INTELIGENCIA QUE SE CONVIERTE EN ACCIÓN

VENTAS INTELIGENTES

Captación · Atención · Relación con clientes



GUÍA PRÁCTICA + INFOGRAFÍAS + PLANTILLAS

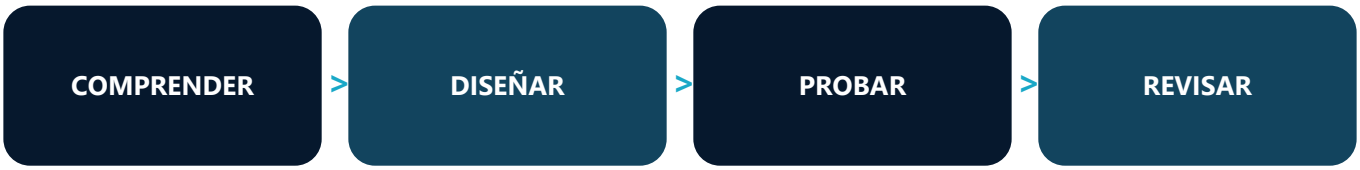
NUNKY ESPAÑA / NOVIEMBRE 2026

EDICIÓN 01

MAPA DE LECTURA

De la idea a una decisión de implantación.

Esta guía combina un método propio de trabajo, fuentes externas identificadas y escenarios didácticos. No garantiza resultados ni atribuye a NUNKY los efectos observados en otras organizaciones.



Recorrido	Páginas
Diagnóstico y preparación	3-6
Técnicas, contenido y recorrido	7-14
Economía, evidencia y mercado	15-18
Integración y plan de trabajo	19-21
Hojas editables para tu empresa	22-23
Fuentes y criterios de comparación	24

Cómo utilizarla: elige un problema, completa las hojas finales y revisa un primer caso con el equipo. Las comparativas describen enfoques públicos; no sustituyen una evaluación funcional o una oferta.

01 / MÉTODO DE TRABAJO

Diagnostica antes de automatizar

Identifica dónde se pierde una oportunidad y qué evidencia necesitas para intervenir.

Mira el recorrido completo

Dibuja desde la primera señal de interés hasta la postventa. Para cada etapa, anota entrada, responsable, información disponible, siguiente acción y criterio de salida. Una bandeja llena no significa que exista un proceso comercial.

Puntúa la preparación

Valora cada dimensión entre 0 y 2: inexistente, parcial o estable. Una puntuación baja no exige comprar más software: orienta el trabajo previo. Repite el diagnóstico con ventas y atención por separado y compara las diferencias.

Dimensión	Pregunta de trabajo
Cliente y necesidad	¿Sabemos a quién ayudar y qué problema resolver?
Datos y fuentes	¿El agente dispone de información vigente y responsable?
Proceso y CRM	¿Cada contacto tiene propietario y siguiente paso?
Canales	¿Puede continuar la conversación sin repetir contexto?
Calidad y control	¿Se revisan errores, excepciones y derivaciones?
Medición	¿Distinguimos contacto, oportunidad y venta?

Prioriza una fricción repetida y medible. La puntuación es una herramienta interna, no un índice validado de madurez.

Aplicación práctica

Revisa diez contactos recientes: dónde entraron, quién respondió, qué se entendió y cuál fue el siguiente paso. No necesitas una gran muestra para detectar fallos de registro, aunque sí para estimar tasas fiables. Identifica una pérdida repetida de contexto y describe cómo medirla. Entregable: una fricción concreta, un propietario y un criterio observable de mejora antes de introducir un agente.

02 / MÉTODO DE TRABAJO

Define el cliente adecuado

La captación mejora cuando el equipo sabe qué señales justifican una conversación.

Investiga con un propósito

Define sector, tamaño, problema, impacto y desencadenante. La IA puede resumir fuentes autorizadas y preparar hipótesis; una persona debe contrastar que sean actuales y pertinentes. Evita convertir una suposición sobre una empresa en un hecho.

Construye una ficha de encaje

Separa hechos, hipótesis y preguntas pendientes. Puntúa encaje y urgencia de forma independiente. Una cuenta ideal sin necesidad actual puede merecer contenido útil, no una secuencia insistente.

Campo	Ejemplo ilustrativo
Problema	Consultas repetidas entre teléfono y WhatsApp
Impacto	El equipo pierde tiempo buscando información
Señal observable	Nuevo canal o aumento documentado de consultas
Hipótesis	Una base compartida podría reducir repeticiones
Pregunta	¿Qué motivos de consulta se repiten y con qué coste?

No recopiles datos innecesarios. El alcance de fuentes y contacto debe revisarse con los responsables de tu empresa.

Aplicación práctica

Escribe dos fichas ficticias: una cuenta con buen encaje pero sin urgencia y otra con urgencia pero fuera de tu alcance. Decide qué contenido ofrecerías y por qué no iniciarías la misma secuencia comercial. Pide al agente que separe evidencia pública e hipótesis. Entregable: tres señales de prioridad, tres motivos para esperar y una regla de exclusión que el equipo pueda revisar.

03 / MÉTODO DE TRABAJO

Haz una buena conversación de diagnóstico

La venta consultiva empieza por comprender, no por recitar capacidades.

Pregunta en cuatro capas

Aclara la situación, la fricción, su impacto y el resultado deseado. Utiliza preguntas abiertas y pide ejemplos recientes. La IA puede preparar el guion y resumir lo escuchado, pero no debe inventar respuestas que el cliente no ha dado.

Devuelve una síntesis verificable

Resume en palabras sencillas qué has entendido y pide corrección. Cierra con una acción concreta: revisar una muestra, validar una hipótesis o reunir a la persona responsable. El siguiente paso debe tener motivo y propietario.



Plantilla: «Entiendo que ocurre X, provoca Y y queréis conseguir Z. ¿Lo he resumido bien?»

Aplicación práctica

Simula una llamada donde el cliente pide «un chatbot» sin explicar el problema. Pregunta qué consultas recibe, dónde se atascan, quién las resuelve y qué cambio espera. Resume antes de presentar una herramienta. Entregable: una nota con situación, fricción, impacto y siguiente paso acordado. La síntesis debe poder corregirse; no conviertas una interpretación del agente en una necesidad confirmada.

04 / MÉTODO DE TRABAJO

Cualifica sin confundir interés y oportunidad

Un lead descargado no es una venta en preparación.

Acordad una definición común

Una oportunidad debe tener una necesidad contrastada, encaje, una persona responsable y un siguiente paso aceptado. El presupuesto o el calendario pueden seguir pendientes: registrarlos como desconocidos es mejor que completarlos por intuición.

Usa puntuación explicable

Define reglas visibles y revisables. La IA puede proponer una prioridad con evidencia; el equipo decide. No utilices atributos sensibles ni sustitutos injustificados para determinar a quién atender.

Criterio	Evidencia que pedir
Necesidad	Problema descrito por el cliente
Encaje	Capacidad concreta que podría resolverlo
Participantes	Quién usa, valida y decide
Tiempo	Qué desencadena el proyecto y cuándo
Siguiente paso	Acción y responsable confirmados

Registra también el motivo de descarte. Aprender de los contactos no cualificados mejora contenido y captación.

Aplicación práctica

Compara un visitante que descarga una guía con otro que describe un proceso, un responsable y una fecha de evaluación. Ambos son contactos; solo el segundo ofrece señales más claras para valorar una oportunidad. Diseña estados con definición y condición de avance. Entregable: una ficha de cualificación que incluya preguntas pendientes y motivo del estado, sin puntuar por características personales irrelevantes.

05 / MÉTODO DE TRABAJO

Diseña un seguimiento útil

Cada contacto debe aportar una razón nueva para continuar.

Cambia la ayuda, no solo el asunto

Una secuencia razonable alterna una pregunta pertinente, un recurso útil y una propuesta de conversación. La frecuencia se adapta al contexto, a las preferencias y a los permisos; no hay una cadencia universal que funcione para todos.

Distingue continuidad y presión

La IA puede recordar tareas y preparar borradores. Define condiciones de parada: respuesta negativa, baja, falta de encaje o cambio de responsable. Una respuesta debe salir de la secuencia automática y entrar en revisión.

Momento	Aportación
Primer contacto	Problema concreto y una pregunta breve
Continuación	Guía, ejemplo o herramienta relacionada
Propuesta	Revisar juntos un caso con alcance claro
Cierre de seguimiento	Pedir preferencia y respetar la decisión

Ejemplo: «Te comparto una matriz para evaluar ese proceso. Si te resulta útil, podemos revisar una muestra juntos.»

Aplicación práctica

Diseña una secuencia de tres contactos con funciones distintas: entregar lo prometido, resolver una duda y acordar si tiene sentido continuar. Incluye una salida sencilla si no hay interés. Pide al agente que utilice únicamente lo hablado y que no invente familiaridad. Entregable: propósito, canal y condición de parada de cada mensaje. La persistencia sin motivo no sustituye a una propuesta relevante.

06 / MÉTODO DE TRABAJO

Trabaja las objeciones con evidencia

Una objeción puede revelar una condición de éxito que aún no has entendido.

Escucha, aclara y contrasta

Primero confirma qué preocupa: coste, esfuerzo, exactitud, integración o adopción. No respondas a una objeción imaginada. La IA puede localizar documentación y preparar alternativas aprobadas.

Convierte el argumento en una prueba

En lugar de prometer que todo se integrará, propone verificar una conexión y una muestra. En lugar de asegurar ahorro, define cómo medir tiempo y calidad. La respuesta comercial gana fuerza cuando admite límites y demuestra el siguiente paso.

Objeción	Respuesta de trabajo
«No tenemos datos ordenados»	Inventario de fuentes y un caso con información disponible
«Nos preocupa la respuesta»	Muestra de preguntas y criterios de aceptación
«No cabe otra herramienta»	Revisar el sistema actual y el punto de integración
«No sabemos el retorno»	Escenario y piloto con línea base

No conviertas una capacidad prevista en una garantía técnica o comercial.

Aplicación práctica

Objeción de ejemplo: «Ya tenemos una herramienta». Responde preguntando qué funciona y qué queda sin resolver, en lugar de desacreditar al proveedor. Si no existe una carencia relevante, reconoce el buen encaje actual. Entregable: tabla con objeción, pregunta de aclaración, evidencia disponible y siguiente paso. Evita que el agente prometa una integración o ahorro que aún no ha sido evaluado.

07 / MÉTODO DE TRABAJO

Prepara una propuesta que se pueda revisar

Una oferta útil describe el trabajo, las decisiones y las condiciones.

Cinco piezas mínimas

Incluye problema y objetivo, alcance, entregables, responsabilidades y criterios de aceptación. Separa setup, integraciones, operación y consumo cuando proceda. Indica qué queda fuera y qué necesita validación.

Usa IA como apoyo editorial

Pide un primer borrador a partir de una ficha aprobada, no de una conversación incompleta. Una persona revisa cifras, condiciones y afirmaciones. Conserva la versión final y el contexto que justificó el alcance.

Paso	Qué acordar
1	Objetivo: una mejora concreta y medible
2	Alcance: fuentes, canales, acciones y límites
3	Trabajo: evaluación, setup, prueba y acompañamiento
4	Aceptación: evidencia y responsables
5	Evolución: soporte y criterio para ampliar

En NUNKY, la propuesta económica se plantea después de evaluar el caso. Un volumen de tokens no describe por sí solo la implantación.

Aplicación práctica

Transforma una necesidad en una propuesta de una página: situación, objetivo, alcance, fuentes, canales, entregables, exclusiones y criterio de aceptación. Añade qué debe aportar el cliente y qué ocurre después del piloto. Pide al agente un borrador y a la persona responsable la revisión. Entregable: documento con preguntas abiertas visibles; no enviar como cerrada una oferta construida sobre datos que faltan.

08 / MÉTODO DE TRABAJO

Haz demos y sesiones que ayuden a decidir

Demuestra un recorrido concreto en lugar de una colección de pantallas.

Construye una historia verificable

Presenta una consulta realista, la información utilizada, la respuesta, la acción permitida y el escalado. Distingue una demo con datos ficticios de una integración operativa. Al terminar, pide al cliente que señale dónde encaja y qué falta.

Utiliza el webinar bajo demanda

Una sesión disponible al entrar puede explicar el método y preparar la evaluación. Debe estar identificada como bajo demanda; la interacción guiada no equivale a un ponente conectado en vivo. Añade capítulos y una hoja de trabajo.

Paso	Qué acordar
1	Problema y contexto
2	Recorrido y criterio de respuesta
3	Acción y transferencia al equipo
4	Qué se ha probado y qué falta
5	Siguiente paso acordado

La biblioteca NUNKY combina sesiones guiadas y dosieres para que la conversación comercial empiece con más contexto.

Aplicación práctica

Guion de demo: una consulta entra por web, el agente aclara la necesidad, comparte información autorizada y prepara el traspaso al equipo. Muestra también una pregunta que no puede responder y cómo escala. Entregable: recorrido de cinco minutos con un caso normal y una excepción. Para una sesión permanente, permite comenzar y retomar por capítulos e identifica con claridad el contenido bajo demanda.

09 / MÉTODO DE TRABAJO

Conecta la atención entre canales

El cliente no debería tener que empezar de cero cada vez que cambia de canal.

Define el contexto mínimo

Motivo, producto, preferencia, acciones realizadas, respuesta pendiente y responsable. La continuidad exige acordar qué se puede almacenar y durante cuánto tiempo, además de la conexión técnica.

Diseña el relevo humano

Explica cuándo deriva el agente, a quién y qué información entrega. Una derivación sin resumen genera repetición. Una acción con impacto comercial necesita permisos y revisión según el caso.

Canal	Qué preservar
Teléfono	Motivo, acuerdos y tarea siguiente
Email	Hilo, documentación y estado
Web	Consulta, fuente y preferencia de continuidad
WhatsApp	Contexto autorizado y responsable
Tótem o punto virtual	Producto de interés y recurso solicitado

Empieza con dos canales y una transferencia bien resuelta antes de extender el recorrido.

Aplicación práctica

Prueba un traspaso de teléfono a email: la persona no debería repetir todo, pero tampoco recibir datos que no autorizó compartir. Define resumen, canal preferido y responsable. Entregable: paquete mínimo de contexto y una regla para la identidad no confirmada. Mide repeticiones de preguntas y errores de traspaso además del tiempo de respuesta; resolver rápido una consulta equivocada no es una mejora.

10 / MÉTODO DE TRABAJO

Evalúa voz y atención telefónica

Que una conversación suene natural no demuestra que esté bien resuelta.

Revisa utilidad y exactitud

Trabaja con preguntas frecuentes, ambigüedades, ruido, interrupciones y excepciones. Evalúa si el agente entiende la necesidad, usa la fuente correcta y ofrece una respuesta comprensible.

No midas solo duración

Una llamada corta puede ser una llamada abandonada. Combina resolución, transferencia adecuada, repetición, satisfacción y cumplimiento del proceso definido. El equipo debe poder revisar muestras y motivos de fallo.

Dimensión	Pregunta de calidad
Comprensión	¿Aclaró lo que no entendía?
Fuente	¿Utilizó información aprobada y vigente?
Acción	¿Actuó dentro de los permisos?
Relevo	¿Derivó con resumen cuando era necesario?
Resultado	¿Quedó un siguiente paso entendible?

La grabación, conservación y uso de conversaciones deben revisarse con los responsables de privacidad y cumplimiento antes de operar.

Aplicación práctica

Construye una rúbrica de cinco puntos: comprensión, exactitud, adecuación del tono, siguiente paso y escalado. Evalúa una muestra autorizada con dos revisores y resuelve desacuerdos antes de automatizar la nota. Entregable: ejemplos de respuesta aceptable e insuficiente por criterio. Una duración corta puede indicar eficiencia o abandono; interpreta siempre el indicador junto al motivo y resultado de la atención.

11 / MÉTODO DE TRABAJO

Automatiza gestiones con límites claros

En cobros y reclamaciones, la capacidad de registrar y escalar importa tanto como responder.

Acota la función del agente

Puede recordar información aprobada, registrar una respuesta y preparar una tarea. Discrepancias, vulnerabilidad, reclamaciones o cambios de condiciones necesitan una vía humana definida. Evita presión, lenguaje engañoso o decisiones fuera del alcance.

Construye una trazabilidad útil

Registra origen de la instrucción, versión del mensaje, respuesta, siguiente acción y responsable. Define cómo se corrigen errores y cómo se detiene una gestión. Antes del despliegue, el proceso requiere revisión especializada para el contexto aplicable.

Paso	Qué acordar
1	Validar fuente y estado de la gestión
2	Comunicar con claridad y respeto
3	Registrar respuesta sin inferencias innecesarias
4	Escalar discrepancias
5	Confirmar el siguiente paso permitido

Esta ficha es una pauta operativa general, no una instrucción jurídica ni un guion válido para cualquier gestión de deuda.

Aplicación práctica

En una gestión de cobro, el agente debe poder registrar una discrepancia y detener el flujo para revisión. Ensaya importe discutido, identidad no confirmada y petición de hablar con una persona. Entregable: acciones permitidas, límites, trazabilidad y responsable de excepción. No debe amenazar, modificar condiciones o confirmar acuerdos fuera de su autorización. Las reglas concretas se validan con el equipo competente antes del uso.

12 / MÉTODO DE TRABAJO

Fideliza después de la compra

La retención mejora cuando la empresa sigue ayudando.

Diseña momentos de utilidad

Bienvenida, uso inicial, resolución, revisión y renovación. Conecta contenido, atención y ventajas con el momento del cliente. Un programa de puntos puede ayudar; no sustituye un servicio que funciona.

Mide continuidad, no solo actividad

Separa uso, recompra, renovación y baja. Compara cohortes con un periodo suficiente y registra razones de abandono. La IA puede proponer señales y contenidos, pero el programa y sus reglas necesitan responsables.

Momento	Acción útil
Inicio	Explicar cómo obtener valor
Uso	Resolver fricciones y compartir una guía
Incidencia	Dar continuidad hasta el cierre
Reactivación	Preguntar por el cambio de necesidad
Renovación	Revisar resultados y próximos objetivos

Una comunicación pertinente es preferible a una automatización frecuente sin motivo.

Aplicación práctica

Dibuja un programa sencillo: la app muestra puntos, movimientos, ventajas y cómo utilizarlos; el agente explica las reglas desde el catálogo aprobado. Define cuándo se abonan o revierten puntos y qué ocurre con una reclamación. Entregable: recorrido de alta, beneficio y postventa con preferencias de contacto. Compara continuidad entre grupos comparables; una subida puntual de compras no demuestra por sí sola fidelidad duradera.

13 / MÉTODO DE TRABAJO

Mide a tu equipo IA

Captar, atender y vender son funciones diferentes: necesitan indicadores diferentes.

Construye un diccionario de métricas

Define numerador, denominador, fuente, periodo y responsable. Evita comparar equipos o canales con necesidades distintas sin contexto. Un agente que deriva correctamente puede aportar más valor que uno que responde a todo.

Revisa resultados y muestras

Combina el cuadro de mando con conversaciones. El número indica dónde mirar; la muestra ayuda a entender por qué. Clasifica fallos por fuente, comprensión, flujo o permiso para orientar la mejora.

Objetivo	Indicadores útiles
Captación	Encaje, permiso y siguiente paso
Atención	Resolución, escalado y repetición
Ventas	Reunión, propuesta y resultado
Retención	Continuidad, renovación y baja
Calidad	Errores, correcciones y acciones no permitidas

No atribuyas todo el cambio a la IA sin contrastar estacionalidad, cambios comerciales y calidad de los contactos.

Aplicación práctica

Separa tres paneles: captación, atención y ventas. Una campaña puede generar muchas consultas y pocas oportunidades; otra puede resolver bien postventa sin producir ventas inmediatas. Incluye volumen, calidad, periodo y fuente. Entregable: diez indicadores con definición y propietario. Revisa una muestra de conversaciones junto al agregado para identificar si una aparente mejora es un cambio de canal, mezcla de casos o medición.

14 / MÉTODO DE TRABAJO

Construye un caso económico

Un escenario permite discutir hipótesis; no demuestra un resultado futuro.

Ejemplo didáctico

Con 3.000 € de medios, un coste por clic de 2 €, una conversión a lead del 4 % y una conversión de lead a venta del 10 %, el escenario produce 1.500 clics, 60 leads y 6 ventas esperadas. Son valores esperados, no compromisos.

Calcula con margen y coste completo

Con 900 € de ingreso por venta, el ingreso esperado sería 5.400 €. Para evaluar rentabilidad faltan margen, setup, operación, canal, equipo y tiempo. Variar una tasa ayuda a ver la sensibilidad.

Hipótesis de lead a venta	Ventas esperadas	Ingreso orientativo
7,5 %	4,5	4.050 €
10 %	6	5.400 €
12,5 %	7,5	6.750 €

Fórmula: clics = presupuesto / CPC; leads = clics × tasa de lead; ventas = leads × tasa de cierre. Datos completamente ilustrativos.

Aplicación práctica

Usa el escenario como pregunta, no como promesa: ¿qué conversión y margen necesitaríamos para cubrir medios, setup y operación? Sustituye cada hipótesis por datos propios cuando existan y muestra un rango. Entregable: tabla de supuestos y sensibilidad de una variable cada vez. Calcula por separado ingreso, margen y coste; multiplicar ventas por ticket no proporciona beneficio ni plazo de recuperación.

15 / MÉTODO DE TRABAJO

Qué dice la evidencia, y qué no

La investigación ayuda a formular pruebas, no a prometer el mismo efecto en otra empresa.

Un resultado de atención al cliente

Brynjolfsson, Li y Raymond estudian 5.172 agentes de atención: la asistencia generativa se asocia con un 15 % más de incidencias resueltas por hora de media. Los efectos son heterogéneos; no es una estimación de incremento de ventas de NUNKY.

Adopción no equivale a impacto

La encuesta McKinsey de 2025 recoge uso de IA en al menos una función en el 88 % de las organizaciones encuestadas. La muestra y el alcance de la pregunta importan: el dato no demuestra rentabilidad ni madurez de un proyecto.

Para tu piloto: establece una línea base, conserva una comparación razonable y revisa calidad junto a productividad.

[1] Generative AI at Work, QJE 2025 / arXiv v2. [2] McKinsey Global Survey 2025.

Aplicación práctica

Lee un caso externo y escribe qué parte se parece a tu proceso y qué parte cambia: tarea, experiencia del equipo, fuentes o canal. Formula una hipótesis acotada para probar en tu empresa. Entregable: «Esperamos mejorar ___ en ___, medido con ___, sin empeorar ___». El resultado de otra organización orienta la pregunta; no es un porcentaje que puedas trasladar directamente a tu oferta.

16 / MÉTODO DE TRABAJO

Compara enfoques de mercado

Elige por recorrido, datos y operación, no por la etiqueta «agente».

Referencias públicas

La tabla resume focos declarados por cada proveedor. No asigna puntuaciones ni afirma equivalencia funcional. Las condiciones, conectores y precios se validan con la documentación y la propuesta vigente.

Enfoque	Referencia	Pregunta para decidir
Orquestación de marketing	Ibexa	¿Cómo encajan herramientas, marca y gobierno?
Prospección comercial	Alta / Katie	¿Cómo se investiga y se da seguimiento al contacto?
Agentes sobre CRM	Salesforce Agentforce	¿Qué datos y acciones dependen del entorno CRM?
Prospección con CRM	HubSpot Breeze	¿Qué contexto del CRM alimenta la prioridad?
Integración adaptada	Propuesta NUNKY	¿Qué caso, setup, canales y revisión se acuerdan?

NUNKY plantea un alcance después de evaluar el caso. No implica sustitución automática de una plataforma ni disponibilidad de todos sus conectores.

[3] Ibexa. [4] Alta. [5] Salesforce. [6] HubSpot. Revisión: 10/11/2026.

Aplicación práctica

Compara los enfoques con el mismo proceso de prueba: investigar una cuenta, preparar una respuesta, registrar contexto y escalar una excepción. Distingue capacidad anunciada, demo y comprobación en tu entorno. Entregable: matriz con evidencia, coste de integración y duda pendiente. Valora quién mantiene las fuentes y quién responde ante errores, además del número de mensajes o agentes incluidos.

17 / MÉTODO DE TRABAJO

Prepara fuentes e integraciones

La precisión de un agente depende también del sistema que lo rodea.

Un contrato por conexión

Para cada fuente o acción, define propietario, permiso, formato, actualización, error esperado y alternativa. La conexión al CRM debe distinguir consulta, borrador y escritura. Un calendario necesita reglas de disponibilidad y confirmación.

Prueba excepciones antes de operar

Incluye fuente ausente, dato contradictorio, contacto duplicado, caída del canal y solicitud fuera del alcance. Diseña una respuesta segura y una tarea para el equipo en lugar de improvisar una acción.

Elemento	Definición mínima
Fuente	Propietario, vigencia y actualización
Permiso	Qué puede leer y qué puede cambiar
Respuesta	Formato, cita o referencia y límite
Error	Mensaje al usuario y relevo
Auditoría	Qué se registra y quién revisa

La oferta debe separar setup, integraciones, operación y consumos cuando corresponda. Evaluar primero reduce ambigüedades.

Aplicación práctica

Prueba un alta duplicada y un CRM temporalmente indisponible. El flujo debe conservar el trabajo, evitar crear dos oportunidades y permitir reintentar sin repetir acciones externas. Entregable: identificador, campos mínimos, registro del resultado y ruta de excepción. Antes de conectar canales, acuerda permisos y responsables; un conector técnicamente disponible no garantiza que el recorrido comercial sea correcto.

18 / MÉTODO DE TRABAJO

Un plan de 30, 60 y 90 días

El calendario es una guía de trabajo; el alcance determina los tiempos reales.

Primer tramo: entender y preparar

Elige un caso, una audiencia y una línea base. Reúne fuentes y muestras. Acordad criterios de calidad y quién aprueba contenido y acciones. El entregable es un piloto bien delimitado, no una promesa de despliegue masivo.

Segundo y tercer tramo

Prueba con un grupo limitado, revisa fallos y mide el recorrido. Después conecta el siguiente sistema o canal solo si el caso inicial cumple sus condiciones. Documenta cambios y evita ampliar volumen cuando la calidad sigue pendiente.

0-30: diagnóstico, fuentes y criterios de aceptación > **31-60: piloto limitado, revisión de conversaciones y métricas** > **61-90: decisión de ampliar, corregir o detener**

Cada tramo debe terminar con una decisión explícita y una persona responsable.

Aplicación práctica

Elige un canal y un caso inicial, por ejemplo preguntas de producto que terminan en consulta comercial. Prepara fuentes y muestra de revisión, ejecuta un piloto acotado y decide con los criterios pactados. Entregable: ficha de alcance y tres decisiones posibles, ampliar, corregir o detener. No añadas prospección, cobros y fidelización a la vez si todavía no puedes explicar dónde funciona el primer flujo.

19 / MÉTODO DE TRABAJO

Prompts y plantillas para el equipo

Una buena instrucción define contexto, tarea, evidencia, límites y formato.

Investigación de una cuenta

«Con estas fuentes autorizadas, resume hechos, hipótesis y preguntas pendientes. Cita la fuente de cada hecho. No inventes datos ni completes campos desconocidos. Devuelve una ficha de encaje y tres preguntas para la reunión.»

Preparación de seguimiento

«A partir de este resumen validado y esta documentación, redacta un borrador breve que aporte una ayuda concreta y proponga un siguiente paso. No prometas precios, integraciones ni fechas que no figuren en el alcance.»

Revisión de calidad

«Compara esta conversación con estos criterios. Marca aciertos, dudas y errores con evidencia del texto. Distingue dato incorrecto, fuente ausente, mala derivación y acción fuera del permiso. No infieras atributos personales.»

Todos los resultados son borradores hasta su revisión. No pegues información de clientes en una herramienta sin autorización para ese uso.

Aplicación práctica

Pide al agente que convierta una nota de reunión en hechos confirmados, dudas y acciones propuestas. Retira un dato relevante de la nota y comprueba que pregunta por él en vez de inventarlo. Entregable: plantilla reutilizable con fuentes, formato y revisión. El responsable valida la salida antes de enviar una propuesta o actuar sobre el cliente; el borrador no debe confundirse con un compromiso comercial.

HOJA EDITABLE

Tu ficha de proyecto

Puedes completar estos campos en un lector de PDF compatible o imprimir la hoja. Guarda una copia para tu empresa y conserva la versión original.

Empresa / equipo

Responsable

Problema y resultado deseado

Fuentes o sistemas disponibles

Métrica y línea base

Siguiente paso: comparte la ficha con tu equipo y pide a NUNKY una evaluación. El objetivo es acordar el alcance antes de presentar una oferta.

HOJA EDITABLE

Tu primer piloto

Puedes completar estos campos en un lector de PDF compatible o imprimir la hoja. Guarda una copia para tu empresa y conserva la versión original.

Audiencia o grupo del piloto

Un canal, un caso y una acción

Criterios de calidad y aceptación

Quién revisa y cuándo

Qué evidencia permitirá ampliar o detener

Siguiente paso: comparte la ficha con tu equipo y pide a NUNKY una evaluación. El objetivo es acordar el alcance antes de presentar una oferta.

FUENTES Y NOTAS

Referencias y criterio editorial

Fuentes públicas revisadas el 10 de noviembre de 2026. Los textos de método, plantillas y ejemplos son elaboración de NUNKY. Las marcas citadas pertenecen a sus titulares y se utilizan solo para describir enfoques de mercado.

[1] Generative AI at Work. Brynjolfsson, Li y Raymond. QJE 2025 / arXiv v2.
https://arxiv.org/abs/2304.11771

[2] McKinsey. The state of AI in 2025. Encuesta global, 1.993 participantes.
https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-2025

[3] Ibexa. Agentic Marketing Platform. Descripción pública de enfoque.
https://ibexa.ai/es/platform/agentic-marketing-platform

[4] Alta. Katie AI SDR. Descripción pública de enfoque.
https://www.altahq.com/lp/ai-sdr-katie

[5] Salesforce. Agentforce. Descripción pública de plataforma.
https://www.salesforce.com/agentforce/

[6] HubSpot. Get started with AI-powered prospecting.
https://knowledge.hubspot.com/get-started-with-ai-powered-prospecting

[7] Ibexa. Planes. Consultado como estructura de oferta, sin reproducir precios.
https://ibexa.ai/es/plans

[8] Alta. Planes. Consultado como estructura de oferta, sin reproducir precios.
https://www.altahq.com/plans

No se presentan como resultados de NUNKY los datos de terceros. Los escenarios numéricos son didácticos. La propuesta, las integraciones y la operación de NUNKY dependen de la evaluación y el alcance acordados.