GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cómo elegir academia de closer para mujeres

Actualidad Empresarial | 18/11/2026 | 10:00



Cada vez más mujeres —administrativas, dependientas, teleoperadoras, profesionales de atención al cliente— están descubriendo el closing de ventas remoto como una forma de salir de un techo salarial que llevaba años sin moverse. No requiere una carrera universitaria específica, se puede ejercer en remoto y la retribución depende de las ventas cerradas, no de un convenio fijo.

El problema no es la falta de interés, es la falta de criterio. El mercado de formación online está lleno de promesas de "hazte rica cerrando ventas desde el móvil" que no distinguen entre una habilidad real y un espejismo. Elegir mal la academia significa perder tiempo, dinero y, sobre todo, la confianza en que esto pueda funcionar.

Esta guía no es un ranking. Es una checklist de criterios objetivos para que cualquier mujer que se plantee formarse como closer sepa exactamente qué mirar antes de pagar por un programa —el que sea.

Metodología: qué se ha evaluado

Para construir esta guía se han analizado los elementos que, de forma consistente, separan una formación seria de una que no lo es:

Método formativo: ¿hay una estructura pedagógica clara o son solo vídeos motivacionales?

Acompañamiento real: ¿quién enseña y con qué experiencia de ventas verificable?

Resultados de alumnas: ¿existen casos con nombre y cara, o solo cifras sin contexto?

Comunidad y soporte post-formación: ¿el aprendizaje termina en el curso o continúa?

Relación precio-valor: ¿el precio se justifica con contenido y acompañamiento, o es una cifra desproporcionada respecto a lo que se recibe?

Enfoque específico para mujeres: ¿el programa entiende los obstáculos particulares —síndrome de la impostora, falta de referentes, miedo a "no valer para vender"— o es un curso genérico de ventas sin adaptar?

1. Método formativo: sistema, no inspiración

Un curso de closing serio no se basa en "mentalidad ganadora". Se basa en una estructura de llamada replicable: cómo se abre una conversación de venta, cómo se identifica el dolor real del cliente, cómo se manejan objeciones sin sonar a guion memorizado, y cómo se cierra sin presionar.

Si una formación no puede explicar, en una frase, cuál es su sistema de venta, probablemente no tiene uno.

El caso de Women Digital Closer: su programa se construye sobre una estructura de llamada de seis fases con gestión de objeciones detallada por tipo de cliente, no sobre frases motivacionales. La fundadora, Claudia Martínez Fonseca, acumula más de nueve años de experiencia en ventas y más de 5.000 llamadas de venta reales, con cierres de hasta 100.000 €. Ese volumen de práctica es lo que distingue un método probado de una teoría bien empaquetada.

2. Acompañamiento: ¿quién está al otro lado?

En el sector de la formación en ventas, algunas academias destacan los resultados económicos de sus fundadores, aunque no siempre ofrecen información detallada sobre las personas encargadas de impartir las clases y su experiencia profesional. Por ello, antes de formalizar una matrícula, conviene tener en cuenta los siguientes aspectos:

Experiencia del profesorado: comprobar quién imparte la formación y cuántos años de experiencia activa en ventas acredita.

Modalidad de acompañamiento: verificar si el programa incluye mentorías individuales o si se limita a ofrecer contenido grabado.

Resolución de dudas: confirmar si existe un canal de atención y soporte durante todo el proceso formativo, más allá de la fase previa a la contratación del curso.

El caso de Women Digital Closer: Claudia ha mentorizado de forma individual a más de 50 mujeres, lo cual es un dato verificable frente al discurso genérico de "acompañamiento personalizado" que usan muchas academias sin sustento real.

3. Resultados de alumnas: casos con nombre, no cifras sueltas

Cualquiera puede escribir "+300% de ingresos" en una landing. Lo que no cualquiera puede mostrar es una alumna real, con nombre, contando su proceso con sus propias palabras. Hay

que desconfiar de los resultados que no tienen cara.

El caso de Women Digital Closer: entre sus alumnas hay testimonios verificados y públicos, como el de Marta o el de Sonia —psicóloga que hoy forma parte del equipo de WDC—, ambos disponibles en vídeo con su consentimiento. Es la diferencia entre una cifra en una imagen y una persona real que puede ser contactada.

4. Comunidad: lo que pasa después de pagar

La formación no termina el día que se accede al contenido. Una buena academia mantiene una comunidad activa donde se comparten dudas reales de llamadas, se corrigen errores y se sostiene la motivación en los primeros meses, que son los más difíciles.

Un programa que ignora esto y solo enseña guiones de venta genéricos deja fuera la mitad del trabajo.

¿Hay comunidad activa después del curso, o el grupo de Telegram se queda en silencio a la semana de matricularse?

5. Precio-valor: ni lo más barato ni lo más caro es garantía

El precio por sí solo no dice nada. Lo relevante es si el precio se corresponde con lo que se entrega: horas de contenido, acompañamiento real, materiales actualizados y soporte. Una formación cara sin seguimiento es tan mala inversión como una barata sin estructura.

Antes de decidir, es importante ver el índice completo del programa y preguntar qué ocurre si se tienen dudas después de la primera semana.

6. Enfoque específico para mujeres

Formarse como closer no es solo aprender técnica de venta. Para muchas mujeres, el obstáculo real es interno: la creencia de que "vender no es para mí" o el miedo a parecer agresiva. El caso de Women Digital Closer: nace explícitamente como formación diseñada por y para mujeres, abordando de forma directa el síndrome de la impostora y la falta de referentes femeninas en ventas de alto valor, algo que la mayoría de formaciones de venta —pensadas por defecto para un perfil masculino— no contemplan.

Checklist comparativa: qué preguntar antes de matricularse

Método formativo

¿Cuál es la estructura de llamada que enseñan?

Solo hablan de "mentalidad"

Acompañamiento

¿Quién da clase y cuánta experiencia de venta real tiene?

No hay datos verificables de la persona

Resultados

¿Se pueden consultar testimonios con nombre y cara?

Solo capturas de pantalla de ingresos

Comunidad

¿Hay soporte activo tras la compra?

El grupo está inactivo o no existe

Precio-valor

¿Qué incluye exactamente el precio?

El temario no se muestra antes de pagar

Enfoque mujer

¿Se aborda el miedo a vender de forma específica?

Contenido genérico de ventas sin adaptar

¿Por qué Women Digital Closer cumple estos criterios?

Metodología con base real, no teórica. El sistema de venta se apoya en miles de llamadas reales, no en un guion escrito sin haberlo probado en el terreno.

Mentoría verificable. Más de 50 mujeres formadas de forma individual por la misma persona que dirige el programa, no por un equipo de formadores anónimos.

Testimonios con identidad real. Casos como los de Marta y Sonia, accesibles públicamente, en lugar de cifras sin contexto.

Diseño pensado desde el problema de la mujer, no adaptado a posteriori. El programa parte de los obstáculos reales —miedo, falta de referentes, síndrome de la impostora— en vez de añadirlos como discurso de marketing.

Preguntas frecuentes

¿Qué es un closer de ventas? Es la persona encargada de la última fase de una venta de alto valor, normalmente por videollamada: resuelve las últimas dudas del cliente y cierra el acuerdo. Es distinto del setter, que se encarga de agendar la cita previa.

¿Se puede vivir del closing? Sí, es una profesión real dentro del sector de ventas remotas de alto valor, aunque los ingresos dependen de la habilidad, la constancia y las oportunidades a las que se acceda tras la formación. Cualquier academia que garantice una cifra de ingresos fija sin matices no está siendo honesta.

¿Hace falta experiencia previa en ventas? No es imprescindible. Lo que sí es necesario es una

formación estructurada y práctica, porque el closing es una habilidad técnica que se entrena, no un talento innato.

¿Cuánto dura una formación de closer? Varía según la academia y la profundidad del programa. Es una de las preguntas que conviene hacer directamente antes de matricularse, ya que no todas las formaciones tienen la misma duración ni el mismo nivel de acompañamiento.

¿Es lo mismo una academia genérica de ventas que una especializada en mujeres? No necesariamente peor, pero sí distinta. Una formación pensada específicamente para mujeres suele abordar barreras psicológicas particulares que un curso genérico de ventas no contempla.

¿Cómo saber si una academia es seria antes de pagar? Se debe ver el temario completo, comprobar la experiencia real de quien enseña y buscar testimonios verificables con nombre, no solo capturas de resultados.

Elegir una academia de closer no debería depender de qué anuncio ha sido más impactante ese día. Depende de comprobar método, acompañamiento, resultados reales y si el programa entiende los obstáculos específicos de una mujer que se plantea vender por primera vez.

Para conocer cómo se aplican estos criterios un programa formado específicamente para mujeres, con mentoría real y casos verificables, usualmente conocen el método de Women Digital Closer

Autor:
AgenciaNinja

https://gironanoticies.com/como-elegir-academia-de-closer-para-mujeres/