



INFORME ESTRATÉGICO · 02

Automatización comercial con IA

Qué partes de tu proceso de venta puedes automatizar hoy, cuáles conviene dejar en manos humanas y en qué orden hacerlo para no romper nada.

01 Dónde está de verdad la IA en España

02 Qué automatizar y qué no

03 La regla de los cinco minutos

04 Cualificación automática

05 Los cinco agentes que funcionan

06 Hoja de ruta a 90 días

Una advertencia honesta

La automatización comercial no arregla un proceso roto. Lo acelera. Si hoy tu seguimiento es caótico, automatizarlo te dará caos más rápido y a mayor escala.

Este informe parte de una premisa incómoda: **antes de automatizar hay que tener un proceso**. Aunque sea sencillo, aunque quepa en una hoja. Si no existe, el primer capítulo de tu proyecto de IA no es tecnológico, es de ordenar la casa.

01 Dónde está de verdad la IA en las empresas españolas

02 Qué automatizar y qué dejar en manos humanas

03 La regla de los cinco minutos

04 Cualificación automática: cómo puntuar un lead

05 Los cinco agentes que sí funcionan

06 Seguimiento automático que no suena a robot

07 Los seis errores más caros

08 Hoja de ruta a 90 días

Dónde está de verdad la IA

Fuera del ruido, los datos oficiales dibujan un panorama muy distinto al que sugieren los titulares.

21,1 %

de las empresas españolas de 10 o más empleados utilizaba inteligencia artificial en el primer trimestre de 2025. Casi el doble que en 2023, cuando la cifra era del 12,4 %.

Fuente: INE, Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas (datos definitivos, octubre de 2025).

20,0 %

es la media de la Unión Europea en el mismo indicador, frente al 13,5 % del año anterior. España está ligeramente por encima de la media europea.

Fuente: Eurostat, 2025.

Cómo leer estos números

Dos conclusiones prácticas. La primera: **ocho de cada diez empresas todavía no usan IA**, así que hacerlo bien sigue siendo una ventaja competitiva y no una obligación para no quedarse atrás. La segunda: el crecimiento es muy rápido, de modo que esa ventana se está cerrando.

El matiz que casi nadie cuenta

La mayoría de las empresas que declaran «usar IA» la aplican a tareas administrativas internas —redactar textos, resumir documentos, transcribir— no al proceso comercial. La automatización de captación, cualificación y seguimiento sigue siendo territorio poco ocupado.

Qué automatizar y qué no

La regla es sencilla: automatiza lo repetitivo y lo que un humano hace peor por cansancio. Deja en manos humanas todo lo que exige criterio, contexto o confianza.

Tarea	¿Automatizar?	Por qué
Leer y clasificar consultas entrantes	Sí	Repetitivo, con reglas claras, 24 horas al día
Puntuar y priorizar leads	Sí	Criterio objetivable y consistente
Primera respuesta y acuse de recibo	Sí	La velocidad importa más que la elaboración
Recordatorios de seguimiento	Sí	Es exactamente lo que un humano olvida
Actualizar el estado del pipeline	Sí	Trabajo administrativo puro
Resumir el histórico de una cuenta	Sí	Lectura y síntesis, sin decisión
Redactar borradores de seguimiento	Parcial	Borrador automático, revisión humana
Preparar propuestas técnicas	Parcial	La estructura sí, los criterios no
Llamada de descubrimiento	No	Exige escucha, matiz y confianza
Negociar precio y condiciones	No	Juicio comercial y relación
Decidir si una operación se descarta	No	Consecuencias reales sobre el negocio
Gestionar un cliente descontento	No	Automatizar aquí destruye la relación

El criterio de fondo

Si equivocarse tiene consecuencias graves y difíciles de revertir, decide una persona. Si el error es barato y corregible, automatiza. **La IA filtra y prepara; el humano decide y cierra.**

La regla de los cinco minutos

Es el dato más contundente de toda la venta B2B, tiene casi veinte años y la mayoría de empresas sigue sin aplicarlo.

21 veces

más probabilidades de cualificar un lead si se contacta dentro de los **primeros cinco minutos** frente a hacerlo pasados treinta. El estudio analizó más de 15.000 leads.

Fuente: estudio Lead Response Management (Dr. James Oldroyd, MIT / InsideSales.com).

42 horas

era el tiempo medio de respuesta en una auditoría sobre 2.241 empresas. Además, un **23 % no respondió nunca** a la consulta.

Fuente: Harvard Business Review, auditoría de tiempos de respuesta (2011).

Por qué funcionan los cinco minutos

No es magia: es contexto. En los primeros minutos tras rellenar un formulario, la persona sigue mentalmente dentro del problema que la empujó a escribir. Tiene la pestaña abierta y las opciones frescas. Media hora después ha vuelto a su trabajo, y tu llamada pasa de ser oportuna a ser una interrupción.

Un aviso sobre este dato

El estudio original es de 2007 y su contexto era en buena medida el mercado estadounidense. La magnitud exacta puede variar en industria española con ciclos largos. La dirección, sin embargo, se ha confirmado de forma consistente: **responder antes gana operaciones**. Úsalo como principio, no como promesa numérica.

Cómo se implementa en la práctica

1. La IA detecta la consulta en cuanto entra, a cualquier hora.
2. La clasifica y decide si es prioritaria.
3. Envía una respuesta útil e inmediata, no un «hemos recibido su mensaje».
4. Si supera el umbral, avisa al comercial correcto por el canal que use de verdad.
5. Si nadie ha contactado en X minutos, escala.

Cualificación automática

Puntuar leads suena a tecnicismo. En realidad es escribir en una tabla lo que tu mejor comercial ya hace en su cabeza.

Construye tu tabla de puntuación

Empieza por revisar tus últimas veinte operaciones ganadas y tus últimas veinte pérdidas. Busca qué tenían en común las buenas. Eso, y no una plantilla genérica, es tu modelo.

Criterio	Señal fuerte	Peso orientativo
Sector	Coincide con tus tres sectores principales	25 %
Tamaño	Dentro del rango donde tu solución encaja	15 %
Concreción técnica	Menciona aplicación, volumen o norma	25 %
Plazo	Hay fecha, obra o normativa que empuja	20 %
Rol	Perfil técnico o de compras con capacidad	15 %

Pesos de partida. Ajústalos con tus propios datos tras los primeros tres meses.

Tres tramos, tres tratamientos

A

Prioritario

Aviso inmediato al comercial y contacto en minutos. Es la operación que no se puede perder.

B

Nutrir

Encaja, pero aún no es el momento. Entra en seguimiento automático de valor durante meses.

C

Archivar

No encaja. Respuesta cortés y automática, y fuera del pipeline. Cero minutos de tu equipo.

Revisa el modelo, no lo dejes solo

Cada trimestre, coge las operaciones ganadas y comprueba qué puntuación les había dado el sistema. Si ganaste operaciones que el modelo puntuó bajo, **el modelo está mal, no el cliente.**

Los cinco agentes que funcionan

De todo lo que se puede montar, estos cinco son los que devuelven la inversión antes en una empresa B2B de tamaño medio.

01 **Agente de recepción**

Lee cada consulta entrante —formulario, correo o WhatsApp—, extrae los datos clave, la clasifica y la registra. Elimina la transcripción manual y unifica el criterio.

02 **Agente de cualificación**

Aplica la tabla de puntuación, asigna tramo y decide el destino. Es el que evita que tu equipo dedique la mañana a contactos que no iban a comprar.

03 **Agente de seguimiento**

Vigila los presupuestos enviados y las conversaciones abiertas. Cuando una lleva demasiado tiempo parada, redacta el mensaje de seguimiento y avisa. Es el que más dinero recupera.

04 **Agente de reactivación**

Recupera contactos antiguos que se enfriaron. Detecta señales nuevas —cambio de cargo, ampliación, nueva normativa— y propone el momento de volver.

05 **Agente de informe**

Resume el estado del pipeline, señala lo que se ha movido y lo que está en riesgo. Convierte el CRM en algo que se lee en dos minutos.

Por dónde empezar

Si solo puedes montar uno, monta el **agente de seguimiento**. Es donde se pierde más dinero ya generado: son operaciones que ya te costaron captar y que mueren en silencio.

Seguimiento que no suena a robot

El riesgo real de automatizar no es técnico: es sonar a máquina y quemar la relación justo cuando más falta hace.

Cinco reglas de redacción

1. **Referencia concreta.** Menciona algo específico de su caso. Si el mensaje vale para cualquiera, no lo envíes.
2. **Aporta antes de pedir.** Cada mensaje debe contener algo útil aunque no conteste.
3. **Una sola petición.** Un mensaje, una acción. Dos peticiones equivalen a ninguna.
4. **Corto de verdad.** Si no se lee entero en el móvil sin desplazar, sobra texto.
5. **Salida digna.** Ofrece siempre una forma fácil de decir «ahora no». Preserva la relación para dentro de seis meses.

Una cadencia razonable

Momento	Contenido	Canal
Inmediato	Confirmación con respuesta útil, no acuse de recibo	Correo
Día 3	Material relacionado con su consulta concreta	Correo
Día 8	Caso o dato de una empresa parecida	Correo
Día 15	Propuesta de conversación corta y acotada	Teléfono o WhatsApp
Día 30	Cierre elegante: «¿lo dejamos para más adelante?»	Correo
Trimestral	Reactivación con novedad relevante de su sector	Correo

Cadencia de referencia para ciclos largos. Ajústala a la duración real de tu venta.

La prueba antes de activar nada

Lee la secuencia completa de golpe, como si te llegara a ti. Si te resultaría cargante, a tu cliente también. Nunca actives una secuencia que no querrías recibir.

Los seis errores más caros

Todos evitables. Todos habituales.

1. Automatizar el caos

Sin proceso previo, la automatización multiplica el desorden. Ordena primero, aunque sea a mano.

2. Empezar por lo más vistoso

El chatbot de la web es lo que más se ve y casi nunca lo que más aporta. Empieza por el seguimiento interno, que es donde se pierde el dinero.

3. No medir el antes

Si no registras tu tiempo de respuesta y tu tasa de cierre antes de automatizar, no podrás demostrar la mejora. Y lo que no se demuestra, se abandona.

4. Dejar al equipo fuera

Si tu comercial percibe la IA como una amenaza, la sabotea. Preséntala como lo que es: la que le quita el trabajo administrativo que odia.

5. Confiar sin verificar

Los modelos se equivocan. Revisa manualmente una muestra semanal de clasificaciones durante los primeros meses. Es barato y evita sorpresas.

6. Olvidar la protección de datos

Si tratas datos personales de contactos, el RGPD aplica igual con IA que sin ella: base legal, información clara y control sobre dónde se procesan. Consúltalo antes de montar nada, no después.

Hoja de ruta a 90 días

Un orden realista para una empresa que parte de cero, sin parar la actividad comercial.

Fase	Qué se hace	Resultado esperado
Días 1-15 Diagnóstico	Medir tiempo de respuesta actual, mapear el proceso real, registrar la situación de partida	Saber de dónde partes con números
Días 16-30 Diseño	Definir tabla de puntuación, tramos y reglas de aviso. Elegir herramientas	Criterio escrito y compartido
Días 31-50 Recepción y cualificación	Montar los agentes 1 y 2. Formulario técnico. Avisos internos	Cada consulta clasificada al entrar
Días 51-70 Seguimiento	Montar el agente 3 y las secuencias. Alertas de operación parada	Ningún presupuesto sin seguimiento
Días 71-90 Medición y ajuste	Cuadro de mando, revisión del modelo, corrección de umbrales	Sistema medible y ajustado

Qué deberías poder decir el día 90

Cuánto tardas de media en responder. Qué porcentaje de tus contactos es prioritario. Cuántas operaciones tienes abiertas y cuáles están paradas. Si puedes responder a las tres sin abrir un Excel a mano, el sistema funciona.



Empieza por saber qué automatizar

El diagnóstico comercial mapea tu proceso actual, mide tu tiempo real de respuesta y te dice qué piezas conviene automatizar primero en tu caso concreto, y cuáles no deberías tocar.

Entrega en 5-7 días. Sin compromiso y sin coste.

**Solicitar diagnóstico comercial
gratuito**

CORREO

agencia@diazmarketing.es

TELÉFONO / WHATSAPP

+34 662 264 808

WEB

diazmarketing.es