

WEBINAR • 14 DE OCTUBRE DE 2026

Abrir mercado desde cero: los primeros clientes B2B

Una hora de conversación entre dos emprendedores que están abriendo mercado ahora mismo: por dónde se empieza cuando nadie te conoce, cómo se mide si funciona y qué errores no repetirían. Aquí están las ideas, las citas y un enlace a cada momento de la grabación.

Joan Boluda Chova

Fundador de Fluxo Consulting

Alessandro Galli

Lleva Vocations en España

FECHA

14 de octubre de 2026

FORMATO

Online, en directo

GRABACIÓN

youtu.be/aW19ljpf0jA

EN UNA PÁGINA

Abrir un mercado: siete ideas de la conversación

Alessandro lo dijo nada más presentarse: Vocations ya funcionaba en Italia y aun así, al llegar a España, «cada país, por lo poco que veo, es empezar desde cero». [00:06:12](#) Joan está en el mismo punto con Fluxo. Estas son las ideas que salieron de la conversación.

-
- 01** **Primero, el teléfono** Pág. 04
- En Italia empezaron por email y no contestaba nadie; por LinkedIn contestó más gente y por teléfono, más todavía. [00:24:51](#)
-
- 02** **Alguien que te abra la puerta** Pág. 05
- El equipo de ventas, dentro. Fuera, solo una persona que conoce el mercado y te presenta, con un incentivo atado al valor del contrato. [00:26:41](#)
-
- 03** **Cada país se aprende otra vez** Pág. 06
- Quién decide, cómo está acostumbrado a comprar y qué canal usa. En España se prueba antes; en Italia cuesta más, pero se paga más. [00:31:30](#)
-
- 04** **Medir para no engañarse** Pág. 07
- Arriba del embudo, números absolutos; cerca del contrato, porcentajes. Con un 10 % de lead to demo, 20 reuniones son 200 contactos nuevos. [00:42:32](#)
-
- 05** **La constancia gana al mensaje** Pág. 08
- Un contacto se pierde por el mensaje o la llamada que faltaba. El seguimiento, con un método diario y escrito a partir de lo hablado. [00:49:14](#)
-
- 06** **WhatsApp, después de la llamada** Pág. 09
- Ni el uno ni el otro abren en frío por WhatsApp. Joan lo usa cuando no le cogen el teléfono ni contestan al email, con un mensaje que demuestra que ha mirado la empresa. [00:47:45](#)
-
- 07** **Los errores que no repetirían** Pág. 10
- Abrir demasiados frentes, encerrarse en casa y construir lo que ningún cliente ha pedido. [00:53:25](#)
-

**Ver la grabación completa**youtube.com/watch?v=aW19Ijpf0jA

LOS PONENTES

Quién habla

Se conocieron cuando Joan trabajaba en una empresa de recruiting. **00:13:18** Hoy los dos están en el mismo punto, abrir mercado sin que nadie los conozca todavía: Joan con Fluxo en España y Alessandro con Vocations, que llega a España desde Italia. **00:05:12**

**Joan Boluda Chova**

Fundador de Fluxo Consulting

Monta los sistemas de venta y operaciones de pymes para que el negocio funcione sin depender de la memoria de nadie.

Empezó a tener clientes mientras tenía un trabajo a tiempo completo, vendiendo por teléfono. **00:13:13**
Se dedica a Fluxo a tiempo completo desde hace un par de meses. **00:17:44**

**Alessandro Galli**

Lleva Vocations en España

Vocations vigila en tiempo real las páginas de empleo de las empresas y los portales para detectar oportunidades comerciales. La usan agencias de selección, headhunters y universidades.

Según contó, nació como proyecto de tres socios en la Politécnica de Milán, él entre ellos, y cambió dos veces de modelo antes de funcionar en Italia.

00:06:55

La grabación, momento a momento

Cada marca de tiempo abre el video en ese punto.

00:04:02 Bienvenida y qué es Vocations**00:06:19** De la universidad a Vocations: cambiar de modelo hasta acertar**00:10:23** Por qué España**00:11:56** Cómo empezó Joan: el teléfono y Fluxo**00:15:43** Empezar sin dejar el trabajo**00:19:04** La montaña rusa y la confianza**00:23:10** Italia: email, LinkedIn y teléfono**00:25:55** Equipo propio y alguien que te presente**00:29:04** Incentivos para quien abre puertas**00:30:32** Italia y España: qué cambia**00:33:20** Herramientas y qué medir**00:43:06** Lead to demo: ¿por persona o por empresa?**00:47:02** WhatsApp, después de la llamada**00:52:04** Los errores que no repetirían**00:59:24** Preguntas del chat**01:01:05** El reto de Vocations en España

01 · EL CANAL

Primero, el teléfono

Cuando nadie te conoce, el canal lo elige quien te contesta. En Italia, Vocations probó tres canales por orden y la respuesta fue subiendo en cada uno. [00:23:10](#)

«Empezamos con mails, no contestaba ninguno. Luego empezamos a enviar mensajes en LinkedIn y de ahí empezaron a contestar mucha más gente. Luego empezamos a llamar y de ahí contestaba aún más gente.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS [▶ 00:24:51](#)

Alessandro añadió que así es como se aprende, poco a poco, qué funciona y qué no. [00:25:09](#) Una ronda pequeña con un programa de Turín les dio ese margen: seis meses o un año de libertad para fallar y ajustar el tiro. [00:24:23](#)

Joan llegó a la misma conclusión por su lado. Empezó a vender mientras tenía un trabajo a tiempo completo y, sin financiación, el canal más barato era el que tenía a mano.

«Cuando eres un emprendedor que estás haciendo bootstrapping, que no tienes financiación, lo más sencillo que puedes hacer es el teléfono y llamar.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING [▶ 00:13:37](#)

La conversación, en persona; el seguimiento, para la IA

Joan reparte el trabajo así: lo que tiene que hacer una persona es conversar, por teléfono o en persona, y cuando puede, en persona. [00:14:26](#) En la época de la IA, cree que eso es muy diferencial y da ventaja competitiva.

«Algo tan sencillo como hacer lo que se ha hecho toda la vida, que es mirarnos a los ojos y tener una conversación.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING [▶ 00:14:42](#)

El resto lo hace la IA: al terminar el día, las conversaciones se convierten en inteligencia comercial y el seguimiento sale solo. [00:14:46](#) Así genera pipeline, cierra reuniones y cierra contratos.

02 · LAS PUERTAS

Alguien que te abra la puerta

En Italia y en Europa, dijo Alessandro, lo que más funciona es encontrar a alguien que te conecte con las personas con las que quieres hablar: sin marca y sin un producto conocido, si no conoces a nadie es muy complicado. 00:23:14

«Lo mejor para empezar para mí siempre es desarrollar un buen equipo de ventas que sea interno.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ 00:25:33

No es partidario de externalizar la venta ni de alquilar un equipo que promete un número de llamadas, aunque para España se lo ha pensado más de una vez. 00:26:03 00:26:12 Lo que sí le encaja es una figura intermedia: una persona que conoce el mercado y te presenta a quien te interesa. Todo lo demás, dentro. 00:26:41 00:27:01

Cómo se llega a esas personas

- **La red, desde el primer día.** Al principio no conoces a nadie, y por eso importa tener esos primeros 50 contactos que te pueden llevar a otros 150. 00:27:53
- **Los clientes que ya tienes.** Algunos clientes de Italia también trabajan en España, y eso les dejó validar el problema en otro país con la misma empresa. De un contacto se llega a otro. 00:28:10

El incentivo, atado al valor

Quien te presenta lo hace a cambio de algo, y acertar con el incentivo es lo difícil. El porcentaje no vale por sí solo: tiene que estar conectado con el valor que esa persona aporta. Si para ti lo importante son contratos de más de un año, no tiene sentido pagar un 50 % el primer año y nada el segundo. 00:29:38

«Si no te llega nada por la otra parte es porque el incentivo es equivocado. No es la persona.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ 00:30:21

03 · EL MERCADO

Cada país se aprende otra vez

Eligieron España por dos motivos: la cultura es parecida y podían validarla sin invertir capital en formar a un equipo, ajustando antes los correos, las llamadas y las tácticas. [00:10:50](#) [00:11:16](#)

«La persona compra a otra persona.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ [00:22:33](#)

Por eso, lo que más atención le ha pedido al abrir España es entender quiénes son las personas importantes de ese mercado, cómo están acostumbradas a comprar y cómo se vende allí. Si no, quemas muchos clientes potenciales al principio. [00:22:48](#)

Lo que ha visto distinto, de momento

ESPAÑA

Se prueba antes

Están más acostumbrados a probar cosas nuevas, pero quieren invertir menos para probarlas. [00:31:30](#)

ITALIA

Cuesta más, se paga más

La barrera para probar algo nuevo es más alta, pero quien se convence está dispuesto a pagar más. [00:31:46](#)

LINKEDIN

No pesa igual

En Italia lo usa todo el mundo; en España no tanto. Seguramente toque invertir más en formación para llamar, en email o en marketing. [00:32:15](#)

Su regla para comparar: repite lo que ya funcionó y mira el resultado. Si es el mismo, adelante. Si sale un poco más bajo, también, porque en el primer país ya te conocían. [00:32:43](#)

«Un nuevo país, tranquilo, que nadie te conoce.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ [00:33:04](#)

Equivocarse a propósito

Alessandro está solo en España y sin invertir, a propósito: quiere cometer ahora todos los errores de llegar a un país nuevo para repetir después lo que funcione. [01:02:26](#)

«Equivocarse a lo máximo (...) para no equivocarse tanto en la próxima vez.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ [01:02:28](#)

04 · LOS NÚMEROS

Medir para no engañarse

Los dos miden, pero no lo mismo. Vocations trabaja un nicho y califica mucho antes de contactar, así que arriba del embudo mira sobre todo cuántas reuniones salen. 00:34:41 Cerca del contrato ya son porcentajes, y ahí se afinan los detalles. 00:35:20

Uno de esos detalles lo descartaron rápido: ofrecer algo gratis. Lo probaron y, para ellos, fue un fracaso. 00:35:51

Lo que mide Joan

Con diez reuniones ya vas bien, reconoce Joan. Pero al principio, cuando todavía pruebas nichos, saber cuánto te ha costado cada una te ayuda a definir tu cliente ideal y con quién hablar dentro de cada empresa. 00:37:19

ARRIBA**Lead to demo**

Del primer contacto a la reunión agendada. 00:37:32

EN MEDIO**Reuniones**

No show, siguientes pasos y presupuestos enviados.

ABAJO**Perdidas**

Cuáles se pierden y por qué.

Ya no hay que apuntarlo todo a mano: con el teléfono, WhatsApp, el email y LinkedIn conectados, las conversaciones generan ese contexto y se ve en el panel. 00:38:03 Tras dos o tres semanas haciendo entre 50 y 60 llamadas al día, Joan le preguntó a la IA qué sectores habían funcionado mejor, para apostar el doble por ellos. 00:38:51

LA CUENTA

«Si tienes un 10 % lead to demo, significa que para sacar 20 reuniones tienes que abrir 200 contactos nuevos.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:42:32

La estadística también calma

Con unos meses de datos sabes cuántos impactos necesita de media un cliente antes de cerrar. Si son unos 20 y con este llevas 5, te quedan 15, y un mal día se ve como lo que es: parte del proceso. 00:41:16 00:41:57

¿Por persona o por empresa?

Alessandro se planteaba contar por empresa: si contacta a diez personas de una empresa, le basta con que una diga que sí. 00:43:16 Joan va persona por persona: el no de un CEO pesa más que el de quien no decide, y si dice que no la recepción, hay que subir. 00:44:47

05 · EL SEGUIMIENTO

La constancia gana al mensaje

Ante las cifras, Alessandro puso el foco en otra cosa: cambiar el mensaje mejora algo, pero lo que a largo plazo mueve la conversión es la constancia. 00:40:40

«Es muy simple perderte un contacto que a lo mejor solo faltaba un mensaje más o solo faltaba una llamada más.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ 00:40:14

El método diario de Joan

- **Una cola por intento.** Cada día, primeras llamadas a unos contactos, segundas a otros, terceras, cuartas. 00:44:12
- **El seguimiento sale de la conversación.** Si le contestan, la inteligencia comercial prepara el seguimiento, y si no, también; él revisa, por ejemplo, que el PDF de la propuesta esté bien. 00:44:22
- **De secuencias a mensajes con contexto.** Antes eran secuencias iguales para todos; ahora la IA personaliza a partir de lo que se habló. 00:44:37

«Antes era por secuencias, ahora es [con IA], que es un poquito mejor porque te lo personaliza atendiendo lo que tú has hablado.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:44:37

Los datos de contacto, y qué hacer con lo que mides

Herramientas como Prospeo dan el teléfono y el email directos de la persona. 00:46:04 Lo que aprendes midiendo sirve para afinar los filtros con los que importas contactos, cómo abres la llamada y qué preguntas haces para calificar. 00:46:18

Diez reuniones en números absolutos están muy bien, resumió Joan, pero si prestas un poco de atención a cómo empiezas la conversación y con quién, seguramente salgan más. 00:46:46

06 · WHATSAPP

WhatsApp, después de la llamada

Vocations no usa WhatsApp para el primer contacto; sí después de una llamada o una reunión.

00:47:14 En Italia, contó Alessandro, el contacto en frío por WhatsApp no gusta. 00:47:33 Joan tampoco abre por ahí.

«Contacto frío yo siempre llamo por teléfono antes.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:47:45

Si no le contestan, sigue por email y, si tampoco, por WhatsApp: le dice a la persona que ha intentado localizarla por esas vías y por qué quería hablar con ella. 00:48:01 En el mensaje se tiene que notar que te has preocupado por investigar un poco la empresa. 00:48:14 Así, la apertura y las respuestas son mucho mayores que por email; lo difícil es gestionarlo. 00:48:24

Hay tres WhatsApp

1

WhatsApp

El de todos, normal y corriente.

00:48:40

2

WhatsApp Business

La app del móvil con funciones para negocio: horario, mensajes automáticos cuando te escriben y etiquetas para los contactos.

00:48:49

3

WhatsApp API

Se usa desde otra aplicación, como tu CRM: segmentar, enviar y montar secuencias. Cada mensaje que envías se paga; si el contacto te escribe, tienes 24 horas para responderle sin coste.

00:49:23 00:49:40

WhatsApp pone barreras a los envíos masivos en frío. 00:49:52 Por eso Joan lo usa como seguimiento, de dos maneras:

- **Una plantilla por la API** cuando no contestan ni a la llamada ni al email. 00:50:14
- **Un enlace de WhatsApp preparado por la IA.** El enlace lleva el número y el mensaje. La IA mira la web del contacto, busca un gancho, tiene en cuenta lo hablado, escribe el mensaje y crea el enlace; Joan lo pulsa y lo envía desde su WhatsApp Web, sin coste. 00:50:44 00:51:16

«Si esta persona no me contesta, vete a su página web, saca un gancho que le puede interesar de lo que nosotros le podamos ayudar, escíbeme el mensaje y créame el link de WhatsApp.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:50:59

07 · LOS ERRORES

Lo que no repetirían

Alessandro empezó por el consejo contrario: no dejar de hacer algo por miedo a equivocarse.

00:52:45

«Nunca te cortes a no hacer algo porque a lo mejor nunca sabes si es la parte correcta.»

ALESSANDRO GALLI · VOCATIONS ▶ 00:52:45

JOAN

Abrir demasiados frentes

Su talón de Aquiles: es creativo, tiende a abrir ideas y proyectos, y la mayoría no acaban dando valor a nadie. Menos es más. 00:53:25 00:55:02

ALESSANDRO

Construir lo que nadie pidió

El primer año ponían ideas propias en el producto. Mejor que el cerebro sea el cliente: no desarrollar nada que no pida. 00:56:12 00:56:18

«¿Cambiano el color de la página vas a dar más valor? Seguramente no. Quizás lo que tengas que hacer es dejarte de excusas y empezar a llamar por teléfono para validar tu idea.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:54:21

Alessandro lo ilustró con su producto: de diez cosas que desarrollas, la que pensabas que nadie iba a usar, puesta porque salió en una videollamada, era la única que el cliente necesitaba. 00:57:04

No encerrarse

El segundo error de Joan: abrir mercado es solitario, y se encerró en casa a llamar y a desarrollar producto. Ahora que ha empezado a ir a eventos se siente mejor y genera más con menos. 00:58:11

«Estoy generando muchas más oportunidades con menos esfuerzo.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 00:58:30

Y la cabeza

De emprender con un trabajo a tiempo completo, a Joan no le pesaron las horas sino tenerlo todo en la cabeza: quien mucho abarca poco aprieta, y hay que salir de esa etapa lo antes posible. 00:16:55

00:17:39 Alessandro lo llama una montaña rusa: un día superfeliz, otro horrible, y una rutina que te da estructura. 00:19:14 Para Joan, el secreto es la confianza, que se entrena, y no tomarse los noes como algo personal. 00:21:12

DEL WEBINAR A LA PRÁCTICA

Por dónde empezar

Seis preguntas para llevar lo que se dijo a tu propio mercado. Cada una enlaza con el momento de la grabación en que sale.

01 ¿Qué canal te contesta?

Prueba email, LinkedIn y teléfono, y quédate con el que responde. En Italia ganó el teléfono y, según Joan, estadísticamente le pasa a casi todo el mundo. [00:24:51](#) [00:44:02](#)

02 ¿Quién te puede presentar?

Haz la lista de las personas que conocen tu mercado y piensa qué ganan ellas. Si no llega nada, revisa el incentivo antes que a la persona. [00:26:41](#) [00:30:21](#)

03 ¿Cómo compra este mercado?

Antes de llamar a todos, entiende quién decide, cómo está acostumbrado a comprar y qué canal usa. Si no, quemas contactos al principio. [00:22:48](#)

04 ¿Qué mides arriba y qué mides abajo?

Reuniones en números absolutos al principio del embudo; porcentajes cuando te acercas al contrato. Y la cuenta hacia atrás: cuántos contactos nuevos necesitas para tus reuniones. [00:35:10](#) [00:42:32](#)

05 ¿Qué pasa cuando no te cogen el teléfono?

Decide el siguiente toque antes de que haga falta: email y, después, WhatsApp con contexto. Que ningún contacto se pierda por el mensaje que faltaba. [00:47:45](#) [00:40:14](#)

06 ¿Qué estás haciendo que no da valor?

Cierra frentes y vuelve a lo que valida: llamar, ver a clientes en persona y construir solo lo que piden.

[00:54:21](#) [00:56:18](#)

PARA CERRAR

«Vamos a quitar la palabra intentar del diccionario»

Joan le preguntó a Alessandro por su reto en España. Desde julio, cuando tuvo las primeras conversaciones, el objetivo es poder permitirse un equipo de cuatro personas en España en enero, y aprender por el camino todos los errores para repetirlo después en otro país. 01:01:05

01:01:47

A Joan le gustó el planteamiento: darse un tiempo para abrir mercado y equivocarse, y después no equivocarse más en lo que permite escalar. Siempre habrá errores, dijo, pero así hay un periodo de gracia para equivocarse y aprender rápido. 01:02:42 01:02:59

«Vamos a quitar la palabra intentar del diccionario porque vas a conseguir ese equipo comercial en enero.»

JOAN BOLUDA CHOVA · FLUXO CONSULTING ▶ 01:03:11

Alessandro cerró dando las gracias: había aprendido un montón, y esperaba que a la audiencia le sirviera.

01:03:24

¿Y en tu empresa, por dónde empezamos?

Diagnóstico gratuito

Nueve preguntas sobre cómo vendéis hoy, dos minutos y el resultado al momento: tu prioridad, lo que vemos y el primer paso.

[Evaluación](#)fluxo.consulting/evaluacion/

¿Prefieres hablar directamente con Fluxo?

Reserva una llamada y vemos tu caso juntos, con o sin evaluación.

[Hablemos](#)fluxo.consulting/reservar/

La grabación completa del webinar

youtube.com/watch?v=aW19Ijp0jA

fluxo

Fluxo Consulting · Inteligencia Comercial. Conectamos tus canales, tu CRM y tus datos para que tu equipo venda y la rutina la haga el sistema: CRM con todos tus canales, desarrollos a medida, integraciones y formación en IA. Desde Barcelona.
hola@fluxo.consulting · fluxo.consulting