



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE POLÍTICA DIGITAL
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

OFICINA
Acelera
pyme

CEOE
Ávila

Convierte tu WhatsApp en un canal de venta



Ponente: Javier Sarabia

Índice



01. Adaptación al cambio como impulsor de negocio

02. WhatsApp Messenger vs WhatsApp Business: un asunto legal

03. Guía de uso y utilidades de WhatsApp Business

04. Casos de éxito en PYMES en España

Anexo I ¿Qué es un CRM y cómo es de necesario en un negocio?

Anexo II La IA ha venido a quedarse. Pero en su sitio.

01. Adaptación al cambio como impulsor de negocio



El **29%** de las compañías en España han **aumentado sus beneficios** con la inversión en inteligencia artificial y automatización, tres puntos más que a nivel global (KPMG Global Tech Report)

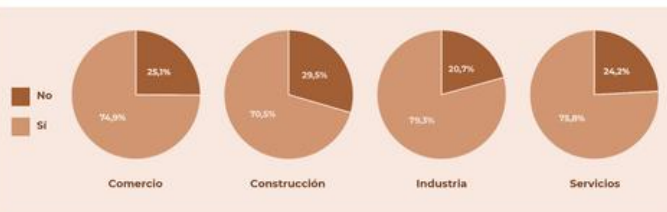


España lidera en sostenibilidad, servicios públicos y conectividad, según el 'Estudio Advice de éxito empresarial'. La transformación digital será una palanca esencial de crecimiento en 2025 (Cinco Días)



Se identifica la **digitalización** y la adopción de **nuevas tecnologías** como el factor más relevante para **potenciar** el **modelo** de **negocio**. Las empresas que han acometido transformaciones valoran como ámbitos clave, por encima de todo, la utilización de nuevas herramientas tecnológicas (4,12 sobre 5), la innovación para adaptarse a nuevas preferencias de los consumidores (3,90) y la gestión del talento (3,62) (Observatorio de la Cámara de Comercio de España)

Necesidad de la empresa de emprender un proceso de transformación en los últimos diez años*, por sector (%)

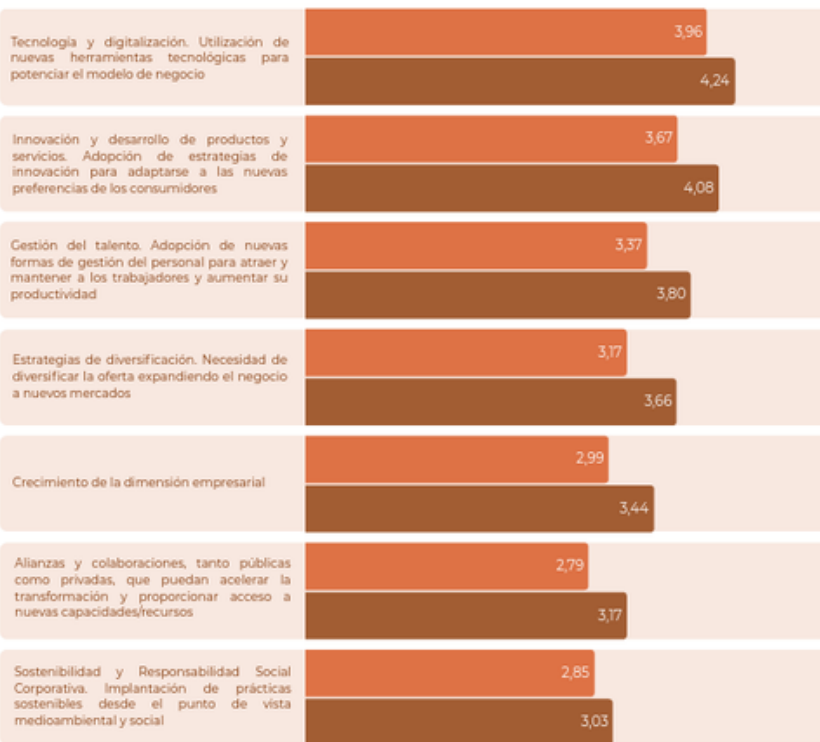


* En caso de que la empresa tenga menos de 10 años, se considera el periodo desde su constitución.
Fuente: Cámara de España

Valoración de la relevancia de los ámbitos de transformación entre las empresas que sí emprendieron el cambio, según la intensidad del proceso (valor medio, donde 1 es poco importante y 5 muy importante)

■ Sí. Aunque solo en ciertos aspectos.

■ Sí. Ha sido absolutamente necesario.



Fuente: Cámara de España



¿Cuáles son los problemas más habituales en el sistema empresarial de Ávila?

¿Cuáles de ellos podrían tener solución gracias a recursos tecnológicos?

Y esos recursos tecnológicos...¿son siempre accesibles para mi empresa?

02. WhatsApp Messenger vs WhatsApp Business: un asunto legal

Tanto **INCIBE** como la **AEPD** indican la **OBLIGACIÓN** de uso de WhatsApp Business (y no del Messenger) para uso empresarial

- Cuando usas WhatsApp para hablar con clientes, estás tratando **datos personales**. Eso está regulado por ley ([RGPD](#), LOPDGDD y LSSI).
- **Necesitas** su **consentimiento** para ese canal. No vale que sean clientes tuyos desde hace años.
- **Sin consentimiento, riesgo de SANCIÓN**



Por qué **Business** y no el WhatsApp **personal**

WhatsApp personal	WhatsApp Business
✗ Sin acuerdo legal con Meta (no hay DPA del art. 28 RGPD)	✓ Acuerdo de encargado del tratamiento incluido al aceptar los términos Business
✗ Los datos del cliente están en el móvil personal del empleado, fuera del control de la empresa	✓ Perfil de empresa separado. Dispositivo controlable por la empresa.
✗ Sin herramientas para informar al cliente (obligación art. 13 RGPD)	✓ El mensaje de bienvenida automático cumple la obligación de información
✗ Desaconsejado explícitamente por INCIBE y AEPD para uso empresarial	✓ Recomendado por organismos reguladores para comunicaciones comerciales
✗ Si el empleado se va, se lleva los datos de tus clientes	✓ La empresa retiene el control del número y el historial

Cómo obtener la conformidad del cliente

01. Añadir una casilla específica en el formulario de contacto o en la web con texto:

'Acepto recibir comunicaciones por WhatsApp'.

02. Configurar el mensaje de bienvenida de WhatsApp Business con la información básica del RGPD.

Guardar siempre **evidencia** de la **aceptación**.

EJEMPLO DE MENSAJE DE BIENVENIDA

«Bienvenido/a a [Nombre del negocio]. Para poder atenderte por este canal, te informamos de que tus datos (nombre y teléfono) serán tratados por [Nombre o razón social], con la finalidad de gestionar tus consultas. Puedes ejercer tus derechos de acceso, rectificación o supresión escribiéndonos a [email]. Más información en nuestra política de privacidad: [enlace o "disponible a petición"]. Al continuar la conversación, aceptas recibir comunicaciones por este canal.»

03. Guía de uso y utilidades de WhatsApp Business

¿Cómo configurar WhatsApp Business y WhatsApp en el mismo teléfono?



Teléfono con doble SIM

Permite el uso simultáneo de dos números de teléfono, uno para WhatsApp y otro para WhatsApp Business.



Número de teléfono fijo

Utiliza un número fijo para la verificación de WhatsApp Business, manteniendo el número móvil para WhatsApp.



Teléfono viejo

Utiliza un teléfono viejo para recibir el código de verificación para WhatsApp Business.



Domina WhatsApp Business: Potencia las Ventas de tu Negocio

Configuración del Perfil Profesional



Identidad de Marca Coherente
Configura nombre, logo y categoría para generar confianza y evitar que los clientes se retiren.

Disponibilidad y Enlaces Directos
Define horarios de atención y vincula tu tienda en línea y redes sociales.

Descarga la versión correcta
Asegúrate de usar la aplicación con el logo de la "B" para acceder a funciones comerciales.

Relevancia de Plataformas
(Uso Mensual Promedio)

Plataforma	Uso Mensual Promedio
Facebook	[Barra de longitud media]
YouTube	[Barra de longitud media]
WhatsApp	17 Horas

Tercera Red Social

Herramientas de Automatización y Ventas



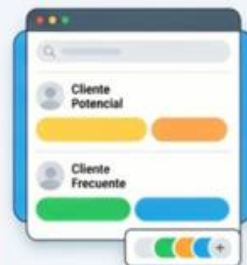
Catálogo Digital Interactivo

Sube productos con precio y enlace de compra para **reducir el tiempo de cierre de ventas**.



Mensajería Inteligente

Configura mensajes de bienvenida, ausencia y respuestas rápidas mediante comandos para **ahorrar tiempo**.



Segmentación con Etiquetas

Organiza a tus prospectos y clientes utilizando hasta **20 etiquetas personalizadas** para un seguimiento eficiente.



P a s o	Qué hacer	Por qué importa
1	Descarga 'WhatsApp Business' — es una app separada de la normal	Sin esta app no hay perfil de empresa, ni catálogo, ni mensajes automáticos
2	Perfil completo: logo o foto real, nombre del negocio, descripción, horario, dirección y web	Un perfil completo genera 3 veces más confianza que uno sin foto o descripción
3	Categoría correcta del negocio (aparece en búsquedas)	Los clientes pueden encontrarte por categoría en WhatsApp
4	Mensaje de bienvenida personalizado — incluye el nombre del negocio	Primer contacto automático. Cumple además con la obligación de informar del RGPD (CONSENTIMIENTO)
5	Mensaje de ausencia con horario real del negocio	El cliente sabe cuándo le responderás. Elimina la ansiedad de espera
6	5 respuestas rápidas para las preguntas más frecuentes	Atajo /precio, /horario, /reserva, /ubicacion, /carta. Ahorra 30 min/día mínimo
7	Catálogo con foto real, descripción y precio de cada producto o servicio	El cliente puede ver tu oferta completa sin llamar ni venir al local

LISTAS DE DIFUSIÓN

ETIQUETAS

- Etiquetas sugeridas para cualquier negocio:

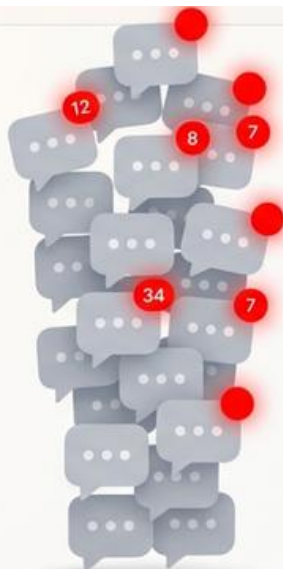
1. Nuevo contacto ·
2. Presupuesto enviado ·
3. Cliente activo ·
4. Pendiente de respuesta ·
5. Cliente VIP ·
6. Postventa

- Permiten enviar un mensaje a 256 contactos de forma simultánea.
- Nadie ve que hay más destinatarios.
- Usos reales: menú del día, novedad en tienda, oferta de temporada, recordatorio de cita, aviso de cierre por vacaciones.

[Listas de difusión](#)

[Etiquetas](#)





⚠️ Saturación de Bandeja de Entrada

ALERTA

El costo invisible de la desorganización

Más de 100 millones de mensajes se envían diariamente en WhatsApp. Sin un sistema de clasificación, cada chat es una venta en riesgo.

56%

ESTADÍSTICA CLAVE

de los usuarios abandona una compra si la empresa tarda demasiado en responder.



RIESGO

La pérdida de seguimiento post-venta destruye la fidelización y el valor a largo plazo del cliente.

IDEA CENTRAL

Tu bandeja de entrada no es solo una herramienta de chat; es **tu embudo de ventas**. Necesitas convertirla en un sistema visual.

La primera línea de defensa: Etiquetas Nativas

WhatsApp Business incluye un sistema de categorización por colores diseñado para organizar chats y encontrar conversaciones al instante.

Codificación Visual: Asigna un color único para escanear prioridades en milisegundos.

Nomenclatura Personalizada: Adapta los nombres a tu propio proceso operativo.

Pedido Finalizado

Límite del Sistema:
Capacidad nativa máxima de 20 etiquetas por cuenta.

Nuevo cliente

Nuevo pedido

Pago pendiente

Pagado

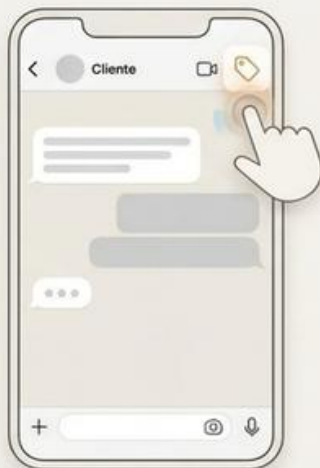
Pedido finalizado

Cómo estructurar tu centro de mando



1. Crear (Herramientas)

Ve a Herramientas > Etiquetas.
Selecciona Añadir etiqueta nueva.
Nombra y elige un color.



2. Asignar (El Chat)

Mantén presionado un chat (o varios).
Toca el ícono de etiqueta en la parte superior y selecciona la categoría.



3. Administrar (Filtros)

Toca la foto de perfil de un cliente o usa el buscador general para ver todo el contenido agrupado bajo una misma etiqueta.

Blueprint de Estrategias de Clasificación

Por Estado del Pedido

Control de logística y expectativas del cliente.

Pedido Pendiente

En Proceso

Enviado

Entregado

Por Perfil de Cliente

Segmentación para trato exclusivo y comunicación interna.

Cliente VIP

Cliente Nuevo

Equipo Interno

Socio Comercial

Para Impulso de Ventas

Recuperación de ingresos y campañas de marketing.

Interesado

Carrito Abandonado

Promo Activa

Etiquetado Multidimensional

Un cliente no es unidimensional. Aplicar múltiples etiquetas al mismo chat permite una segmentación hiperprecisa sin duplicar contactos.

En la aplicación, las etiquetas aparecerán apiladas visualmente.



Resultado: María recibe un trato VIP, se le recuerda su carrito, y el equipo sabe que requiere atención inmediata.

Transformando Chats en un Embudo de Ventas



Key Insight: Las etiquetas transforman tu WhatsApp de un simple registro histórico a un motor proactivo de ventas.

Los mensajes enviados por **WhatsApp Business** tienen una **tasa de apertura del 99%**. El **email** tiene una tasa media del **21%**.

Cuando mandas un mensaje por WhatsApp, prácticamente todos los destinatarios lo leen.
Ningún otro canal tiene esa penetración.



04. Casos de éxito en PYMES en España

Caso 1 – **Restaurante familiar** (Segovia) · Sector hostelería

El problema:

Propietaria de un restaurante con 40 cubiertos. Dedicaba entre 45 minutos y 1 hora diaria a contestar WhatsApps con preguntas sobre el menú, el horario y las reservas. Los fines de semana recibía hasta 60 mensajes. Los lunes por la mañana llegaba al restaurante ya agotada de los mensajes del domingo.

La solución y el resultado:

Configuró WhatsApp Business con: mensaje de bienvenida con horarios, respuestas rápidas para precio menú/reservas/carta, lista de difusión de lunes a viernes con el menú del día (enviada a las 9h) y catálogo con fotos del restaurante y precios. Resultado en 6 semanas: tiempo de respuesta manual reducido en un 70%. Las reservas por WhatsApp aumentaron un 35% porque el proceso era más rápido y los clientes recibían confirmación instantánea. En palabras de la propietaria: 'Por primera vez en años llego al lunes sin mensajes pendientes del fin de semana'.

Casos representativos basados en situaciones reales del sector



Caso 2 — **Fisioterapeuta autónoma** (Valladolid) · Sector salud

El problema:

Fisioterapeuta con consulta propia, trabajando sola. El 30% de sus citas no se presentaban sin avisar, perdiendo entre 3 y 4 sesiones semanales. Intentó llamar a los pacientes el día antes, pero no siempre podía. Estaba perdiendo entre 150 y 200 euros semanales en no-shows.

La solución y el resultado:

Creó una lista de difusión con todos los pacientes con cita al día siguiente. Cada tarde a las 18h enviaba: 'Hola [nombre], te recuerdo tu cita de mañana [día] a las [hora]. Si no puedes venir, avísame antes de las 21h para darte otra persona. ¡Hasta mañana!' Resultado: los no-shows bajaron del 30% al 6% en 8 semanas. Recuperó entre 8 y 10 sesiones extra al mes. El ahorro estimado: más de 600 euros mensuales. Inversión: 0 euros.



Casos representativos basados en situaciones reales del sector

Caso 3 — **Tienda de ropa** local (Salamanca) · Sector comercio

El problema:

Tienda familiar de moda, segunda generación. Competían con Zara, Mango y el comercio online. No podían competir en precio, pero sí en servicio personalizado. El problema: los clientes entraban una vez, compraban, y no volvían hasta meses después. Sin fidelización activa.

La solución y el resultado:

Crearon tres listas de difusión por segmento de clientela: clientas habituales (>3 compras/año), clientas ocasionales y clientas inactivas (sin compra en 6 meses). Cada lista recibía mensajes distintos: las habituales, novedades exclusivas antes de que llegaran a tienda. Las ocasionales, ofertas especiales. Las inactivas, un mensaje de reactivación: 'Te echamos de menos. Esta semana, 15% de descuento solo para ti.' Resultado a 3 meses: 40% de las inactivas reactivadas. Las habituales aumentaron su frecuencia de visita de 1,8 a 2,6 veces por trimestre. Facturación mensual: +22%.



Anexo I ¿Qué es un CRM y cómo es de necesario en un negocio?

CRM son las siglas de **Customer Relationship Management**, que en español significa gestión de la relación con el cliente.

Lo importante es qué resuelve:

- que ningún cliente se pierda,
- que ningún seguimiento se olvide y
- que no dependas de tu memoria para llevar el negocio.



HubSpot Free — alta en 10 minutos, gratis para siempre

Función	Para qué sirve en un negocio como el tuyo
Ficha de cliente completa	Todo el historial en un clic: qué compró, cuándo, qué problemas tuvo, cuándo hay que <u>contactarle</u> .
Tareas con recordatorio	Crea un aviso: 'Llamar a María el lunes para saber si la instalación fue bien'. El <u>CRM</u> te avisa.
<u>Pipeline</u> de ventas	Visualiza todos tus presupuestos abiertos de un vistazo. ¿Cuántos llevan más de 2 semanas sin respuesta?
Seguimiento de <u>emails</u>	Sabes cuándo el cliente abre tu presupuesto. Ese es el momento exacto para llamar.
Formularios de captación	Un formulario en tu web que crea el contacto en el <u>CRM</u> automáticamente, sin que tengas que apuntarlo tú.
Gratis para siempre	Plan <u>Free</u> : hasta 1.000.000 de contactos, <u>pipeline</u> de ventas, tareas, <u>email</u> básico. Sin tarjeta de crédito.

Conexión WhatsApp + CRM:

Con la integración gratuita de WhatsApp Business API y HubSpot, cada vez que un cliente te escribe por WhatsApp y tú le das una etiqueta, ese contacto se puede sincronizar con el CRM. Tienes toda la historia del cliente en un solo lugar: sus mensajes de WhatsApp, sus emails, sus compras y tus notas del equipo.

Es necesario contratar un BSP (proveedor-puente autorizado)



El Techo de Cristal de WhatsApp Nativo

A medida que tu volumen de interacciones crece, las herramientas nativas revelan fricciones operativas insalvables para un equipo comercial.



Límite Estricto

Solo puedes crear 20 etiquetas en total. Insuficiente para catálogos amplios o múltiples agentes.

Difusión Manual

Los mensajes masivos requieren crear listas de difusión seleccionando contactos uno por uno (máximo 256).

Visibilidad Plana

Los chats siguen en una lista vertical; no hay una vista panorámica del estado de las ventas ni asignación automática a tu equipo.

Matriz de Diagnóstico: Nativo vs. CRM

WhatsApp Nativo		WhatsApp + Leadsales CRM
Máximo 20 Máximo 20. 	Límite de Etiquetas	Ilimitadas Ilimitadas, organizadas por estrategias. 
Lista. Flujo Lista vertical plana. 	Vista del Flujo	Tableros Kanban Tableros Kanban interactivos (arrastrar y soltar). 
WhatsApp Solo mensajes de WhatsApp. 	Centralización	Unifica WhatsApp Unifica WhatsApp, Facebook e Instagram en una sola bandeja. 
Restricciones Restricciones de dispositivos vinculados. 	Equipo	Multi-agente Multi-agente simultáneo con asignación automática de chats. 
Creación manual Creación manual de listas. 	Difusión	Automatización Automatización y segmentación avanzada. 

Anexo II La IA ha venido a quedarse. Pero en su sitio.

La **IA** puede **transformar** tu **negocio**, pero antes de elegir una herramienta necesitas tener claro qué **problema concreto** quieres resolver:

sin un **punto** de **partida** y un **objetivo** definido, la mejor **tecnología** del mundo **no sirve de nada**



Aplicaciones concretas de IA por etapa de relación con el cliente

Etapa	Problema real	Herramienta IA	Resultado esperado
CAPTACIÓN	El cliente visita la web fuera de horario y no encuentra lo que busca	Tidio o Landbot — chatbot web gratuito	Capta el nombre y el email del visitante aunque seas las 2 de la madrugada
PRIMER CONTACTO	Se tarda demasiado en responder presupuestos y consultas iniciales	ChatGPT o Claude para redactar respuestas	De 30 min a 5 min por email. El tono sigue siendo tuyo.
SEGUIMIENTO	Los presupuestos enviados se olvidan si el cliente no responde	HubSpot Free + secuencia automática	3 emails de seguimiento automáticos si no hay respuesta en 3 días
POSTVENTA	No hay contacto con el cliente tras la compra o el servicio	WhatsApp Business lista de difusión	Mensaje automático 48h después: ¿cómo fue todo? ¿Nos dejas una reseña?
FIDELIZACIÓN	El cliente no vuelve porque nadie le ha recordado que existís	CRM con recordatorio de contacto periódico	Tarea automática: 'Contactar a este cliente — lleva 3 meses sin comprar'
RECLAMACIONES	Las quejas por WhatsApp se mezclan con otras conversaciones	Etiquetas + respuesta rápida	Flujo específico: etiqueta 'Incidencia', respuesta rápida de acuse y plazo



Encuesta de Satisfacción



