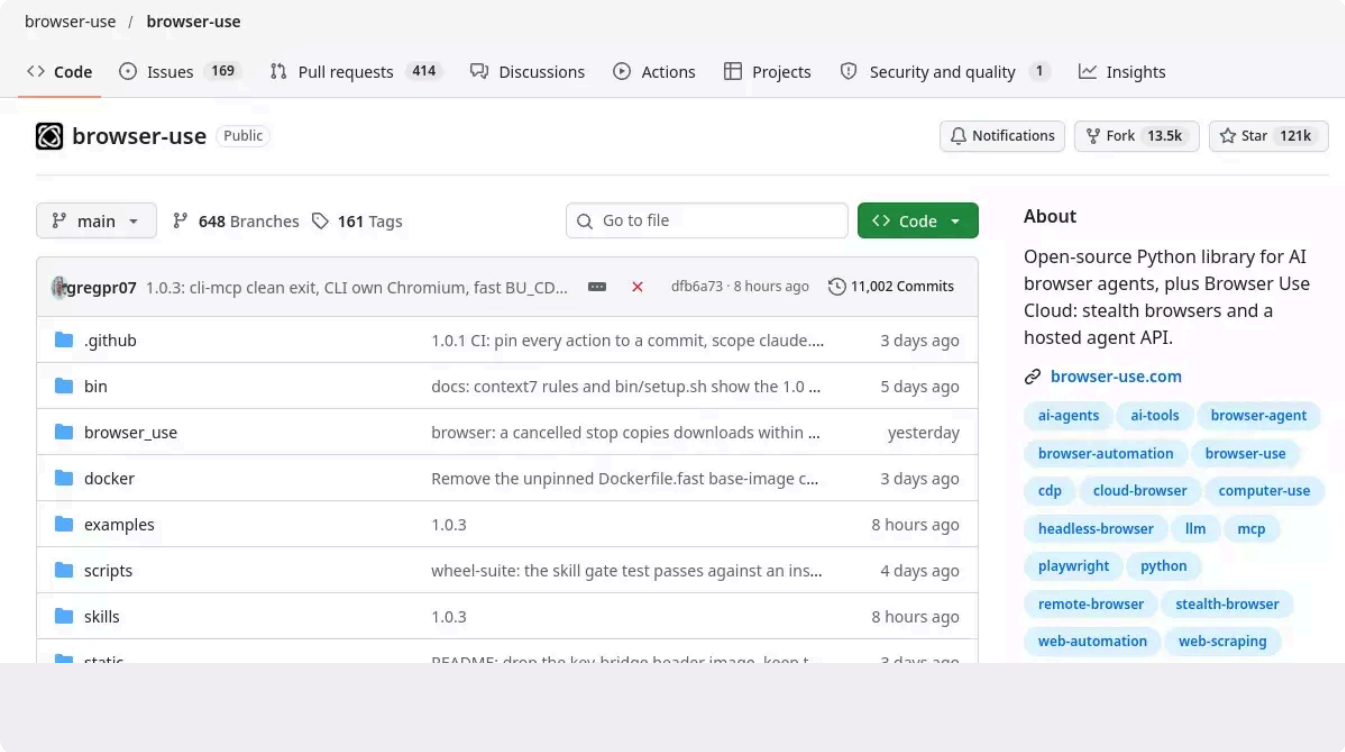
Ventas y marketing | Intermedio | 45 min de trabajo | + 7 días de pruebas

¿Tu negocio contesta? Prueba de cliente fantasma en 7 días

Llena tus propios formularios como si fueras un cliente y cronometra la respuesta con un agente de navegador. La mayoría de las empresas tardan más de un día.



Publicada el 29 de octubre de 2026. Gratis, sin registro y sin correo.

De qué se trata

No hay que adivinar si un negocio pierde consultas: se prueba. Se toman diez formularios de contacto reales, se envían diez consultas idénticas desde una identidad de prueba y se cronometra cuánto tarda cada una en recibir una respuesta humana. La auditoría de Harvard Business Review de 2011 hizo exactamente esto con 2.241 empresas de Estados Unidos: 23% nunca respondió y la respuesta promedio, entre las que sí contestaron, tardó 42 horas. Repetir esa prueba en un negocio concreto se hace en una semana, con Browser Use para no llenar formularios a mano, y el resultado es un número que ningún dueño puede discutir: cuántas consultas pagadas se quedaron sin respuesta.

> Esta prueba envía consultas reales a negocios reales. Usa siempre datos de contacto propios, nunca de terceros, no te hagas pasar por otra persona y no continúes la conversación más allá de la primera respuesta. En el Perú aplica la Ley 29733 de protección de datos personales. Si la prueba es para un cliente que te contrató, pide autorización por escrito antes de empezar y entrega el informe con la metodología declarada.

Qué tendrás al terminar

- ✓ Una tabla con diez consultas, tres marcas de tiempo cada una y captura de respaldo.
- ✓ Tres números: porcentaje sin respuesta humana en 48 horas, mediana y peor caso.
- ✓ El costo en soles de las consultas que se perdieron, con el ticket promedio del negocio.
- ✓ Un informe de una página con el arreglo ordenado por impacto.
- ✓ La misma prueba lista para repetir a los 30 días y demostrar que el arreglo funcionó.

Antes de empezar

Python 3.11 o superior y una clave de un modelo (Browser Use necesita un LLM que decida los clics).

Un correo propio con alias ilimitados (Gmail: tu usuario + prueba1@...) y un número de teléfono tuyo real.

Diez negocios del mismo rubro que ya invierten en captar consultas: anuncios en Google o Meta es la señal más barata de encontrar.

Autorización del dueño del negocio si la prueba es para un cliente que ya te contrató. Si es prospección, lee el paso uno y el aviso legal antes de empezar.

Los pasos

En orden. El tiempo entre paréntesis es lo que te toma a ti; la medición corre sola.

1 **Arma la identidad de prueba y respeta tres reglas** 10 min

Una identidad por negocio: nombre y apellido comunes, un correo tuyo con alias (prueba1@tudominio, prueba2@...), tu teléfono real y una necesidad real. Tres reglas que no se negocian: nunca uses datos de terceros ni te hagas pasar por una persona existente; si te responden, contestas y dices que es una evaluación; y no sigas la

conversación hasta simular una compra. La prueba mide la primera respuesta, no la venta.

2 **Escribe un guion idéntico para las diez** 10 min

Mismo texto, mismos datos, misma pregunta. Tres líneas: qué necesitas, para cuándo y una pregunta concreta de precio o disponibilidad. Por ejemplo: «Hola, necesito cotizar el servicio de [X] para una oficina de ocho personas en [distrito]. ¿Atienden esta semana y cuánto sale?». Cambiar el mensaje entre negocios arruina la comparación: si uno responde rápido y otro no, tiene que ser por ellos, no por tu texto.

3 **Automatiza las diez consultas con Browser Use** 15 min

Browser Use es una biblioteca de Python (licencia MIT, más de 120 mil estrellas en GitHub) que le da a un modelo el control de un navegador: abre la página, encuentra el formulario, lo llena y lo envía. Se instala con pip install browser-use (necesita Python 3.11 o superior) y se le da una tarea en lenguaje natural por cada negocio: «abre esta URL, busca el formulario de contacto, envía estos datos y guarda captura con la hora». Lo que hace que sirva para medir es el registro: por cada envío, la hora exacta, la captura de la pantalla de confirmación y el HTML de la página de gracias, porque ese es el comprobante cuando el negocio dice que nunca recibió nada.

4 **Toma tres marcas de tiempo, no una** 5 min

Por cada consulta anota: hora de envío, hora del acuse automático y hora de la primera respuesta humana (correo escrito por una persona, llamada o WhatsApp con nombre). El acuse automático no cuenta como respuesta: mide otra cosa, la existencia del sistema, y confundirlos es el error más común de estas pruebas. Si el negocio usa un bot que responde de verdad, regístralo aparte y dilo en el informe.

5 **Repite en tres franjas horarias** 2 días

Las diez consultas repartidas: cuatro en horario de oficina, tres después de las 6 de la tarde y tres un sábado o domingo. El hueco casi nunca está en la mañana del martes: está el viernes a las 7 p.m. y el domingo, que es cuando el cliente compara precios. Esa diferencia es la que hace que el informe valga: no es «contestan lento», es «el 70% de las consultas de fin de semana no recibe respuesta hasta el lunes».

6 **Calcula los tres números y el costo** 10 min

Primero, porcentaje sin respuesta humana en 48 horas. Segundo, mediana de tiempo hasta la primera respuesta humana (no el promedio: un caso de 4 días arrastra todo). Tercero, el peor caso. Después el costo: consultas recibidas al mes × porcentaje sin respuesta × tasa de cierre × ticket promedio. Para tener referencia, la auditoría de Harvard Business Review de 2011 encontró que 23% de 2.241 empresas nunca

respondió a una consulta de prueba y que la respuesta promedio entre las que sí contestaron tardó 42 horas. Si el negocio está peor que eso, el número se explica solo.

7 **Entrega el informe con el arreglo y vuelve a medir** 1 h

Una página: la tabla, los tres números, el costo estimado y el arreglo ordenado por impacto (tabla de abajo). El arreglo no es «contratar a alguien»: es alerta instantánea al móvil cuando entra una consulta, acuse automático con dos o tres preguntas de calificación, enrutamiento por tipo de consulta, cobertura mínima fuera de horario con un mensaje que ofrezca agendar, y una secuencia de seguimiento a los tres días. A los 30 días repites las mismas diez consultas, con las mismas franjas, y comparas. Esa segunda medición es el argumento para el programa mensual, porque nadie más en el rubro puede mostrar el antes y el después.

Los cinco arreglos, por impacto

Un ejemplo con tarifa de S/ 60 la hora. Cambia las columnas por tus números: el resto del método es igual.

ARREGLO	QUÉ MUEVE	ESFUERZO	EFECTO ESPERADO
Alerta al móvil cuando entra una consulta	El tiempo hasta que alguien la ve	1 h	Baja la mediana de horas a minutos
Acuse automático con 2-3 preguntas	Que el cliente no se sienta ignorado	2 h	Corta la fuga de quien se va a la competencia
Enrutamiento por tipo de consulta	Que llegue a quien puede responderla	3 h	Menos reenvíos internos
Cobertura mínima fuera de horario	Consultas de noche y fin de semana	1 h	Recupera la franja donde está el hueco
Seguimiento a los 3 días	Consultas que quedaron en visto	1 h	Recupera parte de lo que ya estaba perdido

Errores que se repiten

> **Usar datos de personas reales o hacerte pasar por un cliente existente** Es suplantación y en el Perú cae bajo la Ley 29733 de protección de datos personales; además te deja sin defensa si el negocio se molesta. → Identidad de prueba propia, con tu correo y tu teléfono, y decirlo al entregar el informe.

> **Contar el acuse automático como respuesta** Infla el resultado a favor del negocio y destruye el hallazgo: el problema no es que el sistema conteste, es que nadie atiende. → Tres marcas de tiempo separadas y la respuesta humana como única que cuenta.

> **Medir una sola vez, un martes a las 10 a.m.** Es la hora en que todos contestan; el hallazgo vive fuera del horario de oficina. → Repartir las diez consultas en tres franjas, incluida una de fin de semana.

> **Mandar cincuenta consultas de golpe para «tener más datos»** Saturas a un negocio pequeño, te detectan y el número deja de ser creíble por sesgo de muestra. → Diez consultas por negocio y por ronda; la repetición a los 30 días da la serie.

> **Citar «responder en cinco minutos te hace 21 veces más probable cerrar, según Harvard»** Ese 21x viene de un estudio de 2007 patrocinado por un proveedor de software, no de Harvard. El artículo de HBR de 2011 dice otra cosa: contactar dentro de la hora multiplica por casi siete la probabilidad de calificar al lead. → Usar el dato que existe y se puede defender: 23% nunca respondió y 42 horas de promedio en la auditoría de HBR 2011.

Herramientas que usa esta guía

Cada una tiene su ficha con precio, límites y fecha de verificación.

> **BU Browser Use**
>
> Le da un navegador real al agente: clics, formularios y lectura de páginas.

> **n8n**
>
> Automatiza flujos entre tus apps, con o sin IA, en tu propio servidor.

Preguntas frecuentes

¿Es legal llenar el formulario de otra empresa?

¿Cuántas pruebas necesito para que el número sea creíble?

¿Browser Use es gratis?

¿Sirve si el negocio solo atiende por WhatsApp?

¿Qué ticket promedio necesita el negocio para que esto valga?

¿Puedo vender esto como servicio recurrente?

¿Prefieres que lo hagamos?

La guía te lleva de la mano si tienes la hora. Si no tienes la hora, esto es lo mismo pero hecho por nosotros: una sesión de diagnóstico, el documento con las fugas rankeadas y la implementación de la primera automatización.

Hacer el pre-diagnóstico gratis Ver la sesión de diagnóstico Ver todas las guías

---

DÓNDE SEGUIR

Guía completa: gratis.falconialab.com/guias/prueba-cliente-fantasma-respuesta
Pre-diagnóstico gratis, 9 preguntas y 90 segundos: gratis.falconialab.com/diagnostico
Diagnóstico de 45 minutos con documento: gratis.falconialab.com/consulta