

LÜNNGO

Edición especial · Convención Plan Seguro 2026

Método Lünngo

Coaching de finanzas personales
para la cita ideal

Manuel Maroño

Coach de finanzas personales y agente · Fundador de Lünngo

Un cierre no ocurre en la cita

Al inicio de mi carrera le pedí al asesor que más firmaba en la oficina que me dejara acompañarlo a una cita. Esperaba ver una técnica de cierre sofisticada, una frase mágica, algo extraordinario.

¿Sabes qué pasó? **Nada**. Explicó el contrato, explicó los beneficios y el cliente firmó. Ahí entendí la pregunta correcta:

¿Qué pasó antes de esa cita?

Un cierre es el resultado de un proceso. Si haces bien el trabajo previo, el último paso parece increíblemente sencillo. De esa idea nace el **Método Lünngo**: una forma de asesorar basada en el **coaching de finanzas personales**, donde el cliente y su objetivo están en el centro, y el producto es solo la herramienta para lograrlo.

Lo que encontrarás en esta guía

- Los **4 pilares** de una carrera exitosa.
- La diferencia entre **vender** y **asesorar**.
- El **mapa de la cita** del Método Lünngo, con guiones listos para usar.
- El **semáforo** y las **rutas de asesoría** para saber qué necesita realmente tu cliente.
- Cómo pedir permiso para presentar tu solución **sin sentir que estás vendiendo**.
- Los errores más comunes y un checklist para después de cada cita.

Los 4 pilares de una carrera exitosa

Una carrera en esta industria se trata de estadística: necesitas citas. Pero no cualquier cita. El Método Lünngo cuida los cuatro momentos que llevan a un cliente a firmar.

1

Visibilidad

Que las personas correctas sepan quién eres y qué resuelves.

2

Llamada / contacto

Convertir el interés en una cita agendada.

3

Presentación / cita

Asesorar de verdad: diagnóstico, educación y solución.

4

Cierre

El paso natural cuando todo lo anterior se hizo bien.

Esta guía se enfoca en el **pilar 3**, la cita, que es donde se gana o se pierde la confianza del cliente.

Vendedor vs. coach de finanzas personales

	Vendedor tradicional	Coach de finanzas personales
Empieza por...	El producto	La persona y su objetivo
Habla más...	Él	El cliente: el coach pregunta y escucha
Mide su éxito por...	La venta de hoy	El cliente que cumple su objetivo... y lo recomienda
Si el producto no encaja...	Lo vende de todos modos	Lo dice con honestidad y redirige
Al final de la cita...	Presiona	Pide permiso y presenta una o dos opciones

El mapa de la cita

Cada cita sigue el mismo recorrido. Las dos primeras etapas forman el **Encuadre**, como lo marca el estándar de competencia de coaching de finanzas personales.

0	ENCUADRE Confianza Declaración legal y de confidencialidad. Sin confianza, el cliente no abre su información.
1	ENCUADRE Conocimiento Preguntas para entender su situación, su objetivo y, sobre todo, su porqué.
2	Asesoría Educación según lo que el cliente necesita. Todavía sin hablar de productos.
3	Solución y cierre Con permiso del cliente, una o dos opciones concretas para su objetivo.

Fase 0 · Confianza

Envía tu aviso de privacidad **antes** de la cita y, al arrancar, léelo en voz alta como recordatorio. Aplica también con amigos y referidos: es donde más importa marcar la línea profesional.

"Antes de iniciar, te confirmo que toda la información que compartas hoy, incluyendo tu situación financiera, tus objetivos y tus datos personales, está protegida conforme a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Como respaldo, recibirás en tu correo nuestro aviso de privacidad firmado por mí. Con esto en claro, te invito a que compartas tu información con total confianza."

Fase 1 · Conocimiento

Sin diagnóstico no hay receta. Estas son algunas de las preguntas que usamos, organizadas en cinco bloques.

Bloque	Preguntas de ejemplo
Datos generales	¿Cuál es tu edad? ¿Tienes dependientes económicos? ¿Trabajas como empleado o por tu cuenta?
Protección actual	¿Tienes gastos médicos por tu trabajo? ¿Sabes hasta dónde estás topado? ¿Tienes alguna póliza propia? ¿Qué pasaría con tu cobertura si cambias de trabajo?
Presupuesto	¿Tienes deudas actualmente? ¿Están controladas? ¿Cuánto podrías destinar a protegerte?
Experiencia y el porqué	¿Cuándo fue la última vez que tú o tu familia tuvieron un gasto médico importante? ¿Cómo lo pagaron? ¿Por qué es importante para ti protegerte hoy?
Contexto familiar	¿Tus dependientes tienen su propia cobertura médica?

La pregunta que lo cambia todo

De todas las preguntas, esta es la que más mueve al cliente. Hazla y después **guarda silencio**: el silencio incómodo es donde el cliente realmente reflexiona.

"Si mañana tú o alguien de tu familia tuviera un evento médico grave, ¿con qué lo pagarían?"

Tres hábitos del coach en la Fase 1

- **Escucha activa:** toma notas y regresa a lo que el cliente dijo con sus propias palabras.
- **Preguntas abiertas:** no "¿tienes seguro?", sino "¿cómo te sentirías si tuvieras que pagar una hospitalización mañana?".
- **Parafrasea:** "Entonces, si entendí bien, lo que más te preocupa es... ¿es así?"

El semáforo y las rutas

Al terminar la Fase 1, ordena lo que escuchaste. El semáforo te dice si el cliente está listo o si primero hay que resolver algo, y la ruta te dice qué tienes que enseñarle. La calificación es empírica: se basa en tu criterio, no en un conteo de puntos.



Rojo · Primero ordenamos

Deudas no controladas o sin presupuesto real de ahorro. Antes de invertir fuerte, se libera flujo y se le enseñan las matemáticas detrás de su objetivo.



Amarillo · Avanzamos y sembramos protección

Tiene un objetivo claro, pero hay una brecha: dependientes sin seguro de vida o gastos médicos topados. Se avanza con su objetivo y se siembra la protección.



Verde · Listo para su objetivo

Sin bloqueadores ni brechas relevantes. Directo a la asesoría de su objetivo.

Las rutas según la Fase 1

Ruta	Señal en la Fase 1	Enfoque de la asesoría
1. Default	Objetivo a 5 años o más (casa, negocio, educación de los hijos)	Los 5 mercados financieros y cómo usarlos a favor de objetivos de corto, mediano y largo plazo
2. Deudas	Deudas no controladas o sin presupuesto	Bola de nieve, liberación de flujo y las matemáticas detrás del objetivo
3. Retiro	Su objetivo es el retiro	Diferencia entre Afore y PPR
4. Corto plazo	Objetivo a menos de 5 años	Los 5 mercados y cómo usarlos por plazo, con énfasis en liquidez y flexibilidad
5. Capital sin movimiento	Dinero parado en el banco, probablemente sin objetivo claro	Fondos de inversión. El objetivo se crea con el cliente; si no hay uno claro, es patrimonial
6. Protección (vida / GMM)	Dependientes sin seguro de vida, o gastos médicos topados	Se menciona y se siembra; no se antepone al objetivo principal

La Ruta 2 es roja y la Ruta 6 es amarilla. El objetivo del cliente siempre va primero: la protección se suma a la ruta principal, no la reemplaza.

Fase 2 · Asesoría: primero educamos

En la Fase 2 el cliente aprende algo que no sabía y entiende su situación. Es la parte más valiosa de la cita y la que te distingue de cualquier otro agente.

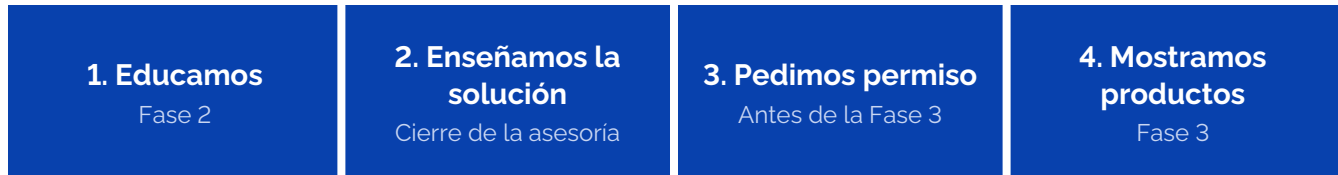
La regla dura

Durante toda la asesoría NUNCA se habla de un producto. Puedes mencionar marcas para ejemplificar, pero no un producto específico. Primero educamos, después enseñamos la solución y, al final, preguntamos si podemos mostrar nuestros productos. Es justo esto lo que hace que el cliente no sienta que le están vendiendo.

Cómo se ve una buena asesoría

- **Usa la información del cliente**, no un discurso genérico: sus topes, su familia, su experiencia.
- **Explica con ejemplos reales** y en lenguaje simple. Si usas un término técnico (deducible, coaseguro), explícalo en una frase.
- **Educa con datos, no con miedo.** El cliente decide mejor informado que asustado.
- **Termina con un plan claro:** qué tiene que hacer el cliente para cerrar su brecha.

El ciclo del Método Lünngo



Fase 3 · Solución y cierre

La transición de la asesoría a la solución es el momento más delicado de la cita. Hazlo en dos pasos.

Paso 1 · Cierra la asesoría

Antes de hablar de cualquier producto, resume lo que el cliente tiene que hacer y marca que la parte educativa terminó.

"Hasta aquí la asesoría. Con base en todo lo que vimos, esto es lo que tienes que hacer: [resumen del plan]."

Paso 2 · Pide permiso

Si el cliente dice que sí, ya no es una venta: es una petición suya.

"Con todo lo que platicamos hoy, ya tengo una idea muy clara de lo que podría funcionarte. ¿Me permites mostrarte una o dos alternativas que se ajustan a tu objetivo? Y si alguna te hace sentido, la vemos a detalle."

Si el cliente duda

"Claro, sin compromiso. Solo te las muestro para que tengas la referencia y lo pienses con números reales en la mano."

Una o dos opciones, nunca más

Más opciones generan más dudas, y más dudas terminan en "déjame pensarlo". Elige la mejor para su objetivo y, si acaso, una alternativa.

Errores comunes y checklist

Error	Cómo evitarlo
Hablar más que el cliente	En la Fase 1, el cliente debe hablar la mayor parte del tiempo.
Vender desde el minuto uno	Ningún producto hasta la Fase 3. Primero se gana el derecho a recomendar.
Vender con miedo	Educa con datos, no asustes. El cliente decide mejor informado que asustado.
Usar lenguaje técnico	Si el cliente no entiende, no confía. Explica como se lo explicarías a un familiar.
No pedir permiso	La pregunta de permiso convierte la venta en una petición del cliente.
Irse sin siguiente paso	Toda cita termina con una solución firmada o, como mínimo, una fecha concreta.

Checklist después de cada cita

- ☐ ¿Envié el aviso de privacidad y abrí con la Fase 0?
- ☐ ¿El cliente habló más que yo?
- ☐ ¿Entendí el porqué de su objetivo, no solo el qué?
- ☐ ¿Le di color al semáforo y elegí su ruta?
- ☐ ¿Evité hablar de productos hasta el final?
- ☐ ¿Cerré la asesoría con un resumen y pedí permiso?
- ☐ ¿Presenté máximo una o dos opciones?
- ☐ ¿Salí con una solución firmada o una fecha de seguimiento?

¿Quieres llevar el Método Lünngo a tu equipo?

Esta guía es una muestra. El Método Lünngo completo incluye las rutas de asesoría, los guiones de cada fase, casos prácticos y acompañamiento para que todo tu equipo asesore con la misma calidad.

Manuel Maroño

Coach de finanzas personales y agente
Fundador y Director General de Lünngo

mmarono@lunngo.mx