se siente seguro.

El sistema Organic Funnel destilado



1. Testear (Mes 1)

Viralidad táctica.
Identificar ideas ganadoras y agnadoras y agrupar atención calificada.



2. Validar (Mes 2)

Lanzar el MVP
Lanzar el MVP (>1.000€) vía historias. Vender manualmente para descubrir fricciones.



3. Escalar (Mes 3)

Construir la infraestructura definitiva (Evergreen o Lanzamiento) y capturar el 100% del valor.

La paciencia táctica en la validación garantiza la escala predecible en la ejecución.