

L U M B R E



Vender con IA: respuesta inmediata, seguimiento asistido, palabras prohibidas del bot y los dos números del embudo

Materia: Administración y dirección

07/10/2026

Antes de empezar

Tema 3 de 8, apertura de la etapa Vender, medir y decidir con modelos. La espera como nuevo competidor, la fuga del prospecto caliente sin seguimiento, qué contesta un asistente de mensajería y qué debe escalar, por qué priorizar prospectos exige datos ordenados antes que software, los dos indicadores que conviene medir y el riesgo de reproducir el prejuicio del historial. Cinco videos y cuatro diagramas.

QUÉ APRENDERÁS

- Ubicar la fuga real de ventas de una PyME y qué parte tapa un asistente; definir qué puede responder un bot y qué debe escalar; reconocer que la priorización exige historial de cliente; medir con contacto a cotización y cotización a cobro; y sostener el cierre, el precio y la promesa en manos de una persona.

Vender con asistentes: respuesta inmediata, seguimiento que no se olvida y el cierre que sigue siendo humano

Esta etapa deja el mapa general de la operación y entra en las tres funciones donde el dinero entra a la empresa: vender, medir y decidir. El tema 3 toma la primera. No trata de si un bot convence, sino de dónde está la fuga real de ventas de una empresa pequeña, qué parte tapa la máquina y qué parte, si se le delega, sale cara.

En ventas, la inteligencia artificial no cierra: compra tiempo. Gana la empresa que contesta antes, que no huele a formulario y que llega informada a la negociación; pierde la que confunde velocidad de respuesta con capacidad de convencer a alguien de que pague.

Ficha del objeto · Lumbre

Curso: Empresarios e IA (2026-2034) · Ruta: Ruta del empresario aumentado · Etapa: Vender, medir y decidir con modelos · Tema 3 de 8 · Dificultad: intermedia · Duración sugerida: una hora quince con cinco videos, cuatro diagramas propios y reactivos con evidencia · Prerrequisito: temas 1 y 2 de esta ruta (mapa de delegación y dinero del proyecto) · Autoría: Roadwise Consulting.

1. La espera se volvió el competidor

La variable que más se movió en los últimos tres años no es el precio ni el catálogo: es la espera. Un cliente que obtuvo respuesta en veinte segundos en otro negocio no perdona dos días en el tuyo, y esa vara la fijó la máquina, no tu competencia.

La fuga más cara de una PyME no está en el prospecto frío: está en el caliente. El pedido cotizado que nadie volvió a llamar, la muestra que quedó sin respuesta, el cliente que preguntó un sábado y recibió un lunes. Casi todo el dinero extra que aparece con un asistente viene de tapar ese agujero, no de venderle a nuevos.

El efecto es asimétrico: a una empresa grande le da igual perder un cliente que no contesta; a una de veinte personas esa fuga se ve en la caja del mes. Y el cambio no exige una gran plataforma: basta con que las consultas que llegan fuera de horario dejen de esperar al día siguiente.

Qué hace el asistente desde que llega el mensaje

Recorrido de una consulta de cliente hasta que alguien cierra la venta

Lumbre · Empresa

UNA CONSULTA



El mismo recorrido aplica por WhatsApp, mostrador, teléfono o formulario web.

Las cuatro primeras etapas son delegables con revisión; la quinta es la que sostiene el margen y la relación.

VIDEO

Cómo la Inteligencia Artificial está transformando las ventas [Eficiencia 100 %]

Anota en qué parte del proceso de venta el video concentra el beneficio: si es prospección, cierre o postventa, y compáralo con donde tú pierdes clientes hoy.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=qsJenJFcuEs>

VIDEO

Cómo usar Inteligencia Artificial para responder a tus clientes en segundos

Observa cuántas de las respuestas que muestra corresponden a información ya definida por la empresa y cuántas a decisiones que alguien tuvo que tomar antes.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=Vnn-nX9Ap1I>

1. Una tienda de repuestos recibe cuarenta mensajes por semana, la mitad fuera de horario. ¿Qué cambio produce más dinero en el primer trimestre?

- ☐ Un chatbot que converse con gracia y presente el catálogo completo
- ☐ Respuesta inmediata con precio, existencias y una cita o pedido concretado con una persona
- ☐ Publicidad automatizada en redes para atraer más mensajes
- ☐ Un tablero que muestre cuántos mensajes se contestan tarde

2. La mayor fuga de ventas de una empresa pequeña suele estar en los prospectos que ya mostraron interés y quedaron sin seguimiento.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

Reparto de trabajo en el embudo y el número que se mueve en cada etapa

Momento del embudo	Qué hace el asistente	Qué hace la persona	Qué número se mueve
Consulta fuera de horario	Responde precio, stock y horario	Cierra al día siguiente si hay compra	Contactos atendidos en el día
Cotización pedida	Arma el documento con datos del sistema	Define margen y condición de pago	Contacto a cotización
Cotización sin respuesta	Persigue con recordatorio	Negocia si hay objeción	Cotización a cobro
Reclamo	Registra y clasifica urgencia	Contesta y resuelve	Reclamos y reincidencia
Venta cerrada	Coordina entrega y encuesta	Mantiene la relación	Recompra y recomendación

2. Qué puede contestar el bot y qué no debe

Un asistente de mensajería resuelve lo que ya está definido: precio público, existencias, horarios, garantía, estado del pedido y seguimiento. No resuelve lo que define las condiciones: descuento, crédito, plazo de entrega prometido contra inventario real y cualquier reclamo con enojo de por medio.

Hay una línea que no se cruza: un bot nunca puede prometer una fecha de entrega, un precio fuera de lista ni una condición de pago. Esas tres cosas comprometen caja, inventario y palabra, y cuando la máquina las inventa, la disculpa la paga la empresa y la firma el dueño.

La frontera se escribe, no se descubre. Conviene una lista corta, revisada por quien conoce el producto, con las preguntas que el asistente puede responder solas y las cuatro palabras prohibidas: descuento, crédito, plazo e instalación sin visita. Cuando la consulta toca alguna de esas, el camino correcto es escalar a una persona, no improvisar una respuesta amable.

Seis situaciones del embudo según el daño de equivocarse

El criterio no es si el bot responde bien, es cuánto cuesta que responda mal

Lumbre · Empresa

DÓNDE NO CONVIENE



Duda de catálogo, precio público u horario

Riesgo bajo: se corrige en el momento y no deja cliente herido.



Estado de un pedido o entrega

Riesgo bajo-medio: molesta si falla, pero se recupera llamando.



Cotización con condiciones de pago

Riesgo medio: un margen mal calculado se cobra en caja después.



Reclamo de un cliente enojado

Riesgo alto: la respuesta automática escala el enojo y publica la queja.



Negociación de descuento

Riesgo alto: cada punto cedido sin criterio sale del margen del trimestre.



Promesa de entrega o de crédito

Sin delegación: compromete caja, inventario y palabra de la empresa.

Cada fila pide una regla escrita: qué contesta el bot y cuándo entra una persona.

La frontera de la automatización comercial la fija el costo del error, no la elegancia de la respuesta.

VIDEO

Chatbot para Ventas y Postventa con WhatsApp y n8n

Fíjate en cuántas decisiones automáticas se dejan escritas en el flujo y en qué punto se pasa la conversación a una persona: ese punto es la parte importante del tutorial.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=2abmQ0irSzU>

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

3. Una de estas afirmaciones sobre el uso de un asistente de mensajería es incorrecta. ¿Cuál?



4. Reparte cada situación de mensajería según quién debe responderla.

Elementos:

- ¿Tienen en existencia el modelo 40?
- ¿Cuál es el horario de la sucursal norte?
- Enviar el catálogo y tomar los datos del pedido
- Cotizar veinte piezas con el precio de lista
- Recordar una cotización que nadie respondió
- Aceptar un descuento por volumen
- Prometer entrega para el viernes
- Contestar el enojo de un cliente que ya reclama dos veces

El asistente solo	. . .
Asistente más persona	. . .
Solo persona	. . .

5. Una ferretería activa un bot que responde las 24 horas con precio, stock y horarios. Antes de leer el resultado típico, ¿qué se observa en los primeros 60 días?

- ☐ Suben las ventas y sube la satisfacción, sin efectos secundarios
- ☐ Sube la cantidad de consultas atendidas y el equipo se siente presionado por la velocidad de la demanda
- ☐ Nada cambia porque nadie escribe fuera de horario
- ☐ Los clientes dejan de llamar porque prefieren hablar solo con la máquina

Reflexiona: Vale anticipar el efecto operativo: la herramienta que responde rápido también genera pedidos que alguien tiene que atender a tiempo.

3. Prospección y priorización: a quién llamar primero

La venta asistida exige una condición que no está en el tutorial: saber de quién se trata. Sin historial, sin producto comprado y sin última conversación registrada, el asistente contesta bien pero no vende, porque no sabe a quién le habla.

Aquí está la trampa de los tutoriales. La promesa de priorizar prospectos funciona solo sobre información: qué compró, cuándo, cuánto, qué pidió, qué devolvió. Un histórico de clientes en un cuaderno, en veinte hojas de cálculo o en la cabeza del dueño no es un dato priorizable. La primera inversión comercial en inteligencia artificial, casi siempre, es ordenar la ficha del cliente.

Y conviene hacer el cálculo antes de comprar nada: una empresa con 300 contactos al mes que cierra 12 tiene una tasa de contacto a cobro del 4 por ciento; si un asistente recupera los seguimientos olvidados y la sube al 16 por ciento, son 48 cierres, y con un ticket promedio de 2 500 pesos la diferencia son 90 000 pesos al mes sin gastar un peso más en publicidad.

De la respuesta automática a la venta asistida

Cada capa exige algo que la anterior no tenía

Lumbre · Empresa

TRES CAPAS

Respuestas rápidas

Plantillas y horario extendido: baja el costo de atender, no sube la venta.

Contexto del cliente

Historial y producto visto: requiere datos ordenados y reglas de acceso.

Priorización de prospectos

A quién llamar primero: se apoya en el modelo y se revisa con el vendedor.

Promesa de entrega y precio

Última capa y siempre humana: compromete caja e inventario, no se delega.

La cuarta capa es la que define si la herramienta ayudó o dañó el margen.

Subir de capa cuesta datos y proceso, no licencia: por eso muchas empresas se quedan dos años en la primera.

VIDEO

Cómo Usar la IA en Ventas: 4 Estrategias para Prospeccionar y Cerrar Más Negocios

Identifica cuál de las cuatro estrategias requiere datos propios y cuál funciona sin ellos: las dos primeras de casi todas las listas no dependen del modelo sino del registro.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=Hy6GfQvP5ok>

VIDEO

Cómo hacer un chatbot para WhatsApp Business: guía completa [2026]

Atiende a las condiciones que exige la plataforma oficial para automatizar mensajería: qué se puede responder automáticamente y qué obliga a intervención humana.



Escanea para verlo en Lumbre

https://www.youtube.com/watch?v=J_Z0k5NMNfs

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

6. ¿En qué estado está hoy tu información de clientes: nombre, contacto, qué compró y cuándo?



7. Una empresa tiene 300 contactos al mes y hoy cierra 12. Un asistente recupera los seguimientos olvidados y sube la tasa de cierre a 16 por ciento, sin gastar más en publicidad. Si el ticket promedio es de 2 500 pesos, ¿cuántos pesos de venta adicional al mes produce? Redondea a cientos.

Respuesta: (pesos al mes)

8. El límite de la venta asistida no es la herramienta, es el registro: sin historial del cliente, el asistente contesta bien pero no sabe

4. Medir sin engañarse y conservar el juicio humano

Conviene medir con crudeza dos números y no veinte: contacto a cotización y cotización a cobro. Si el primero sube y el segundo se queda igual, la herramienta está acelerando el embudo sin mejorarlo: llega más gente al mismo punto de fuga.

Y hay un número que casi nadie mira: el costo de la prisa. Atender todo en veinte segundos tiene valor, pero si el equipo pasa el día contestando en lugar de vendiendo, la velocidad se pagó con la actividad que sostiene la empresa. La vara no es cuánto se responde, es cuánto se cobra.

El rol del vendedor cambia de memoria a juicio. Deja de traer el dato que ya está en el sistema y pasa a ocupar la parte que ningún modelo sostiene: entender la urgencia

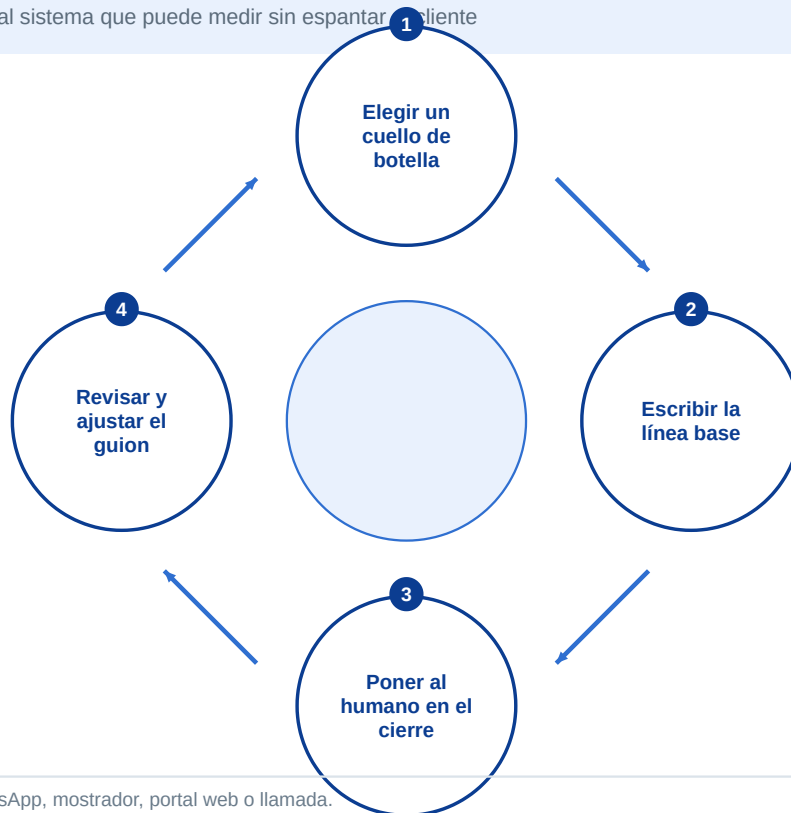
real del cliente, negociar sin regalar margen y quedarse cuando el cliente quiere enojarse con alguien.

Poner un asistente de ventas en cuatro movimientos

Del mensaje suelto al sistema que puede medir sin espantar ¹ cliente

Lumbre · Empresa

PROTOCOLO



Funciona igual para WhatsApp, mostrador, portal web o llamada.

Sin línea base no hay forma de saber si el asistente vendió más o solo contestó más rápido.

Aparece un riesgo que no sale en la demo: el modelo prioriza según lo que aprendió. Si el historial premia ciertos perfiles y descarta otros, la lista de prospectos va a reproducir el prejuicio de la empresa con aire objetivo, y nadie va a revisar por qué ese cliente nunca fue llamado.

Regla de este tema: el asistente atiende, califica y persigue el seguimiento; la persona cotiza con criterio, negocia y promete. Y todo lo que el bot dice sobre precio, plazo o garantía sale de una lista escrita y revisada, nunca de la imaginación del modelo.

La defensa es simple y es aburrida: revisar de vez en cuando la lista de descartados. Quién quedó fuera, por qué criterio, y si algún cliente que hoy compra mucho estaba en esa lista hace un año. Un modelo que ordena prospectos reproduce, con aire objetivo, las decisiones que la empresa tomaba antes a ojo.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

9. Montar un asistente de ventas que no espante clientes, en seis pasos



10. Un cliente escribe furioso por una entrega que llegó mal. El asistente tiene el guion de reclamos cargado. ¿Cuál es la conducta correcta?

- ☐ Responder con el guion de disculpas y ofrecer una compensación inmediata
- ☐ Detectar el enojo, confirmar recepción y pasar a una persona con la conversación completa
- ☐ Pedirle que llene un formulario de reclamación para registrar el caso
- ☐ Ignorar el mensaje hasta el horario de atención

11. Ordena las cuatro vueltas del protocolo de venta asistida del curso.

Elegir el cuello de botella real: respuesta, cotización o seguimiento

Escribir la línea base: contactos, cotizaciones y cierres de hoy

Poner al humano en el cierre y en la promesa _____

Revisar el guion cada quincena con las respuestas fallidas

12. Une cada indicador comercial con lo que realmente mide.

12.	Contacto a cotización	-----
12.	Cotización a cobro	-----
12.	Días de cobranza	-----
12.	Cierres por cada cien contactos	-----

Opciones: Mide la respuesta y la calidad del primer contacto · Mide la negociación y el cierre humano · Mide lo que tarda en entrar el dinero ya vendido · Mide la calidad del prospecto, no la cantidad

Lo que no se le delega al asistente

Descuento, condición de pago, fecha de entrega y el enojo del cliente. Cuatro cosas, todas caras, todas con nombre y apellido: si alguna de esas cuatro la contesta la máquina, alguien en la empresa dejó de revisar lo que la máquina contesta.

La herramienta no cierra la venta: compra tiempo para que alguien con criterio la cierre. El error es presentar la velocidad de respuesta como si fuera la capacidad de convencer.

— Idea central del tema 3

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

13. «Ya vi videos donde un bot vende solo por WhatsApp: si lo configuro bien no necesito vendedores, y el ahorro es de una nómina completa.»



14. Escribe los dos números de tu embudo de hoy: cuántos contactos y cuántos cierres del mes pasado, y cuál de los dos crees que mueve más dinero subir cinco puntos. Después nombra una cosa que tu asistente jamás debería poder decirle a un cliente.

La segunda respuesta es la regla de tu empresa: si no la escribiste antes de activar la herramienta, la va a escribir un error.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

15. Mi guion de venta asistida: qué responde solo / qué escala / palabras prohibidas / dos números a medir



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE **16. Tarjetas del tema 3**



ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

17. Memoria del tema 3

Une cada etapa del embudo
con quién la atiende.



ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

18. Sopa de letras del tema 3

Ocho términos del embudo asistido,
en horizontal, en mayúsculas y sin
acentos.



Trazabilidad curricular del objeto

Dónde vive este objeto dentro de la ruta del curso

Campo	Valor
Categoría	Administración y Dirección
Curso	Empresarios e IA (2026-2034)
Ruta	Ruta del empresario aumentado
Etapa	Vender, medir y decidir con modelos
Área de conocimiento	Ventas, atención al cliente y mensajería
Tema	Vender con asistentes: respuesta inmediata, seguimiento y el cierre humano
Objeto en la ruta	3 de 8
Dificultad	Intermedia
Modalidad	Autoestudio con video, diagrama propio y reactivos con evidencia
Prerrequisito	temas 1 y 2 de esta ruta
Autoría	Roadwise Consulting

Referencia curricular

Materia:	Administración y dirección
-----------------	----------------------------

Versi\u00f3n interactiva completa (con actividades, v\u00e9deos y autoevaluaci\u00f3n):



<https://empresa.lumbre.lat/object/emp-03>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat