

03 · Preguntas y Objeciones

Las preguntas que destapan dolor real y las 8 objeciones más comunes con respuestas

Eric Gómez Vargas · i0ia.com · 2026-05-08

Parte A · Las preguntas correctas

Esta es la sección más importante de todo el manual. Quien hace mejores preguntas, cierra más ventas. Punto.

Las preguntas se dividen en 6 tipos, y se hacen en este orden durante la fase de diagnóstico de la llamada:

1. Preguntas de SITUACIÓN ACTUAL

Para qué: entender cómo opera hoy, sin juicios.

- ¿Cómo manejan hoy [el proceso específico]?
- ¿Qué herramienta usan para [tarea]?
- ¿Cuántas personas están involucradas en eso?
- ¿Cuántos [leads/casos/pedidos] reciben al mes?

2. Preguntas de VOLUMEN

Para qué: dimensionar el problema en números.

- ¿Cuántas cotizaciones les llegan al mes?
- ¿Qué porcentaje de eso se cierra?
- ¿Qué pasa con el resto?

3. Preguntas de DOLOR

Para qué: que el cliente verbalice qué le duele en SUS palabras.

- Cuando [pasa la situación de fricción], ¿qué consecuencia tiene?
- ¿Qué les ha costado eso hasta hoy?
- Si pudieran arreglar UNA cosa de eso, ¿cuál sería?
- ¿Qué intentaron antes y por qué no funcionó?

4. Preguntas de URGENCIA

Para qué: medir qué tan apretado está el calendario.

- ¿Cuándo necesitan tener eso resuelto?
- Si en 6 meses sigue igual, ¿qué pasa?
- ¿Qué evento próximo podría agravar este problema?

5. Preguntas de PRESUPUESTO

Para qué: saber si tienen capacidad de pagar antes de presentar precio.

- ¿Han evaluado invertir en algo así antes?

- ¿Con qué referencia de presupuesto están trabajando?
- ¿Cuánto les cuesta hoy NO tenerlo resuelto?

6. Preguntas de AUTORIDAD

Para qué: confirmar que la persona con la que hablas puede decidir.

- ¿Quién más participa en una decisión como esta?
- Si decides que sí, ¿cuál sería el siguiente paso interno?
- ¿Te conviene que te acompañe a presentárselo a tu socio?

Regla de oro de las preguntas

Hablas 20%, escuchas 80%. Si después de hacer una pregunta tu cliente habla 30 segundos y tú le interrumpes, perdiste. Déjale hablar 2-3 minutos por respuesta. Ahí está el diagnóstico real.

Parte B · Las 8 objeciones más comunes

Para cada objeción te doy: **(a)** qué significa REALMENTE, **(b)** error típico que comete el vendedor, **(c)** cómo responder con lógica, **(d)** pregunta de seguimiento.

Objeción 1 · "Está caro" / "No tengo presupuesto"

(a) Qué significa REALMENTE

No percibe valor proporcional al precio. Casi nunca es problema real de dinero.

(b) Error típico que comete el vendedor

Bajar el precio sin negociar, o ponerse a justificar defensivamente.

(c) Cómo responder con lógica

"¿Caro respecto a qué?" + reanclar el costo de NO resolver el problema vs el precio de la solución + traer un caso comparable con resultado numérico.

(d) Pregunta de seguimiento

"¿Cuánto les cuesta hoy NO tenerlo resuelto?"

Objeción 2 · "Lo tengo que pensar"

(a) Qué significa REALMENTE

Hay una objeción no verbalizada que lo bloquea. Acepta sin presionar.

(b) Error típico que comete el vendedor

Aceptar y mandar info, esperando que el cliente vuelva solo.

(c) Cómo responder con lógica

Destapar la objeción real EN VIVO: "¿Qué específicamente te genera duda — la solución, el momento, el equipo, o el costo?"

(d) Pregunta de seguimiento

"Si te quito esa duda en 5 minutos, ¿podríamos avanzar al piloto esta semana?"

Objeción 3 · "Tengo que hablarlo con mi socio / jefe / esposa"

(a) Qué significa REALMENTE

O es decisión compartida real (común en PyME) o es excusa para terminar la llamada.

(b) Error típico que comete el vendedor

Aceptar pasivamente y agendar a "cuando hayan hablado". Nunca vuelven.

(c) Cómo responder con lógica

Agendar a los 3 juntos en una llamada O equiparlo con argumentos concretos (resumen de 1 página, números, ROI).

(d) Pregunta de seguimiento

"¿Te ayudo armando los puntos clave para esa conversación, o nos juntamos los 3?"

Objeción 4 · "Mándame info por WhatsApp / email"

(a) Qué significa REALMENTE

Forma educada de cortar la conversación cómodamente. 90% no lee la info que mandes.

(b) Error típico que comete el vendedor

Mandar PDF de 30 páginas y desaparecer.

(c) Cómo responder con lógica

Condicionar el envío a un compromiso: info específica + reunión de seguimiento ya agendada.

(d) Pregunta de seguimiento

"Te mando lo justo + Loom de 3 min. ¿Lo revisamos jueves a las 10?"

Objeción 5 · "Ya tenemos algo parecido"

(a) Qué significa *REALMENTE*

Tiene solución parcial sin diferenciador, o usa esto como escudo para no escuchar.

(b) Error típico que comete el vendedor

Comparar feature por feature y entrar en discusión técnica.

(c) Cómo responder con lógica

Preguntar resultados actuales ("¿qué te está dando hoy?") + identificar gaps + enmarcar tu solución como complemento o salto cualitativo, no como sustituto.

(d) Pregunta de seguimiento

"¿Qué te gustaría que esa solución hiciera y aún no hace?"

Objeción 6 · "No es el momento"

(a) Qué significa REALMENTE

Falta urgencia o resistencia al cambio. Pueden ser ambas.

(b) Error típico que comete el vendedor

Agendar a "3 meses" sin pacto concreto. Nadie agenda.

(c) Cómo responder con lógica

Cuantificar el costo del retraso + distinguir si el timing es real o es resistencia + cerrar fecha específica con compromiso firmado.

(d) Pregunta de seguimiento

"¿Qué tendría que pasar entre hoy y [fecha] para que Sí lo evaluemos?"

Objeción 7 · "No me genera confianza"

(a) Qué significa REALMENTE

Objeción profunda, suele aparecer disfrazada de evasión técnica.

(b) Error típico que comete el vendedor

Defenderse o sobrevender testimonios genéricos.

(c) Cómo responder con lógica

Pedir que concrete: "¿qué específicamente te genera duda?" + aportar prueba al punto exacto (caso del mismo tamaño/sector, garantía concreta, prueba acotada).

(d) Pregunta de seguimiento

"¿Te ayudaría hablar 10 min con un cliente nuestro de tu industria?"

Objeción 8 · "Yo te aviso" / "Después te llamo"

(a) Qué significa REALMENTE

95% de las veces es "no" disfrazado de cortesía.

(b) Error típico que comete el vendedor

Aceptar y esperar pasivamente.

(c) Cómo responder con lógica

Forzar verbalización: "¿Qué necesitarías ver para decir Sí ahora?" o "¿En qué escala del 1 al 10 estás de avanzar?". Si responde 7+, cerrar; si 6 o menos, descubrir qué falta.

(d) Pregunta de seguimiento

"Si no es ahora, ¿cuándo Sí sería el momento ideal? Agendamos firme para esa fecha."

Cuándo NO seguir respondiendo objeciones

Hay 4 señales que te dicen "para de vender, este lead no es para ti hoy":

- "No vamos a invertir en nada de IA en los próximos 12 meses" — para, agenda follow-up a 6 meses, no presiones.
- "Esto es ilegal/inmoral/no creo en automatización" — agradece el tiempo y despídete profesionalmente.
- El decisor real explícitamente NO quiere hablar con vendedores — respeta, deja info breve por escrito sin presión.
- Detectas que el prospecto NO encaja con tu oferta (multinacional con procurement de 6 meses, start-up sin volumen) — sé honesto: "creo que mi solución no es la mejor para ustedes ahora porque [razón]". Tu reputación se cuida más que la venta.

Regla ética final

Preferir perder un mal cierre que ganar uno que el cliente se va a arrepentir. Un cliente que se siente engañado destruye reputación más rápido que cualquier venta gana ingresos.