



GUÍA DE REFERENCIA • 2026

Los 22 procesos que puedes automatizar y cuáles mueven de verdad la balanza del dinero

El ranking completo, el impacto real de cada proceso en tu caja, la fórmula para calcular cuánto estás perdiendo hoy y el orden exacto en que deberías implementarlos.

22

procesos
documentados

8

rankeados por
impacto en caja

4

fórmulas para calcular
tu fuga en pesos

90

días de plan de
implementación

Ochenta procesos se pueden automatizar. Solo unos pocos te pagan la factura.

Si buscas “qué automatizar en mi empresa” vas a encontrar listas infinitas: cada tarea repetitiva del mundo, ordenada por lo cómodo que resulta quitártela de encima. Ese es el error. Ordenar por comodidad hace que la mayoría empiece por lo que menos importa y abandone antes de ver un peso de retorno.

Esta guía ordena los procesos por un único criterio: **cuánto mueven la balanza del dinero**. No cuánto tiempo ahorran. No qué tan moderno se ve. Cuánta plata entra, cuánta plata deja de fugarse y qué tan rápido lo notas en la cuenta.

La regla de la balanza

Antes de automatizar cualquier cosa, pásala por estas tres preguntas en este orden:

- **¿Toca dinero que quiere entrar?** (un cliente levantando la mano, una cotización, un seguimiento). Máxima prioridad.
- **¿Toca dinero que ya te ganaste pero no ha llegado?** (facturas, cobranza, recompra). Prioridad alta.
- **¿Solo toca tiempo?** (documentos, reportes, onboarding). Importante, pero va después. Siempre.

La trampa del tercer grupo es que se siente productivo. Automatizar la generación de contratos da una satisfacción inmediata y no cambia absolutamente nada en tu facturación de fin de mes. Automatizar la respuesta a un lead que escribió a las 9 de la noche sí.

CONTENIDO

1. Cómo leer cada ficha · el ranking completo en una tabla	pág. 3
2. Los 8 procesos del ranking, uno por uno	pág. 4
3. Los otros 14 procesos automatizables	pág. 11
4. Calcula tu fuga: la fórmula en pesos	pág. 13
5. Plan de implementación 30 · 60 · 90 días	pág. 14
6. Los 7 errores que arruinan una automatización	pág. 15
7. Checklist previo y siguiente paso	pág. 16

Cómo leer cada ficha

Impacto en caja



Qué tanto mueve la plata que entra o que se fuga. Cinco puntos = se nota en la facturación del mes.

Esfuerzo



Complejidad técnica y de datos. Más puntos = más integraciones, más permisos, más gente involucrada.

Primer resultado

7-14 días

Tiempo realista desde el arranque hasta ver el primer número moverse. No hasta “tenerlo perfecto”.

El ranking completo

#	PROCESO	QUÉ MUEVE	IMPACTO	ESFUERZO	1ER RESULTADO
1	Canales de venta	Dinero que quiere entrar	MUY ALTO	Medio	7-14 días
2	Reactivación de base fría	Dinero dormido	MUY ALTO	Bajo	3-10 días
3	Búsqueda de nuevos clientes	Dinero nuevo	ALTO	Medio	14-30 días
4	Facturación y cobranza	Dinero comprometido	ALTO	Medio	15-30 días
5	Postventa y recompra	Dinero repetido	MEDIO-ALTO	Bajo	21-45 días
6	Reportes y dashboards	Decisiones	MEDIO	Medio	10-20 días
7	Onboarding de empleados	Tiempo y riesgo	BAJO	Bajo	Por contratación
8	Gestión de documentos	Tiempo	BAJO	Bajo	Inmediato

Lee esta tabla al revés antes de decidir

Casi todas las empresas que me escriben quieren empezar por el 6, el 7 o el 8: “necesito un dashboard”, “quiero que los contratos salgan solos”. Son procesos válidos y en algún momento se hacen. Pero si tu problema real es que facturas menos de lo que podrías, empezar por ahí es **gastar el presupuesto de automatización en algo que no te lo va a devolver**. Los tres primeros puestos existen para eso.

Automatización de los canales de venta

El único lugar del negocio donde el cliente levanta la mano y dice “yo quiero comprar”. WhatsApp, Instagram, el formulario de la web, las llamadas entrantes. Si ahí hay fricción, todo lo demás que hagas en marketing se desperdicia.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

7 a 14 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 1

Un lead que escribe y no recibe respuesta en los primeros minutos no se queda esperando: le escribe al siguiente. Tú ya pagaste por ese lead —en pauta, en contenido, en referidos, en años de reputación— y lo pierdes en la última pulgada. Es el punto del negocio donde el dinero está más cerca de entrar y donde más barato es recuperarlo.

SEÑALES DE QUE LO NECESITAS YA

- Los mensajes que llegan de noche, en fin de semana o en festivo se responden al otro día hábil.
- Tienes un vendedor que “responde WhatsApp” entre otras diez tareas.
- No sabes cuántos mensajes entraron el mes pasado ni cuántos terminaron en venta.
- Los clientes preguntan lo mismo diez veces al día: precio, ubicación, disponibilidad, formas de pago.

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Entrada unificada: WhatsApp, Instagram, Messenger, formularios web y llamadas caen en un solo lugar.
- 2 Respuesta inmediata 24/7 con un agente que entiende el contexto del negocio, no un menú de opciones.
- 3 Calificación: presupuesto, necesidad, urgencia y zona, con las preguntas que tú defines.
- 4 Enrutamiento al vendedor correcto con el resumen del caso ya escrito, o agendamiento directo en el calendario.
- 5 Registro automático en el CRM: origen, conversación, etapa y responsable. Sin digitación manual.
- 6 Escalamiento a humano cuando el cliente lo pide o cuando la conversación se sale del libreto.

Cómo lo mides

- Tiempo de primera respuesta (meta: menos de 1 minuto)
- % de conversaciones contestadas fuera de horario
- % de leads calificados que llegan al vendedor
- Conversación → cita → venta

El error común

Poner un bot que responde bonito y no hace nada más. Si el agente no califica, no agenda y no deja rastro en el CRM, solo cambiaste un cliente ignorado por un cliente atendido por un robot que tampoco vende. **El objetivo no es contestar: es agendar y registrar.**

STACK TÍPICO

WhatsApp Cloud API

Instagram / Messenger

n8n

Claude API

CRM (Begin, HubSpot, Pipedrive)

Calendario

Reactivación de potenciales clientes

La plata que ya está adentro de tu WhatsApp: los chats de gente que preguntó una vez, pidió precio, dijo “lo pienso” y nunca más volvió a saber de ti. No son leads fríos, son personas que ya te buscaron.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

3 a 10 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 2

Es el proceso con mejor relación entre lo que cuesta montarlo y lo que devuelve, porque no depende de conseguir tráfico nuevo: el costo de adquisición de esos contactos **ya lo pagaste**. La mayoría no compró por timing —no era el momento, no había presupuesto ese mes, se le olvidó— y no porque no quisiera.

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Extracción y limpieza de la base: chats, CRM, cuadernos, Excel del vendedor que ya no está.
- 2 Segmentación por antigüedad, producto consultado y motivo de la no compra.
- 3 Mensaje de reapertura personalizado por segmento, escrito para generar respuesta, no para vender de una.
- 4 Envío escalonado por lotes, respetando límites y horarios, para no quemar tu número.
- 5 El que responde entra a una conversación real con el agente o pasa directo al vendedor.
- 6 Cadencia de seguimiento para los que muestran interés y no cierran de inmediato.

Ejemplo de cálculo (reemplaza con tus números)

Contactos sin cerrar de los últimos 12 meses	800
Responden al mensaje de reapertura (12%)	96
Llegan a una cita o cotización (30%)	29
Cierran (25%)	7 ventas
Con ticket promedio de \$1.800.000	\$12.600.000

Los porcentajes son supuestos conservadores para que veas la mecánica. Cámbialos por los tuyos: aun partiendo el resultado a la mitad, sigue siendo dinero que hoy está quieto.

Cómo lo mides

- % de respuesta por segmento
- Citas generadas por cada 100 contactos reactivados
- Ingreso por contacto de la base
- Bajas y reportes (cuida este número)

El error común

Mandarle a 800 personas el mismo “¡Hola! Tenemos promoción 🎉”. Eso no es reactivación, es spam, y te cuesta el número de WhatsApp. **El mensaje que funciona hace referencia a lo que esa persona preguntó y abre conversación, no cierra venta.**

Búsqueda de nuevos clientes

Buscar y contactar prospectos que encajan con tu cliente ideal, todos los días, sin depender de que alguien se acuerde de hacerlo. Es lo que convierte la prospección en un sistema con volumen predecible en vez de una ráfaga de esfuerzo cuando las ventas bajan.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

14 a 30 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 3 Y NO MÁS ARRIBA

Porque alimenta la caja de forma directa, pero con más latencia y más costo por peso que los dos anteriores. Un lead entrante ya te conoce; a un prospecto en frío hay que ganárselo. Aun así, es el único de los tres que **no tiene techo**: mientras exista mercado, puedes seguir sumando volumen.

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Definición del filtro de cliente ideal: sector, tamaño, zona, cargo del que decide, señal de compra.
- 2 Barrido automático de fuentes (directorios, mapas, redes profesionales) y armado de la lista.
- 3 Enriquecimiento: verificar datos de contacto, descartar duplicados y empresas que no aplican.
- 4 Personalización del primer mensaje con un dato real de esa empresa, generado con IA a partir de lo que se encontró.
- 5 Envío multicanal escalonado y cadencia de seguimiento para los que no responden.
- 6 Los que responden entran al pipeline y quedan asignados con su historial completo.

Cómo lo mides

- Prospectos válidos generados por semana
- % de respuesta y % de respuestas positivas
- Costo por reunión agendada
- Reuniones → propuestas → cierres

El error común

Priorizar volumen sobre filtro. Mil contactos malos generan mil rechazos, queman tus canales y desmoralizan al equipo. **Un filtro estrecho y bien definido rinde más que una lista gigante**, y además hace que el mensaje personalizado tenga sentido.

Nota sobre cumplimiento

Prospectar en frío es legítimo y se hace todos los días en B2B, pero opera con reglas: canal correcto, identificación clara de quién eres, motivo del contacto y salida fácil para quien no quiere más mensajes. En Colombia aplica la normativa de protección de datos personales; si vas a contactar bases grandes, revisa con tu contador o abogado cómo tratas y almacenas esos datos.

STACK TÍPICO

Scraping propio

Verificación de contactos

n8n

Claude API

Email / LinkedIn / WhatsApp

CRM

Facturación y cobranza

Ver quién te debe, cuánto te debe y desde cuándo, y que el recordatorio salga solo. Aquí no estás consiguiendo dinero nuevo: estás liberando el que ya te ganaste y está represado en la cartera.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

15 a 30 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 4

Porque una empresa rentable en el papel se puede quebrar por flujo de caja. Cada día que una factura envejece, la probabilidad de cobrarla baja. Y el cobro suele ser la tarea que todos posponen: es incómoda, la hace el dueño o el contador entre otras cosas, y depende del ánimo. **Un sistema no siente incomodidad y no se le olvida.**

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Emisión y envío de la factura apenas se confirma la venta o se cumple el hito.
- 2 Tablero de cartera en vivo: quién debe, cuánto, cuántos días de vencido y quién es el responsable.
- 3 Recordatorios escalonados por WhatsApp y correo: antes del vencimiento, el día, a los 3, 8, 15 y 30 días, cada uno con tono distinto.
- 4 Link de pago en el mismo mensaje, para que cobrar no implique una llamada.
- 5 Conciliación: al llegar el pago, la deuda se marca sola y los recordatorios se detienen.
- 6 Alerta al dueño cuando un caso pasa el umbral que se define como crítico.

Cómo lo mides

- Días promedio de cobro
- Cartera vencida sobre cartera total
- % de facturas pagadas antes del vencimiento
- Horas al mes dedicadas a perseguir pagos

El error común

Automatizar el recordatorio sin automatizar la conciliación. Si el sistema le sigue escribiendo a un cliente que ya pagó, el daño a la relación cuesta más que la cartera recuperada. **Primero la fuente de verdad del pago, después los mensajes.**

Un detalle que casi nadie mide

El costo real de la cobranza manual no es el tiempo: es la venta que no se hizo porque el comercial estaba cobrando. Cuando el que persigue la cartera es la misma persona que vende, cada hora de cobro se paga dos veces.

Postventa, recompra y fidelización

Venderle otra vez a alguien que ya te compró es incomparablemente más fácil que conseguir un cliente nuevo: ya te conoce, ya te pagó, ya sabe que cumples. La postventa automatizada convierte esa ventaja en una fuente de ingresos recurrente en vez de dejarla al azar.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

21 a 45 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 5 Y NO MÁS ARRIBA

Mueve la balanza, y fuerte, pero con un ciclo más largo: depende del tiempo natural entre una compra y la siguiente. Si tu producto se recompra cada seis meses, el retorno llega en seis meses. Por eso va después de los que activan caja en semanas, no porque valga menos.

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Confirmación y seguimiento de la entrega o del servicio prestado.
- 2 Encuesta corta de satisfacción en el momento justo, con derivación automática: el contento va a reseña de Google, el molesto va a un humano antes de que escriba público.
- 3 Recordatorio de recompra calculado sobre el ciclo real de cada producto o servicio.
- 4 Oferta complementaria según lo que ya compró, no un catálogo genérico.
- 5 Pedido de referidos en la ventana en que el cliente está más satisfecho.
- 6 Alerta de cliente en riesgo: lleva demasiado tiempo sin comprar comparado con su propio patrón.

Cómo lo mides

- % de clientes que compran una segunda vez
- Frecuencia de compra por cliente
- Valor de vida del cliente
- Reseñas nuevas por mes · referidos generados

El error común

Confundir postventa con promoción. Un mensaje que solo dice “vuelve a comprar” entrena al cliente a ignorarte. **El primer contacto después de la venta debe aportar algo:** verificar que todo salió bien, un consejo de uso, un recordatorio de mantenimiento. La oferta viene después.

Dónde vive esto en la práctica

En restaurantes y comercios de alto tráfico, la postventa automatizada suele valer más que cualquier otra automatización, porque el ciclo de recompra es de días y no de meses. En servicios B2B con contratos anuales, el mismo proceso se traduce en renovaciones y en detectar a tiempo al cliente que se está enfriando.

Reportes y dashboards en tiempo real

Dejar de depender de que alguien te arme un Excel el día 8 del mes siguiente y poder ver, hoy, qué está pasando en tu empresa: ventas, cartera, leads, conversión, margen, productividad por vendedor.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

10 a 20 días

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 6

Porque no mueve el dinero: mueve las decisiones que mueven el dinero. Es un multiplicador, no un motor. Un dashboard perfecto sobre un proceso comercial roto solo te muestra en alta definición cómo se te escapan los clientes. Por eso conviene montarlo **después** de tener los canales y el seguimiento automatizados: además, esos procesos son los que generan los datos limpios que el dashboard necesita.

QUÉ SE AUTOMATIZA EXACTAMENTE

- 1 Conexión de las fuentes: CRM, POS, facturación, banco, WhatsApp, pauta.
- 2 Normalización de datos: que “Juan P.”, “Juan Pérez” y “J. Perez” sean la misma persona.
- 3 Tablero con los 6 a 10 indicadores que realmente usas para decidir. Ni uno más.
- 4 Resumen automático diario o semanal al WhatsApp del dueño, en lenguaje claro.
- 5 Alertas por desviación: cuando un número se sale del rango esperado, avisa solo.

Los indicadores que casi siempre faltan

- Leads por canal y costo por lead
- Tiempo de primera respuesta
- Conversión por vendedor y por etapa
- Cartera vencida y días de cobro
- Margen por línea de producto, no solo venta

El error común

Construir el tablero de 40 gráficas que nadie abre después de la segunda semana. **Si un indicador no cambia una decisión concreta, sácalo.** Un reporte de cinco líneas que llega al WhatsApp todos los días a las 7 a.m. se usa muchísimo más que un panel espectacular al que hay que entrar.

STACK TÍPICO

Looker Studio

Supabase

n8n

Google Sheets

Panel propio (Next.js)

7

TIEMPO Y RIESGO

Onboarding de empleados

Checklist de todo lo que hay que hacer cuando entra alguien nuevo: documentos, firmas, accesos a sistemas, entrega de equipos, capacitación inicial, presentación al equipo y seguimiento de los primeros 30 días.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

Por contratación

POR QUÉ ESTÁ EN EL PUESTO 7

Se ejecuta pocas veces al año y no toca la balanza del dinero de forma directa. Dicho eso, sí tiene dos efectos reales: reduce el tiempo hasta que la persona nueva produce, y elimina el riesgo de que se te quede sin firmar un documento o sin revocar un acceso cuando alguien sale. **Si contratas más de una vez al trimestre, empieza a valer la pena.** Si contratas dos veces al año, hazlo con una plantilla y sigue adelante.

- Solicitud y verificación de documentos con recordatorios automáticos al que falta.
- Firma electrónica de contrato y anexos, con archivo automático en la carpeta correcta.
- Creación y revocación de accesos a correo, CRM y herramientas, disparada por el ingreso o la salida.
- Ruta de capacitación por días, con material y evaluaciones cortas.
- Encuesta a los 15, 30 y 90 días para detectar temprano al que se va a ir.

8

TIEMPO

Gestión de documentos

Recibir, leer, crear, enviar y archivar documentos: contratos, actas, remisiones, órdenes de compra, certificados, facturas de proveedor.

IMPACTO EN CAJA



ESFUERZO



PRIMER RESULTADO

Inmediato

POR QUÉ CIERRA EL RANKING

Ahorra tiempo de verdad —a veces muchísimo— pero no mueve la balanza del dinero. Es el ejemplo perfecto de automatización que se *siente* transformadora y no cambia tu facturación. Ojo: hay una excepción. Cuando el documento es parte del proceso de venta (una cotización, una propuesta, un contrato que el cliente está esperando para pagar), **deja de ser un tema de documentos y sube al puesto 1**, porque ahí sí está frenando dinero que quiere entrar.

- Lectura y extracción automática de datos de PDFs y facturas que llegan al correo.
- Generación de documentos a partir de plantillas con los datos ya cargados del CRM.
- Envío a firma, seguimiento del que no firma y archivo automático al cerrar.
- Buscador interno que responde preguntas sobre lo que dice cada documento.

Los otros 14 procesos automatizables

Estos no entraron al ranking del video porque no aplican a todas las empresas por igual, pero en el negocio correcto varios de ellos superan en impacto a los puestos 4 al 8.

9. Agendamiento y confirmación de citas · impacto alto en negocios de agenda

Reserva sin ida y vuelta de mensajes, confirmación automática 24 horas antes, recordatorio el mismo día y reagendamiento en un clic. En clínicas, estéticas, odontologías y servicios técnicos, **cada no-show es una hora vendida que se perdió y no se recupera**.

Mide: % de no-shows antes y después · huecos de agenda por semana

10. Cotizaciones automáticas · impacto muy alto

El cliente pide precio y recibe una cotización correcta, con su nombre, sus condiciones y su margen, en minutos y no al día siguiente. Es, en la práctica, una extensión del puesto 1: la velocidad de cotización es uno de los factores que más define quién se queda con la venta.

Mide: tiempo entre solicitud y envío · % de cotizaciones que se convierten

11. Seguimiento comercial después de la cotización · impacto muy alto

La cadencia que casi nadie ejecuta: el toque a las 48 horas, al quinto día, a los diez, a los veinte. No con un “¿ya lo pensaste?”, sino con contenido, respuestas a objeciones y una razón para volver. Aquí se pierde más plata que en cualquier otra parte del embudo.

Mide: número de toques promedio antes del cierre · % de propuestas sin respuesta

12. Captura de llamadas y calidad del CRM · impacto alto

Grabación de la llamada del vendedor, transcripción automática, extracción de lo importante con IA y actualización del CRM sin que nadie digite nada. Resuelve el problema de raíz de todos los CRM del mundo: **el vendedor no lo llena**, y sin datos no hay pipeline ni pronóstico ni dashboard confiable.

Mide: % de oportunidades con notas al día · precisión del pronóstico de ventas

13. Soporte, PQR y preguntas frecuentes · impacto medio

Un agente que responde el 60–80% de las consultas repetidas con la información real del negocio, clasifica el resto por urgencia y lo enruta al responsable con contexto. Libera al equipo comercial de hacer de mesa de ayuda.

Mide: % de consultas resueltas sin humano · tiempo de resolución

14. Reseñas de Google y encuestas de satisfacción · impacto medio-alto

Pedir la reseña en el momento exacto, al cliente correcto y por el canal que sí abre. Para negocios locales, las reseñas son adquisición: mejoran la posición en el mapa y bajan el costo de conseguir el siguiente cliente.

Mide: reseñas nuevas por mes · calificación promedio · NPS

15. Programa de referidos y fidelización · impacto medio-alto

Registro automático de quién refirió a quién, seguimiento del beneficio y recordatorio en el momento de mayor satisfacción. En comercio y restaurantes, el sistema de puntos o beneficios automatizado por WhatsApp aumenta frecuencia de visita sin descuentos permanentes.

Mide: % de ventas que vienen de referidos · frecuencia de compra

16. Inventario y disponibilidad · impacto alto en comercio y distribución

Sincronización entre punto de venta, bodega, catálogo y canales de venta, con alertas de mínimo y sugerencia de reposición. Vender algo que no tienes cuesta la venta y el cliente; tener parado lo que no rota cuesta caja.

Mide: quiebres de stock por mes · rotación · capital inmovilizado

17. Compras y proveedores · impacto medio

Solicitud de cotizaciones a varios proveedores, comparación automática de precios y tiempos, generación de la orden de compra y seguimiento de la entrega. En empresas con costo de materia prima relevante, esto se ve directo en el margen.

Mide: precio promedio de compra · tiempo del ciclo de abastecimiento

18. Órdenes de servicio y operación en terreno · impacto medio-alto

Asignación de la orden al técnico, checklist obligatorio en el celular, evidencia fotográfica, firma del cliente y cierre automático con reporte enviado. Elimina el “yo sí lo hice” y las órdenes que se facturan tarde o no se facturan.

Mide: órdenes cerradas el mismo día · % facturado sobre ejecutado · reprocesos

19. Conciliación bancaria y contabilidad · impacto medio

Lectura automática de movimientos, cruce con facturas y comprobantes, clasificación y entrega ordenada al contador. Reduce el cierre de mes de días a horas y baja el riesgo de errores que después salen caros.

Mide: días de cierre contable · partidas sin conciliar

20. Selección y reclutamiento · impacto bajo-medio

Filtro automático de hojas de vida contra los criterios reales del cargo, prueba corta enviada sola, agendamiento de entrevistas y descarte respetuoso de los que no siguen. Útil si contratas seguido o si tienes rotación alta en operación.

Mide: días para llenar una vacante · horas de tu equipo por contratación

21. Base de conocimiento interna · impacto medio

Un asistente que responde a tu propio equipo: precios vigentes, políticas, procedimientos, cómo se hace tal cosa. Corta la dependencia de que “eso solo lo sabe fulano” y acelera muchísimo al que acaba de entrar.

Mide: consultas internas resueltas sin interrumpir a nadie · tiempo de rampa

22. Contenido y publicación · impacto bajo directo, alto acumulado

Producción asistida, calendario, publicación programada y reciclaje de lo que funcionó. No genera caja mañana, pero alimenta el puesto 1: sin contenido no hay quien levante la mano.

Mide: publicaciones por semana · conversaciones iniciadas por contenido

Cómo elegir entre estos catorce

No los priorices por lista: priorízalos por dónde tienes el cuello de botella. Si vendes bien pero entregas mal, el 18 vale más que el 10. Si tienes agenda y se te cae, el 9 es tu puesto 1. **La única jerarquía universal son los tres primeros puestos del ranking**; de ahí para abajo, manda tu operación.

Calcula tu fuga antes de automatizar nada

Ninguna decisión de automatización debería tomarse con la sensación de que “hay desorden”. Debería tomarse con un número. Estas cuatro fórmulas te dan ese número en menos de veinte minutos con datos que ya tienes.

Fuga 1 · Leads sin atender a tiempo

Leads del mes × % que no recibe respuesta en la primera hora × tu tasa de cierre × ticket promedio

120 leads × 45% sin respuesta	54
× tasa de cierre 20%	10,8
× ticket \$1.800.000 = al mes	\$19,4 M

Fuga 2 · Base fría sin reactivar

Contactos sin cerrar en 12 meses × % de respuesta esperado × % de cierre × ticket

800 contactos × 12% responde	96
× cierran 7,5% de los que responden	7,2
× ticket \$1.800.000 = una vez	\$12,9 M

Fuga 3 · Cartera represada

Cartera vencida × % que se vuelve incobrable + costo financiero de lo que cobras tarde

Cartera vencida	\$40 M
× 8% que nunca se cobra	\$3,2 M
+ costo de financiar 45 días	≈ \$4,5 M

Fuga 4 · Horas operativas de gente cara

Horas/semana en tareas repetibles × costo real de esa hora × 52 semanas

25 h/semana entre 3 personas	1.300 h/año
× costo real por hora	\$18.000
Al año	\$23,4 M

Sobre el “costo real por hora”

No uses el sueldo dividido en horas. Un salario de \$2.000.000 en Colombia no cuesta \$2.000.000: con prestaciones, primas, cesantías, parafiscales, dotación y el tiempo de entrenamiento, el costo anual real de esa posición se acerca a los **\$34.000.000**. Ese es el número contra el que debes comparar cualquier automatización, no el sueldo nominal. Y ese empleado trabaja 8 horas, en días hábiles, y depende de su ánimo.

Regla de decisión

Suma las cuatro fugas. Si el total anual no supera **tres veces** lo que costaría automatizarlas, no lo hagas todavía: no es tu prioridad. Si lo supera —y en la mayoría de las pymes que diagnostico lo supera con holgura— entonces el debate no es si automatizar, sino **por cuál de los tres primeros puestos empezar**.

Plan de implementación 30 · 60 · 90

El orden importa tanto como la selección. Este es el que uso: cada fase deja funcionando algo que produce datos y resultados para la siguiente.

30

Días 1 a 30 · Tapar la fuga de entrada

- Mapeo del proceso comercial real, no del que está en el manual: dónde entra cada lead, quién responde, en cuánto tiempo, dónde queda registrado.
- Automatización del canal principal (normalmente WhatsApp): respuesta inmediata, calificación, agendamiento y registro.
- Reactivación de la base fría, por lotes, empezando por los contactos de los últimos 6 meses.
- Medición base: tiempo de primera respuesta, leads del mes, conversión. Sin esto no vas a poder demostrar nada después.

60

Días 31 a 60 · Convertir mejor lo que ya entra

- Cotización automática y seguimiento con cadencia definida para todo el que pide precio.
- Captura de llamadas y actualización automática del CRM, para que el pipeline diga la verdad.
- Segundo canal (Instagram, web, entrantes telefónicos) conectado al mismo flujo.
- Primer tablero de control con 6 indicadores y resumen diario al WhatsApp del dueño.

90

Días 61 a 90 · Sostener y expandir

- Facturación y cobranza automatizadas, con conciliación conectada.
- Postventa: satisfacción, reseñas, recompra y referidos.
- Prospección en frío en marcha, alimentando el mismo pipeline.
- Automatización del proceso operativo específico de tu negocio (inventario, órdenes de servicio, agenda).

La regla que hace que esto funcione

Un proceso a la vez, funcionando y medido, antes de empezar el siguiente. El error más caro que veo no es elegir mal el proceso: es **arrancar cinco automatizaciones al tiempo** y terminar con cinco cosas a medias que nadie usa y que el equipo ya aprendió a esquivar.

Los 7 errores que arruinan una automatización

- 1 Automatizar un proceso roto.** La automatización multiplica lo que ya existe. Si el proceso está mal diseñado, ahora vas a hacer mal las cosas más rápido y a mayor escala. Primero se arregla, después se automatiza.
- 2 Empezar por lo cómodo en vez de por lo rentable.** Documentos y reportes son el punto de partida favorito porque son visibles y no incomodan a nadie. También son los puestos 6 y 8 del ranking.
- 3 No definir un dueño del proceso.** Toda automatización necesita una persona responsable de revisarla, corregirla y decidir qué hacer con las excepciones. Sin dueño, a los dos meses está apagada y nadie sabe por qué.
- 4 Cero medición antes de arrancar.** Si no sabes cuánto te demorabas en responder o cuánto vendías por lead, no vas a poder decir si sirvió. Y sin evidencia, la primera vez que algo falle se elimina el sistema entero.
- 5 Automatizar sin salida a humano.** Todo flujo necesita una puerta clara para que el cliente hable con una persona. El costo de atrapar a un cliente molesto en un bucle automático es mucho más alto que el ahorro.
- 6 Montarlo a espaldas del equipo.** Si los vendedores creen que esto los va a reemplazar, lo sabotean: siguen respondiendo por su celular personal y no registran nada. Se presenta como lo que es: les quita lo repetitivo y les deja lo que sí les da comisión.
- 7 Tratarlo como un proyecto y no como un sistema.** Los precios cambian, el catálogo cambia, entra gente nueva. Una automatización sin mantenimiento se degrada sola y a los seis meses da respuestas equivocadas.

Y uno más, el más caro de todos

Tratar de resolver un síntoma con IA sin haber identificado la causa real. “Necesito un chatbot” casi nunca es el problema: es la solución que alguien ya eligió. El problema puede ser que no hay proceso de seguimiento, que nadie mide, que el cuello de botella está en entrega y no en ventas. **Si tienes claridad sobre tu problema real, ya resolviste la mitad.**

SECCIÓN 7

Checklist antes de automatizar cualquier proceso

- ¿Cuál de las tres preguntas de la balanza responde este proceso?
- ¿Puedo escribir el proceso completo en pasos, tal como ocurre hoy?
- ¿Cuál es el número que quiero mover y cuánto vale hoy?
- ¿Quién será el dueño de esta automatización cuando esté funcionando?
- ¿Los datos que necesita existen y están accesibles?
- ¿Qué pasa cuando falle? ¿Quién se entera y cómo?
- ¿Cuánto tendría que producir para pagarse en 90 días?

Mi trabajo no es venderte automatizaciones.

Es **devolverte tu tiempo y tu independencia**, y que tu empresa pueda crecer sin fricción y sin tener que contratar a más gente para tapar huecos.

I · Identificar

Mapeamos cómo opera hoy tu negocio y dónde se está fugando el dinero, en pesos y no en adjetivos.

D · Diseñar

Definimos qué proceso se automatiza primero, con qué números tiene que responder y en qué plazo.

S · Sistematizar

Se implementa, se mide y queda funcionando con un responsable claro. Sistema, no proyecto.

SIGUIENTE PASO

Diagnóstico de 20 minutos, sin costo

Revisamos tu operación con el método **I.D.S** —Identificar, Diseñar, Sistematizar—, ubicamos dónde está tu fuga más grande y sales de la llamada con el orden exacto en que deberías automatizar, lo hagamos juntos o no.

Respóndeme por este mismo chat con la palabra **DIAGNÓSTICO**

o escríbeme a Instagram: @luisr_a.i