



¡Bienvenido!

CDMX, México

Claudia Lizaldi

Conductora,
actriz y autora



Conversations



Agenda

10:00 - 10:15 AM

Las novedades de WhatsApp y la IA: el futuro de las conversaciones es ahora

Marco Casarin, Meta

10:15 - 10:25 AM

México conversacional: cómo los negocios están construyendo el mañana

Henrique Marques, Meta

10:25 - 10:35 AM

Decodificando la jornada: de las ventas a la eficiencia operacional con WhatsApp

Cesar Gil Vazquez, Walmart
Luis Tenorio, Meta

10:35 - 10:45 AM

Del lanzamiento a la práctica: mejores prácticas para Usernames

Elizabeth Macías, Meta

10:45 - 10:50 AM

Conversaciones y negocios: soluciones para marketing

Andy Alvarez, Meta

10:50 - 11:00 AM

Conversaciones y negocios: soluciones para marketing, con Uber

David Vargas, Uber
Dagmar Frehoff, Meta

11:00 - 11:10 AM

Conversaciones y negocios: soluciones para la experiencia y la relación con el consumidor

Daniel Gelemovich, Volaris
Alberto Castillo, Meta

11:10 - 11:20 AM

Jornada completa con WhatsApp: integrando las tiendas físicas con soluciones digitales

Máximo Cárdenas, Chedraui
Hector Siller, Meta

COFFEE BREAK | 11h20 - 11h40

Agenda

11:40 - 12:45 PM

Conversaciones y verticales: una inmersión en diferentes industrias

Elizabeth Macías, Meta

11:45 - 12:00 PM

WhatsApp para el retail y ecommerce: Masterclass con VTEX + caso de éxito con Martí

Rafa Forte, VTEX
Arlette Karina Morales Lozano, Deportes Martí

12:00 - 12:15 PM

WhatsApp para el sector financiero: Masterclass con Blip + caso de éxito con Kueski

Thiago Gonçalves, Blip
Darinka Yael Moreno y Frausto, Kueski

12:15 - 12:30 PM

WhatsApp para educación: Masterclass con Atom + caso de éxito con ISU Universidad

Dulce Rodríguez, Atom

12:30 - 12:45 PM

WhatsApp para telecom: Masterclass con Auronix + caso de éxito con IZZI

Monica Orozco González, Auronix
Daniel Alberto Colin Cacho, IZZI

12:45 - 12:50 PM

¿Y ahora? Próximos pasos

Héctor Siller, Meta

12:50 - 13:00 PM

Certification con Blueprint

Sergio García, Meta

CIERRE | 13h00

Patrocinadores



Conversations





Las novedades de WhatsApp y la IA

El futuro de las conversaciones es ahora



Marco Casarin
Country Director Mexico
Meta

¡¡¡Gooooooooo!!!!!!

19:58



¡Vamos México!



19:59



¡Qué partido,
amigos!

20:00



¡Me encantan
estos partidos!

20:02



0:28

20:01



¡Qué golazo!



20:01



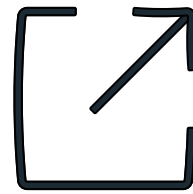
Mark Zuckerberg

20 de dezembro de 2022 · 🌐

[Leo Messi](#)'s World Cup post is now the most liked in Instagram history. WhatsApp also reached a record 25 million messages per second during the final.



Los mensajes
quedan sin
respuesta



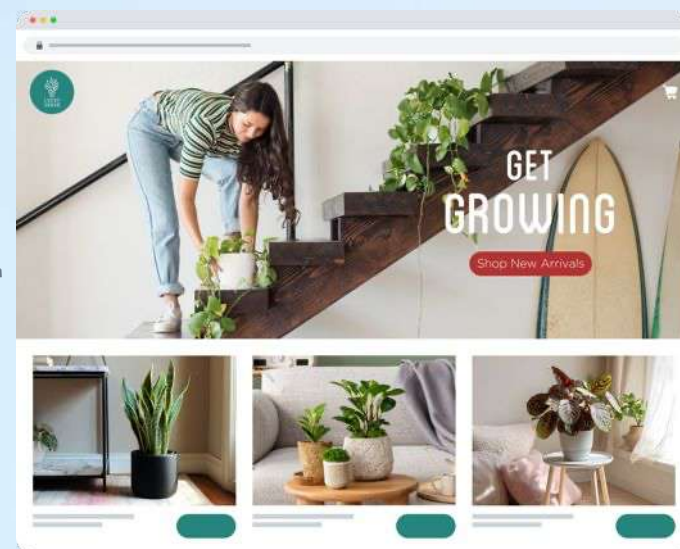
Escalar es
difícil



Impersonalidad
con bots



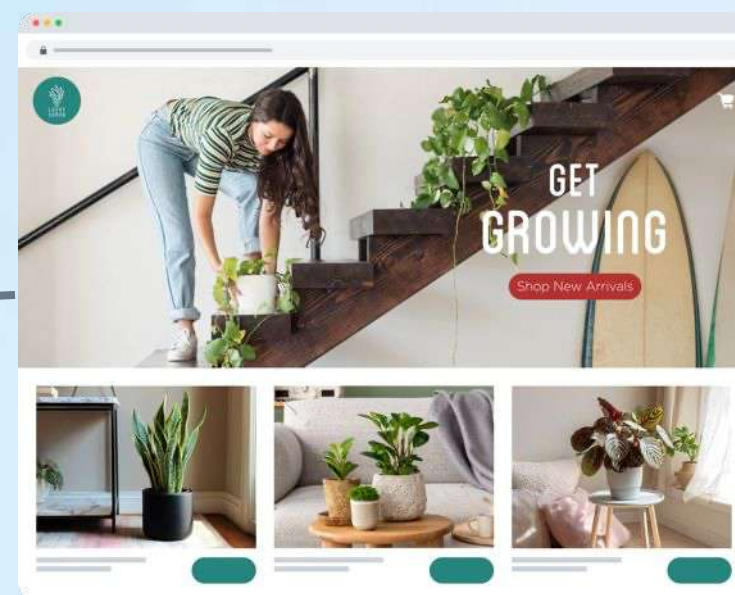
Tienda física



Sitio
web



Mensajería



Hi Quinn, your order 1032 has shipped!



 Send message



8 de cada 10

mexicanos intercambian mensajes con
un negocio al menos una vez por semana



63%

de los mexicanos considera útil recibir
respuestas de IA o de un agente de IA

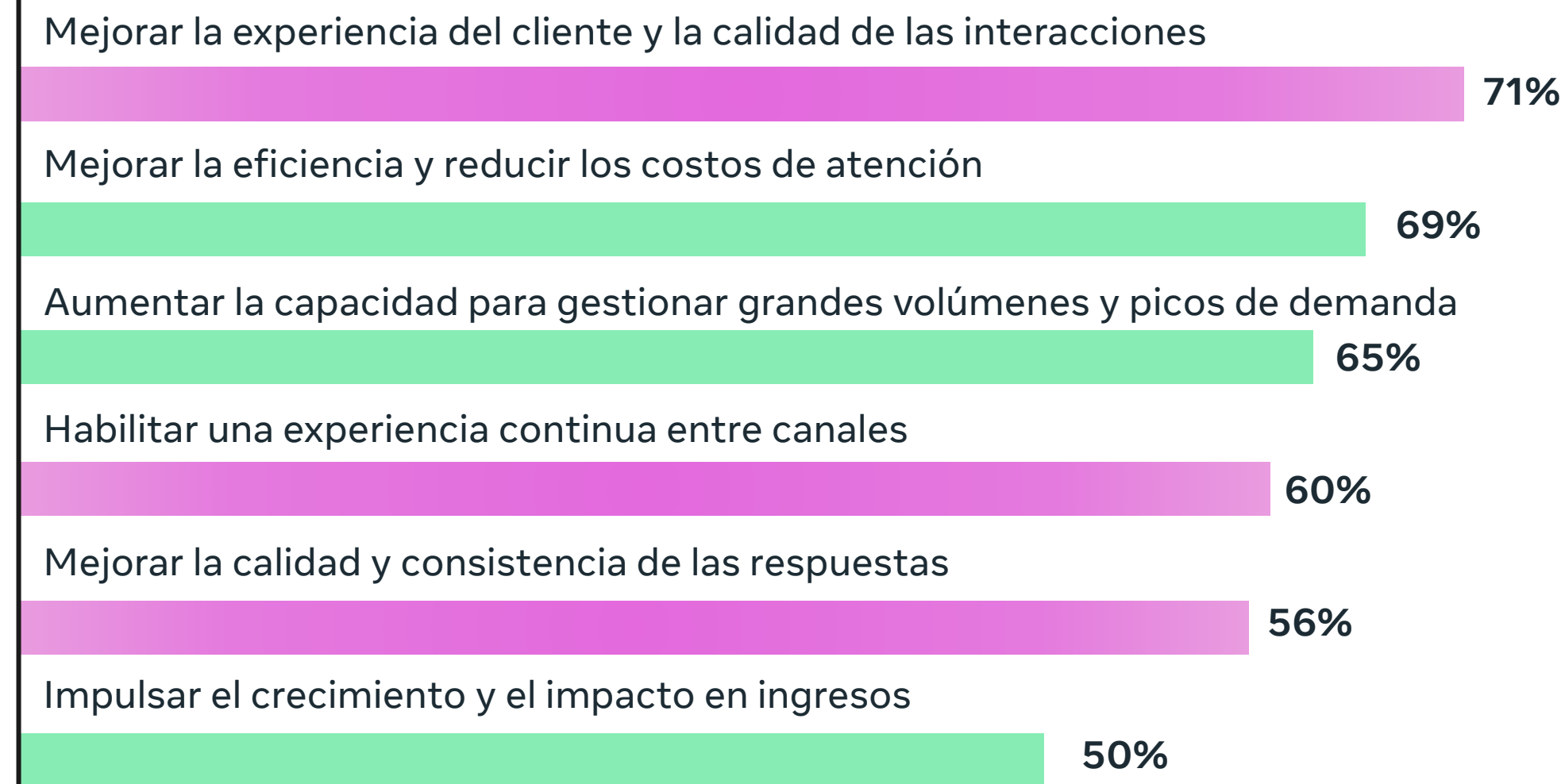


Hi Frank! Your guide is on the way.
Meet him outside at the kerb. Enjoy
your tour of London!

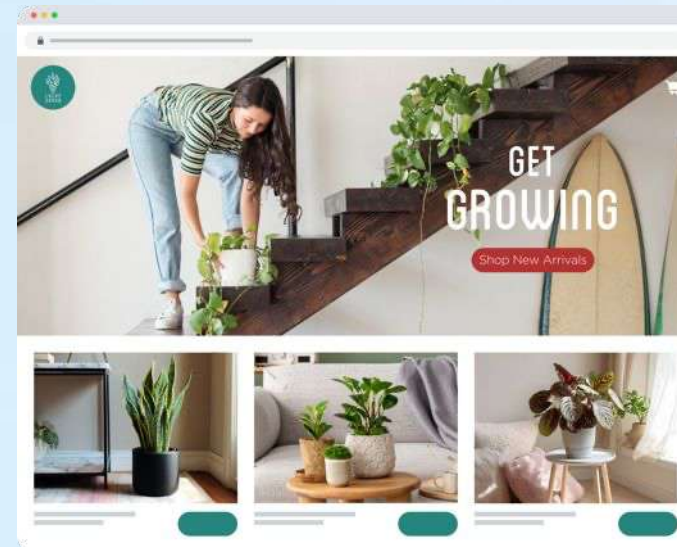
Las empresas mexicanas están escalando rápidamente el uso de IA para transformar la mensajería. Los recorridos fluidos y el servicio escalable son prioridades.

¿Cómo esperan las empresas mexicanas que la IA optimice la mensajería para negocios? (%)

- Alcanzar escala mediante prácticas económicamente sostenibles
- Hacer posible la creación y mejora de nuevas experiencias para los clientes



Bienvenidos a la era de las conversaciones impulsadas por IA



Your order #LS2637 is out for delivery!

- ✓ Gestiona más conversaciones de forma eficiente
- ✓ Convierte conversaciones en ventas
- ✓ Mantén tu operación funcionando sin interrupciones
- ✓ Escala sin perder el toque humano





Free
One night on us

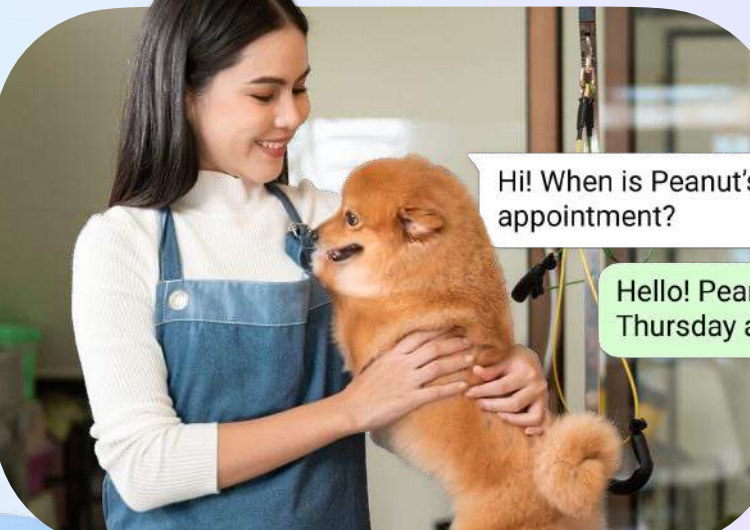
You've reached Platinum status!
Here's one free night for your
loyalty, on us! 11:59 ✓

 Copy offer code



Hi! Can I put in an order for some
of your delicious muffins?

Hi there. Of course! What
flavors would you like?

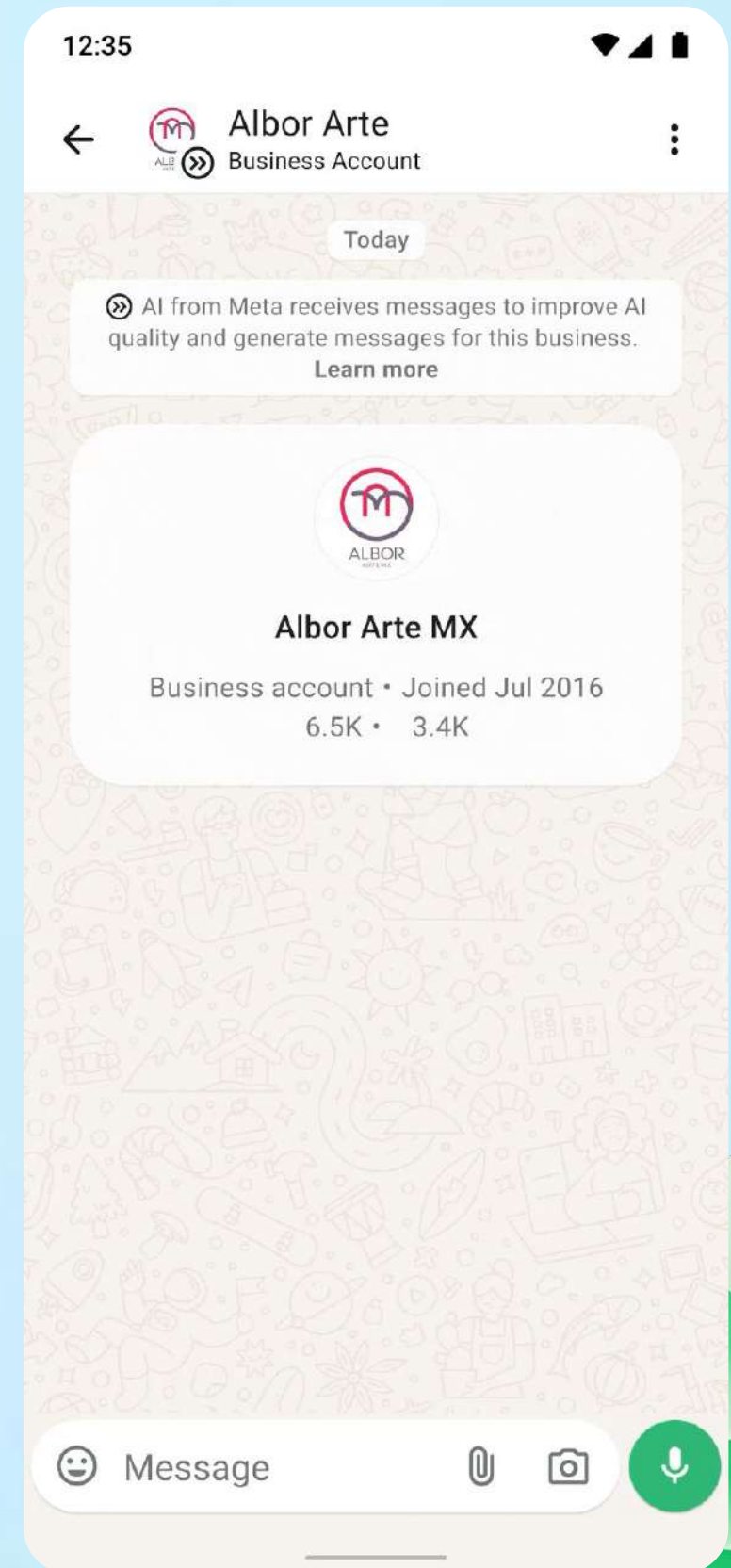


Hi! When is Peanut's next grooming
appointment? 17:39

Hello! Peanut's next appointment is
Thursday at 2:00 PM. AI 🌟 17:40 ✓



Meta Business Agent





Meta Business Agent Platform

Experiencias de descubrimiento en WhatsApp

Encuentra empresas mediante la búsqueda, comparte enlaces y tarjetas de contacto.



Hola, ¿qué plantas para interiores tienen?

10:29 ✓✓



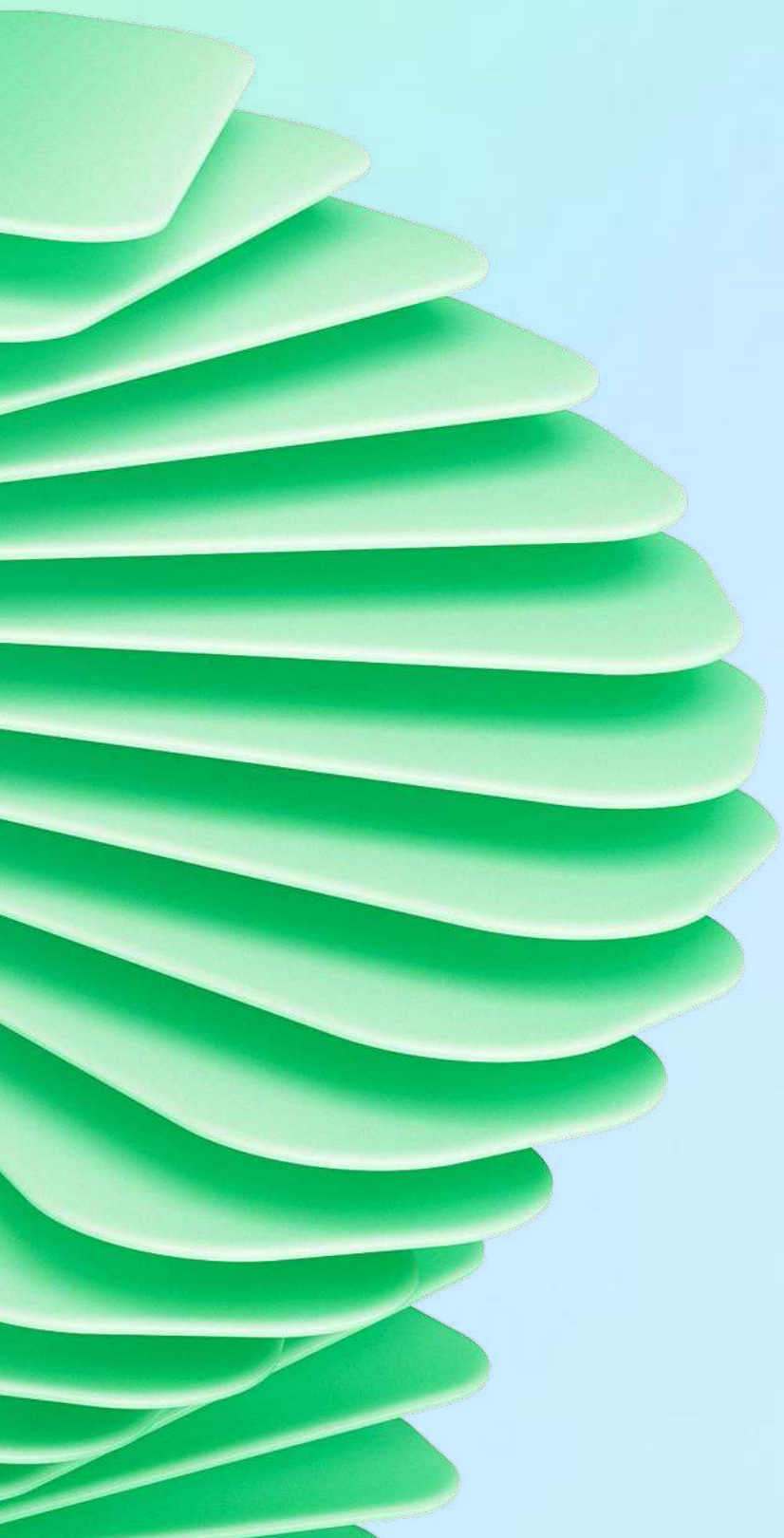
Lucky Shrub

Bring beautiful greenery and blooms into any space.

Aquí está nuestro catálogo para espacios interiores. Puedes filtrar por nivel de exposición solar.

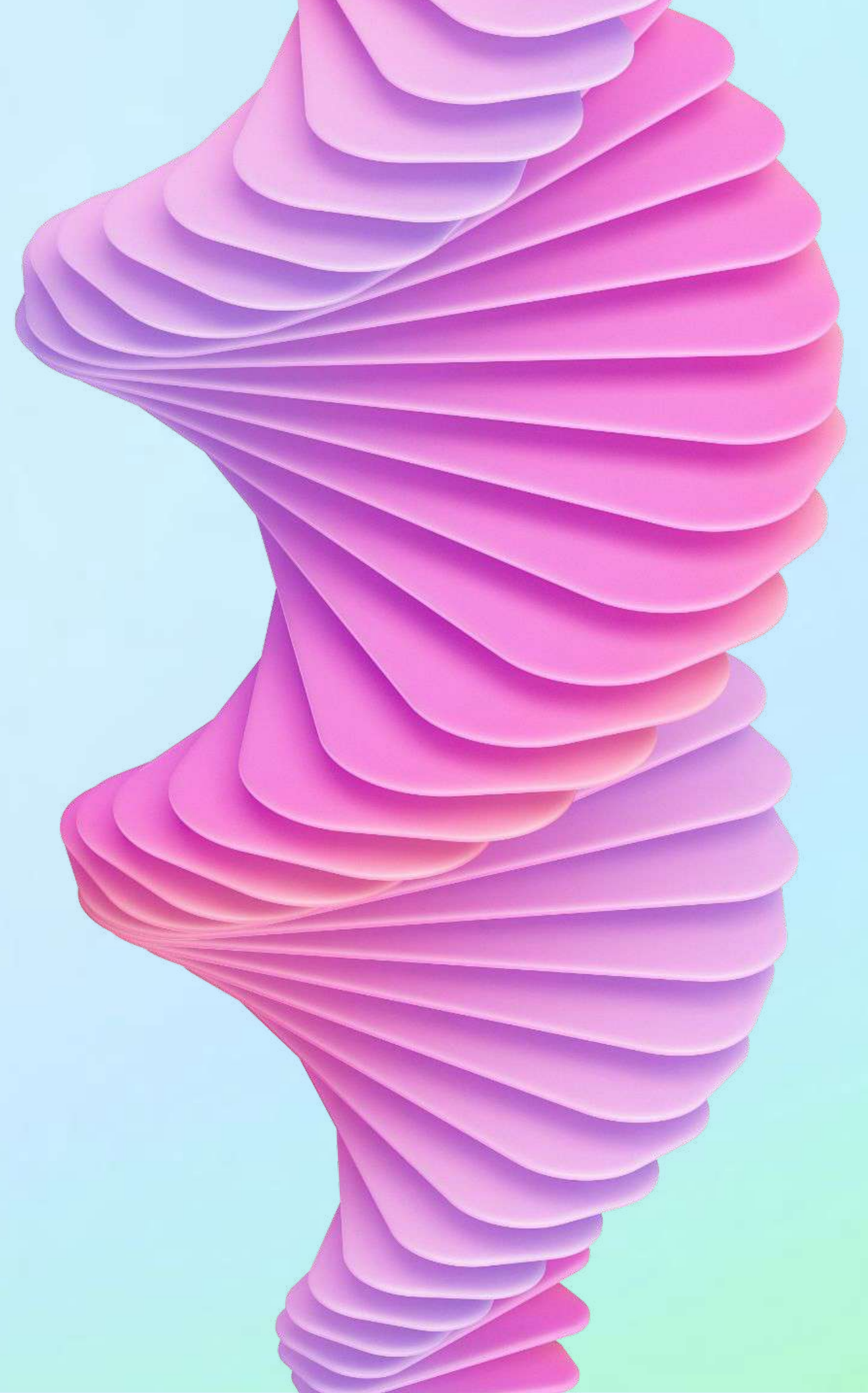
AI 🌿 17:40

[Ver catálogo](#)



México tiene la
cultura de las
conversaciones.

Meta aporta la tecnología
para hacerlas posibles a
escala.



Conversations





México conversacional

Cómo los negocios están
construyendo el mañana



Henrique Marques
Enterprise Technical Sales Manager LATAM
Meta



Hi Frank! Your guide is on the way. Meet him outside at the kerb. Enjoy your tour of London!



Send message

+1BI

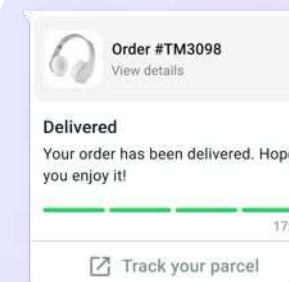
de conversaciones diarias activas
con empresas en nuestras
plataformas de mensajería, desde
consultas sobre productos hasta
mensajes de atención al cliente.

I want to switch up my monthly coffee order. What would you recommend?

11:50 ✓✓

Happy to help! Do you prefer light or dark roast?

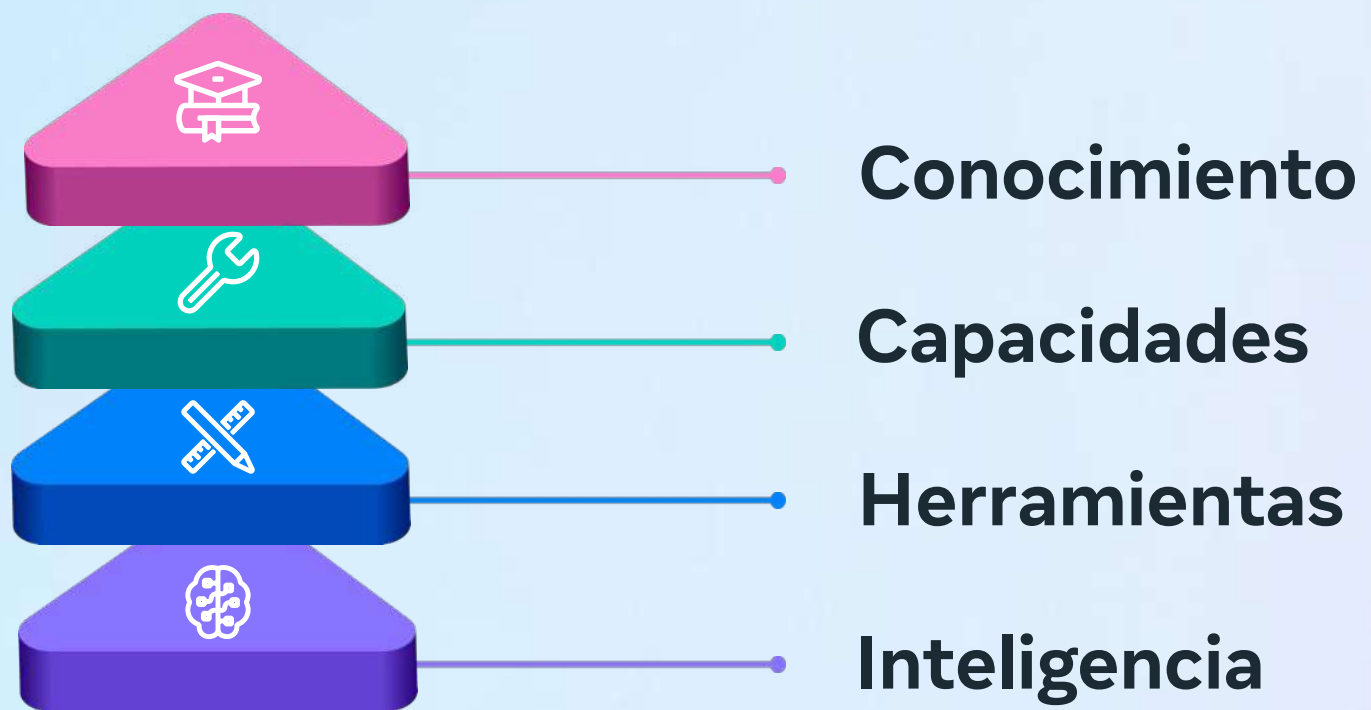
11:53



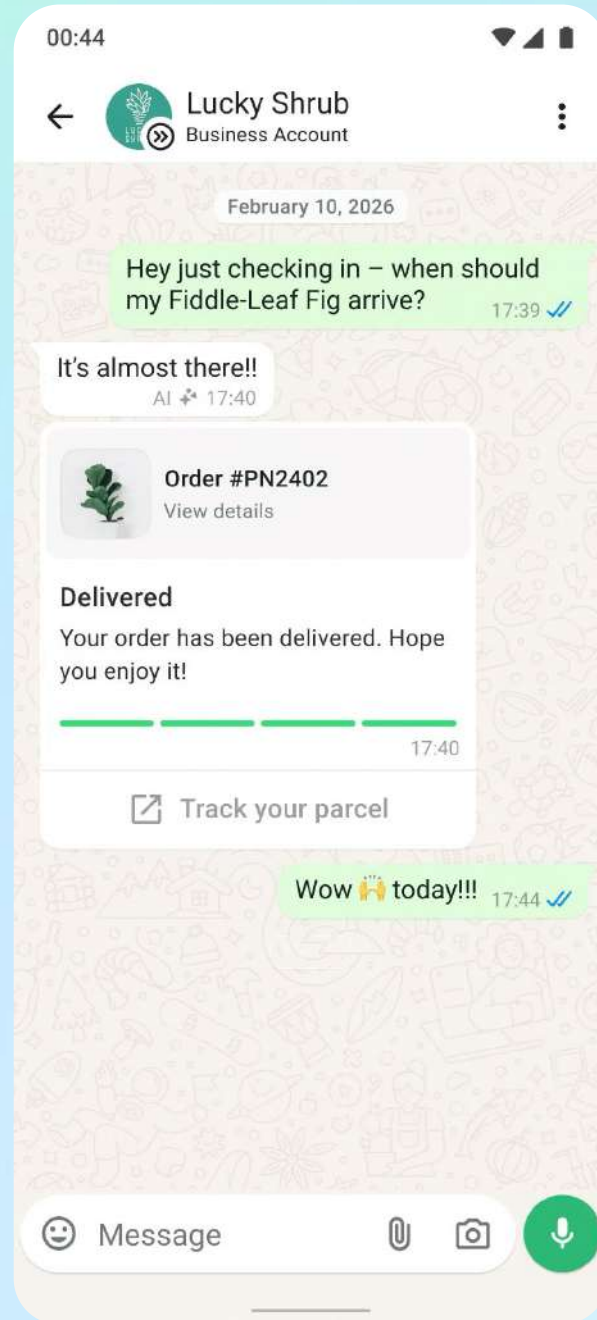
*Fuente: Meta Internal Data, October, 2025

Meta Business Agent Platform



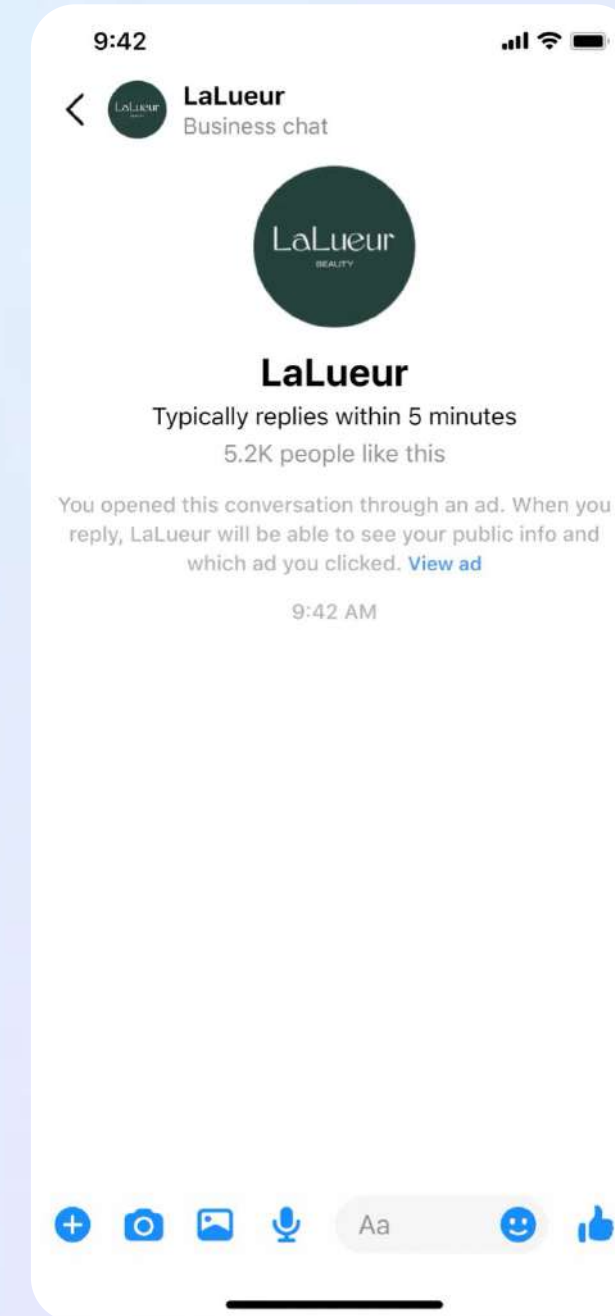






Meta Business Agent

Ahora disponible en todo el mundo





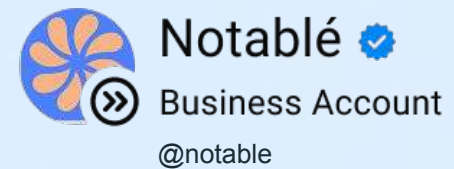
Escanea para comenzar

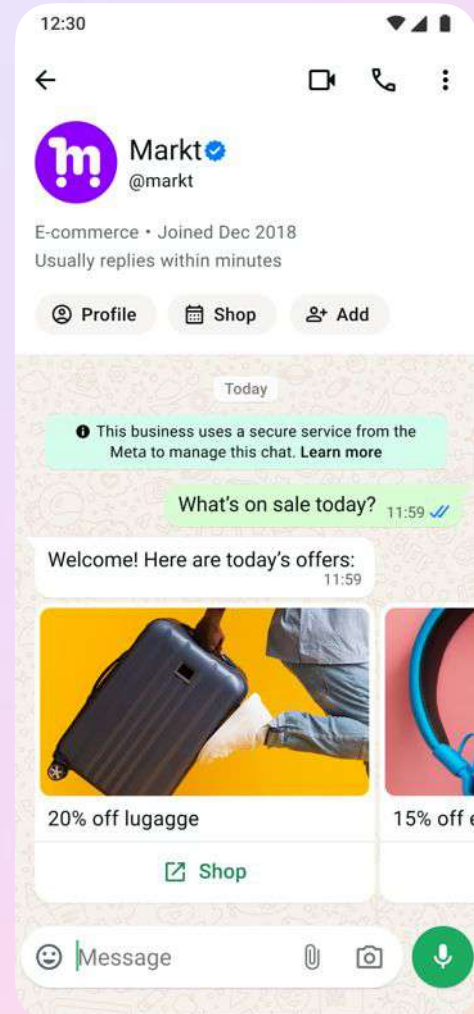
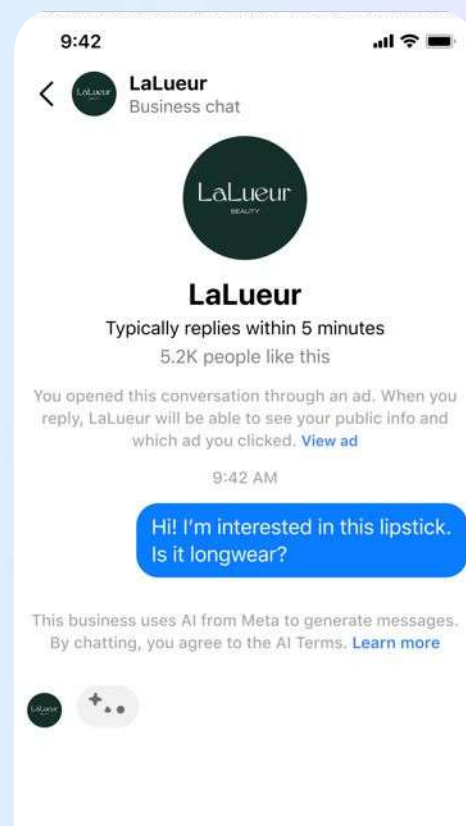
Ya disponible a nivel global



Escanea para
unirte a la lista
de espera

Username





Comienza a construir con nosotros

Conversations





Escanea para
conocer más



Decodificando la jornada: De las ventas a la eficiencia operacional con WhatsApp



Cesar Gil Vazquez

Cargo
Walmart



Luis Tenorio

Enterprise Technical
Sales Specialist, LATAM
Meta



Conversations





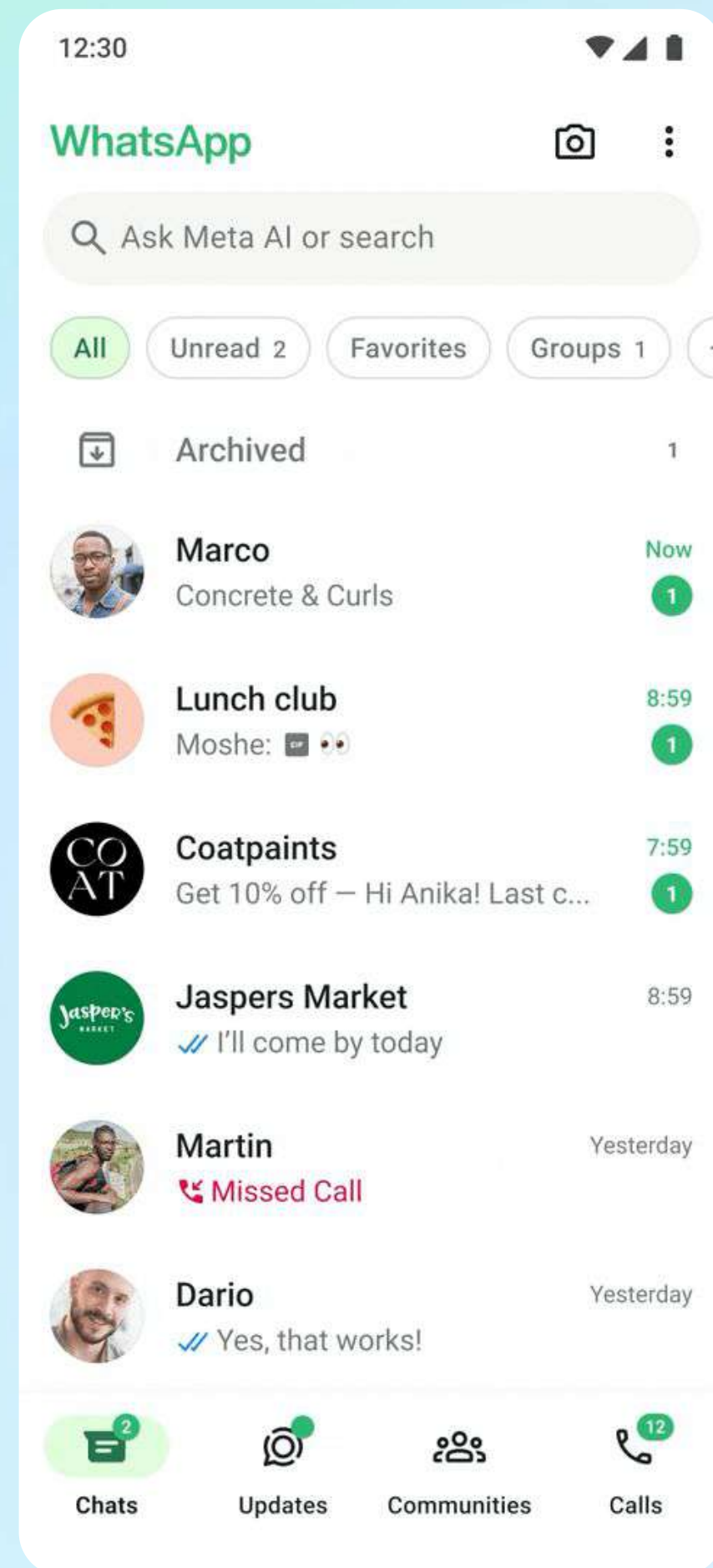
Del lanzamiento a la práctica

Mejores prácticas para Usernames



Elizabeth Macías

Strategic Partner Manager
Meta



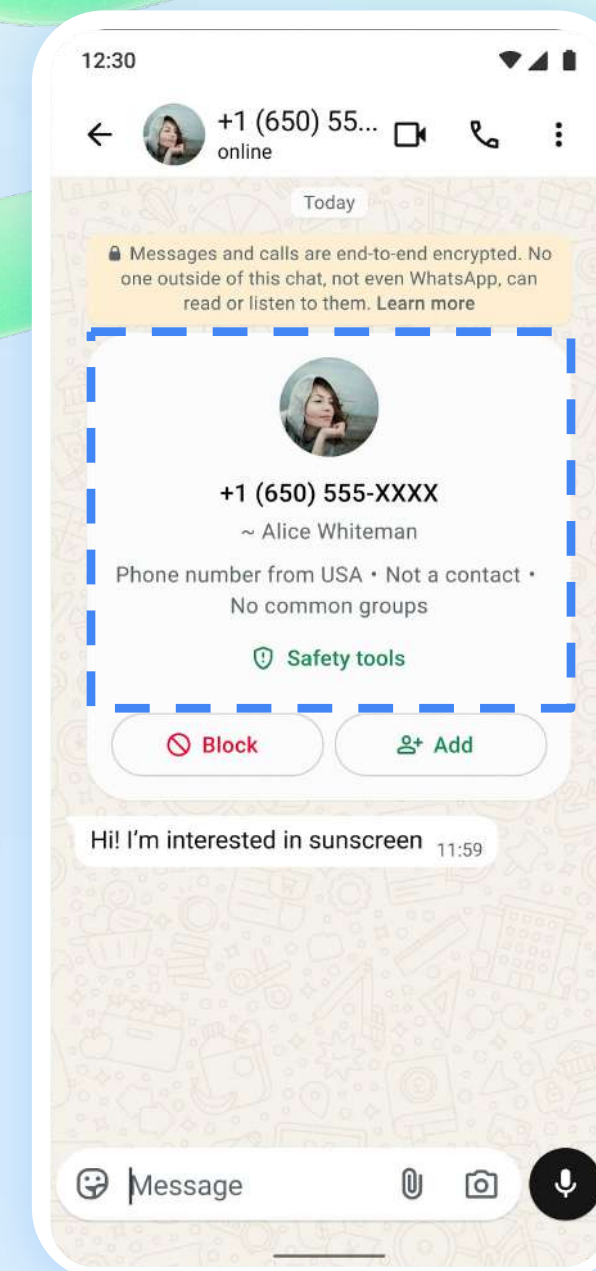
Barra de búsqueda

Las empresas de todos los tamaños podrán adoptar Usernames, facilitando el descubrimiento de la marca.

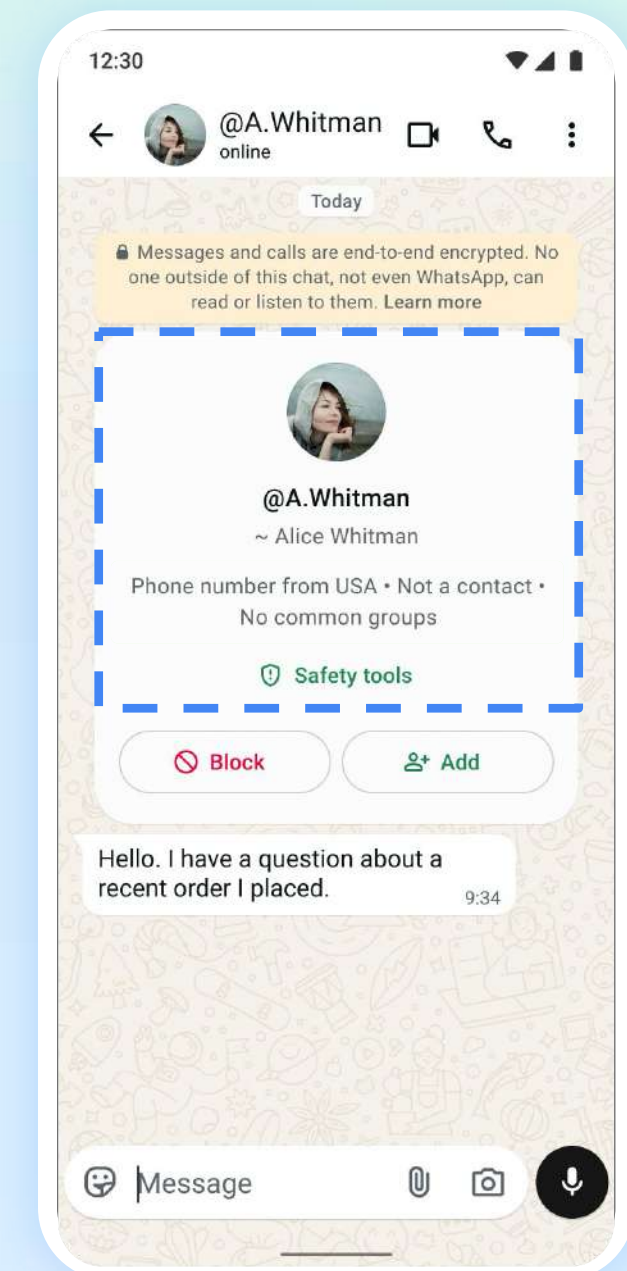


Los Usernames ofrecen a las personas una forma más sencilla de proteger su privacidad

Al permitir que las personas compartan su Username en lugar de su número de teléfono al conversar con otros usuarios en chats individuales y grupos, les damos un mayor control sobre cómo comparten su información de contacto.



Hoy

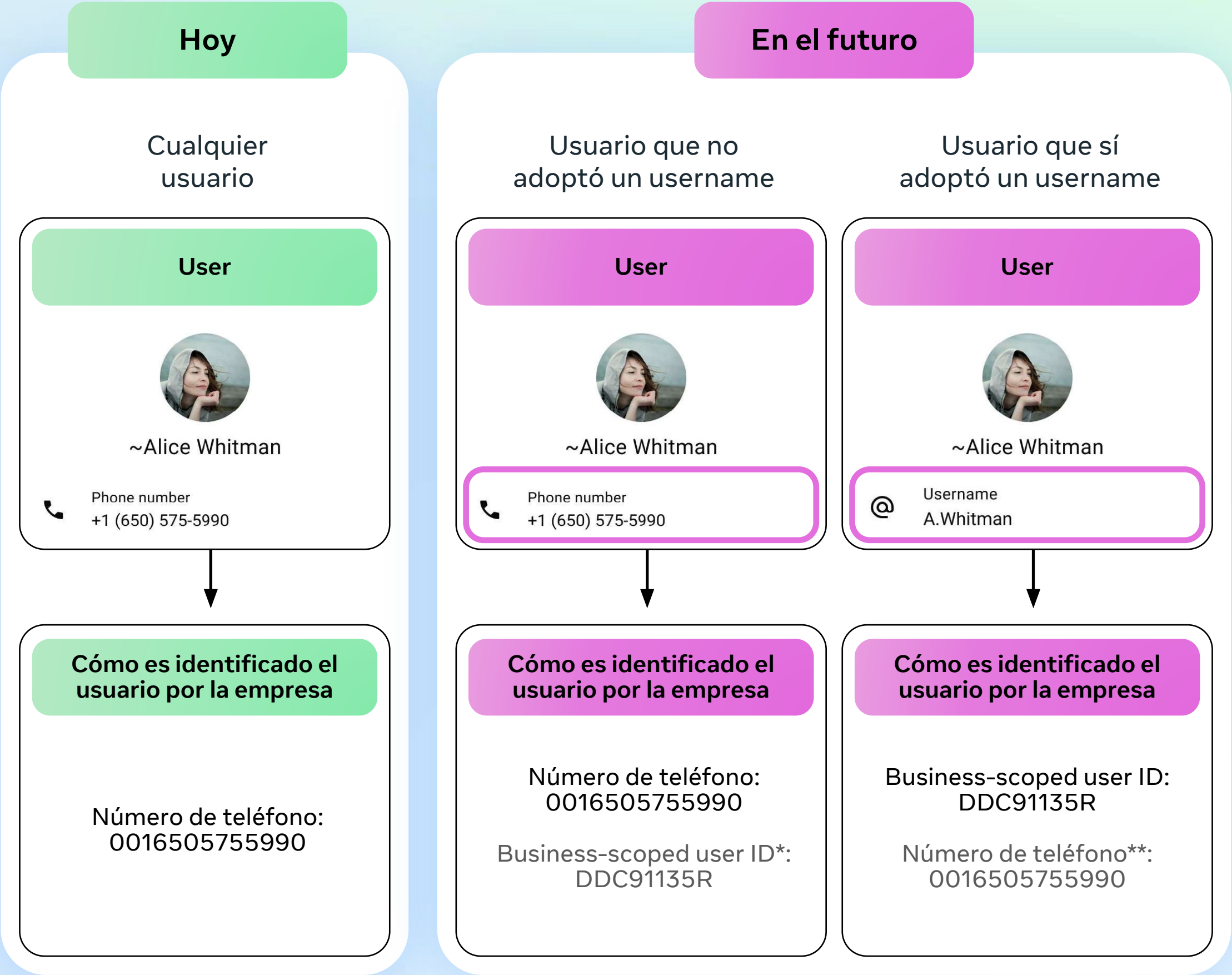


En el futuro

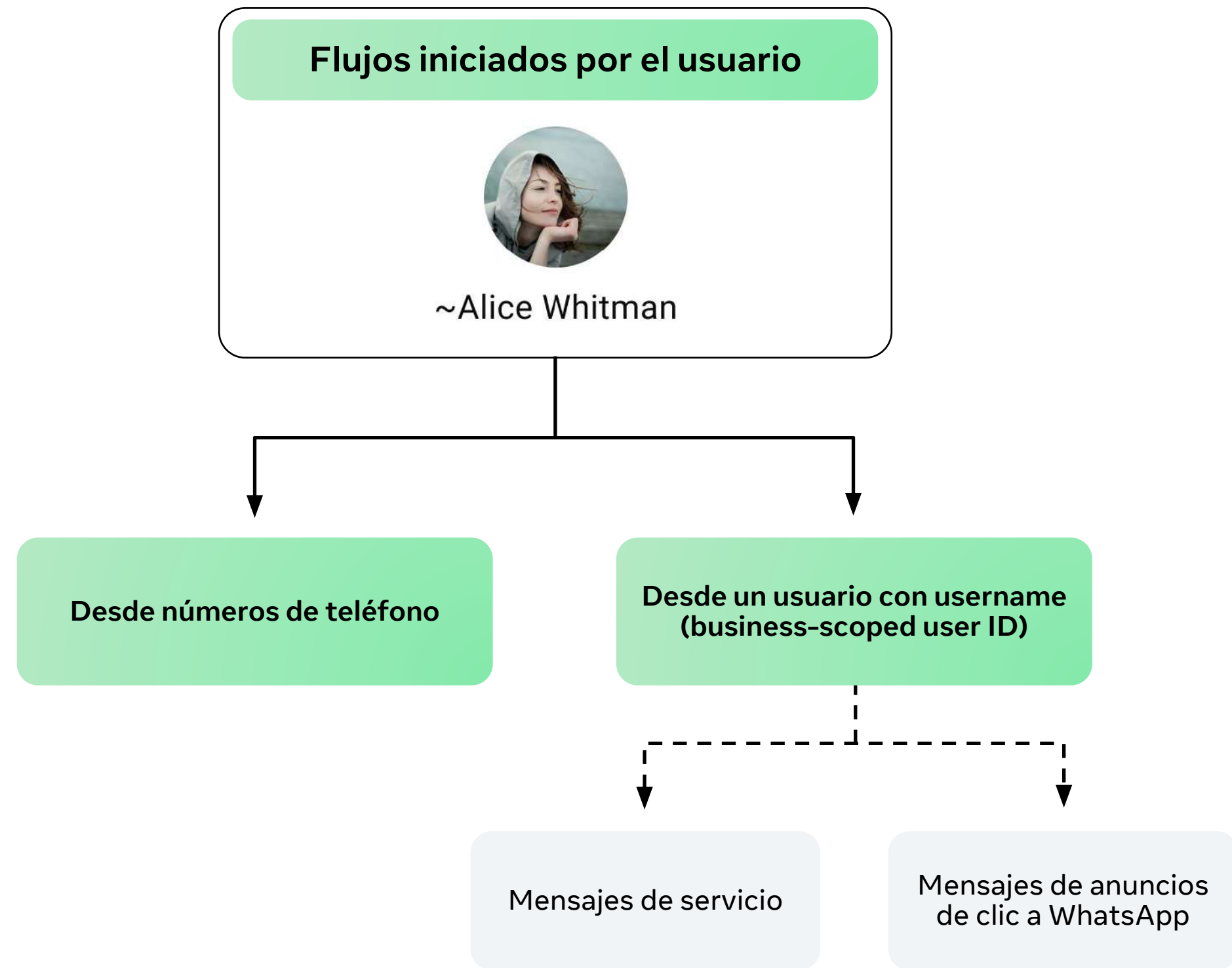
Para hacer posible este cambio, WhatsApp utilizará un nuevo identificador: el **BSUID**

Con la implementación de los Usernames, WhatsApp dejará de compartir automáticamente los números de teléfono de los usuarios que adopten esta funcionalidad.

En su lugar, proporcionará a los partners y a las empresas que utilizan WhatsApp Business Platform un nuevo identificador único en el backend, llamado *Business-Scoped User ID (BSUID)*, para su integración en los flujos de trabajo.



** Si la empresa adoptó el ID de usuario con alcance empresarial, de lo contrario solo el número de teléfono
*** Si la empresa ya tiene una conversación previa con el usuario, de lo contrario solo el ID de usuario con alcance empresarial



Servicio interrumpido - - - - -

Los partners y las empresas deberán adoptar el Business-Scoped User ID para evitar perder acceso a determinados escenarios de mensajería.



Los números de teléfono seguirán apareciendo en los webhooks bajo ciertas condiciones

WhatsApp proporciona un Business-Scoped User ID (BSUID) para cada interacción de usuario. Sin embargo, una vez que el usuario adopte un Username, el número de teléfono podría dejar de estar disponible en algunos escenarios.



El usuario no ha adoptado un username

El usuario está guardado en su lista de contactos

Ha existido una interacción con el número de teléfono del usuario en los últimos 30 días

Lo que no está cambiando

Los números de teléfono seguirán siendo parte fundamental del funcionamiento de WhatsApp mientras introducimos nuevas opciones de privacidad.



Usuarios sin Username

Si un usuario no adopta un Username, no habrá ningún cambio en la visibilidad de su número de teléfono.



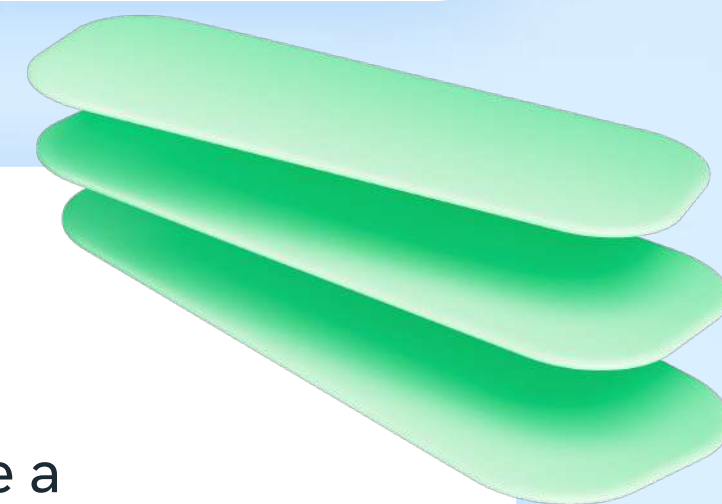
Mensajes iniciados por la empresa

Las empresas podrán seguir enviando mensajes a números de teléfono que ya conocen, incluso si el usuario al que intentan contactar configuró un username.



Mensajes de autenticación

Las empresas continuarán enviando mensajes de autenticación únicamente a números de teléfono, tal como ocurre hoy.



¿Qué hacer ahora?



Realizar una auditoría de sus números de WhatsApp Business actuales y de los flujos donde solicitan el número de teléfono del usuario.



Desarrollar una convención de nombres de usuario escalable.

Ejemplo:
@SuMarca
para global

@SuMarca_MX
para México

@SuMarca_Atencion
para soporte

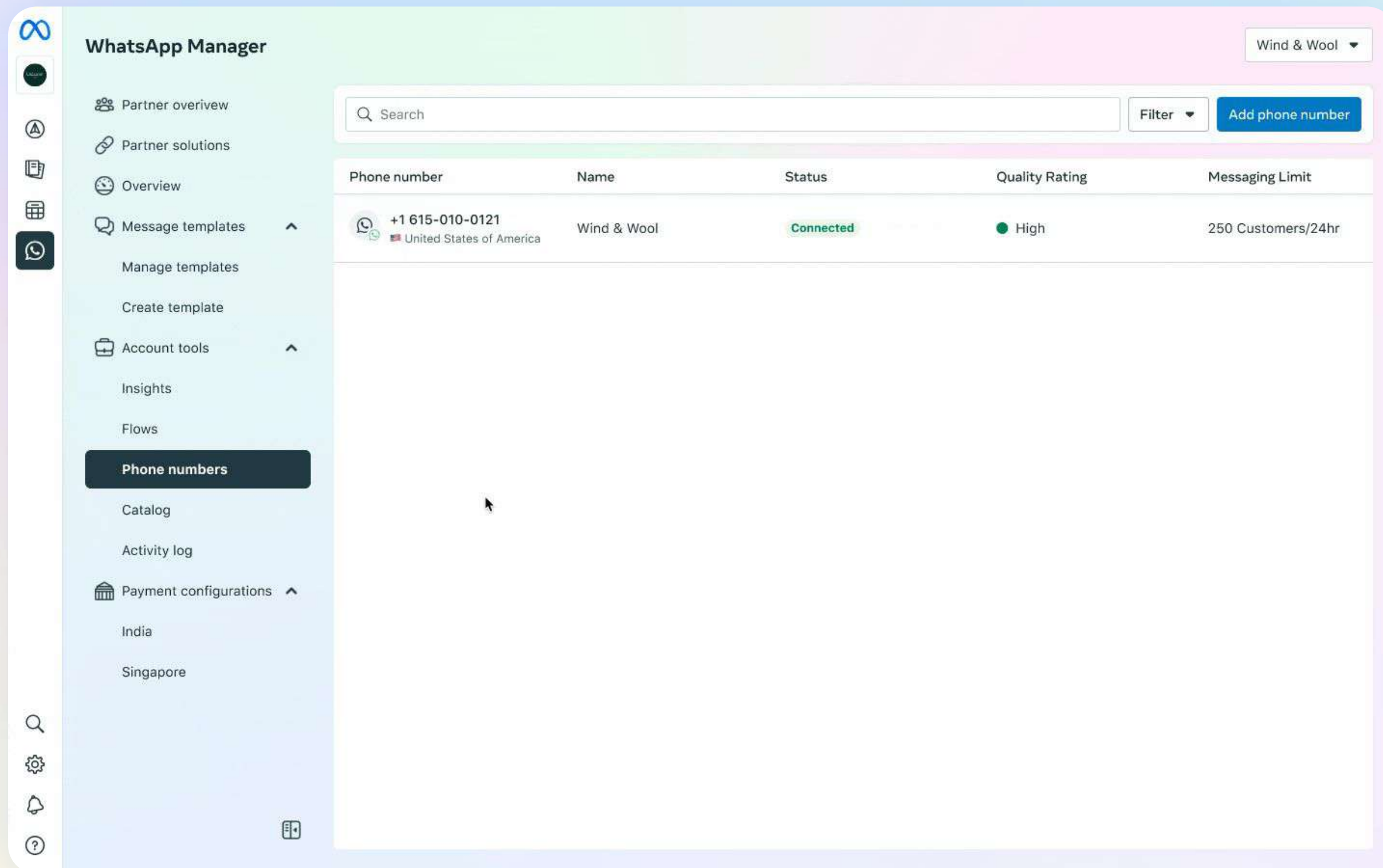


Comenzar a planificar cómo integrar el Username de WhatsApp en su estrategia de medios.



Designar una persona de Marketing para reclamar el Username y un responsable técnico para garantizar que la infraestructura esté preparada.





Las empresas podrán reservar su Username

Las empresas tendrán la posibilidad de crear y reclamar su Username antes del lanzamiento de la funcionalidad, utilizando nombres ya existentes.

¿Qué consideramos nombres existentes?

- Display Names de WhatsApp
- Official Business Accounts de WhatsApp
- Nombres de Meta Verified
- Usuarios (@) de Facebook Business
- Usuarios (@) de Instagram Business

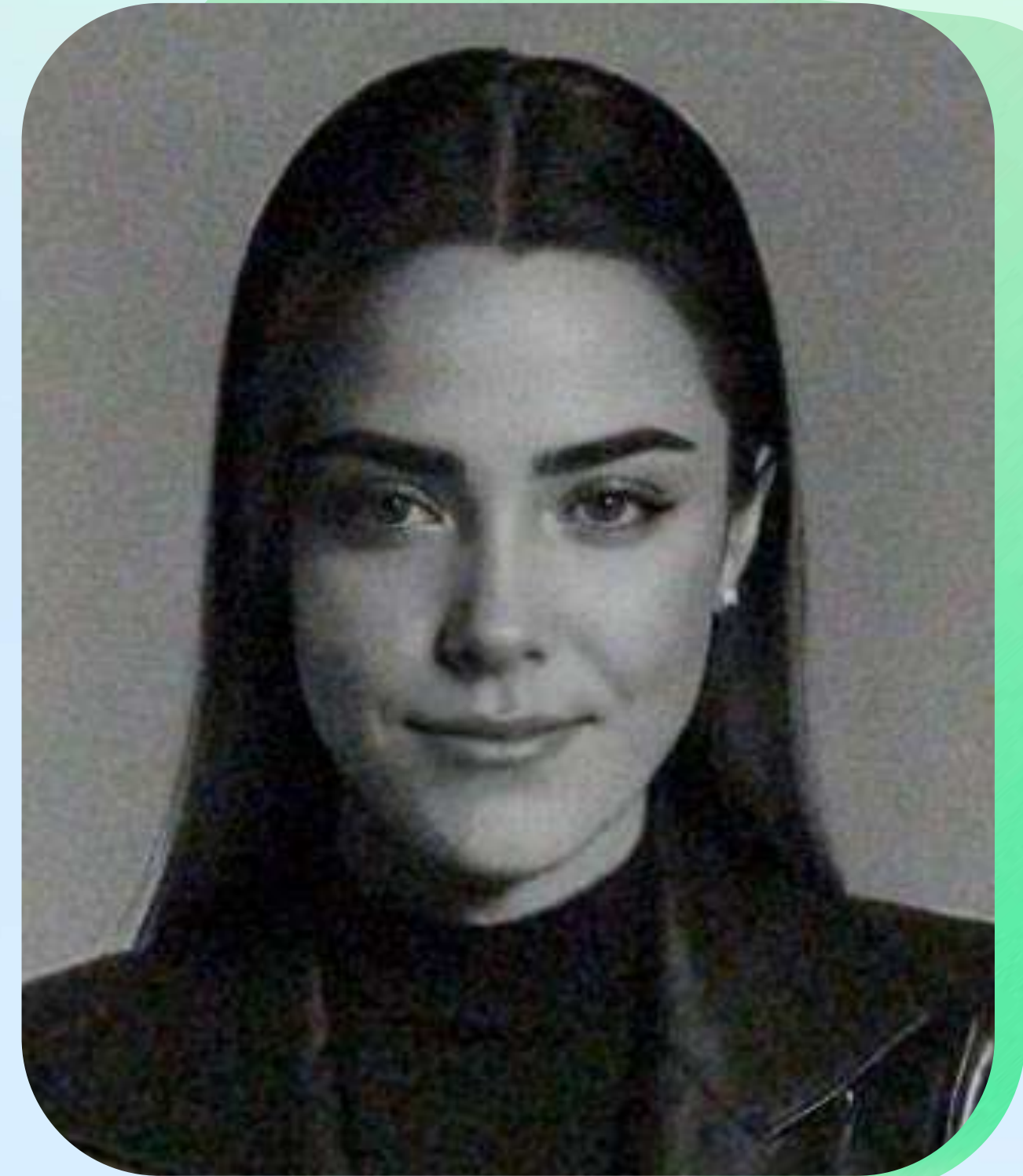
Conversations





Conversaciones y negocios

Soluciones para marketing



Andy Alvarez
Enterprise Sales Specialist
Meta

Diversificar las categorías de mensajes optimiza las conversaciones y crea experiencias más atractivas

Iniciado por el usuario



Anuncios de clic a WhatsApp



Servicio

Iniciado por la empresa



Utilidad



Marketing



Autenticación

Una estrategia completa de Mensajería de Pago

Dos pasos
para liberar
todo el
potencial de
WhatsApp

Enganchar

Abrir la Ventana de Atención al Cliente (CSW) mediante interacciones de alto valor

Anuncios click a WhatsApp (ventana de 72 horas)

Dirigen conversaciones inbound directamente desde anuncios en Instagram.

Mensajes de Utilidad (ventana de 24 horas)

Permiten enviar actualizaciones esenciales, como confirmaciones de pedidos, alertas de envío o cambios de vuelo.



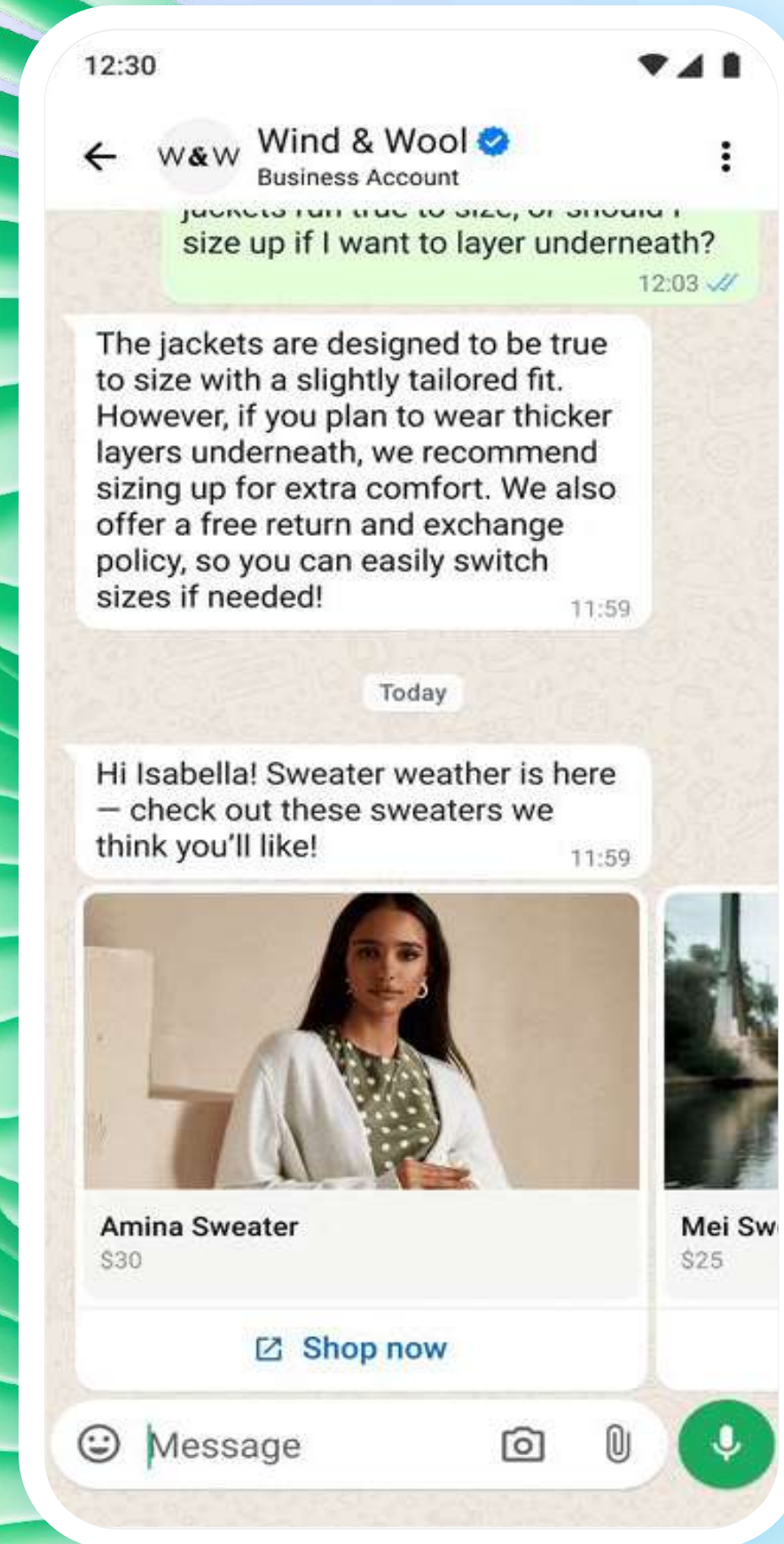
Convertir

Entregar Mensajes de Marketing dirigidos mientras la ventana de atención permanece abierta

"Plus One" Seguimiento de Marketing

Realiza un seguimiento de un Mensaje de Utilidad o de un anuncio Click a WhatsApp con una oferta promocional altamente relevante, una venta cruzada, una venta adicional o una campaña de reactivación.

Marketing Messages API



9%

de aumento en alcance
utilizando la Marketing
Messages API*



Prueba A/B realizada con aproximadamente 12 millones de mensajes de marketing enviados en India (del 1 al 31 de enero de 2025). Se comparó la entrega optimizada de la Marketing Messages API para WhatsApp con la entrega estándar, considerando únicamente mensajes de alto engagement (más lecturas y clics). Resultado estadísticamente significativo con un nivel de confianza del 95 %.

Engagement y construcción de relaciones a escala mediante optimizaciones

Marketing Messages API

Impulsa resultados

Aprovecha la potencia de nuestros sistemas de IA para entregar tus mensajes a los clientes con mayor probabilidad de interactuar.



Entiende el rendimiento

Mide el impacto en todos los canales con reportes de conversión en sitios web y aplicaciones, además de insights exclusivos de medición (por ejemplo, referencias y recomendaciones)*, entre otras nuevas funcionalidades.

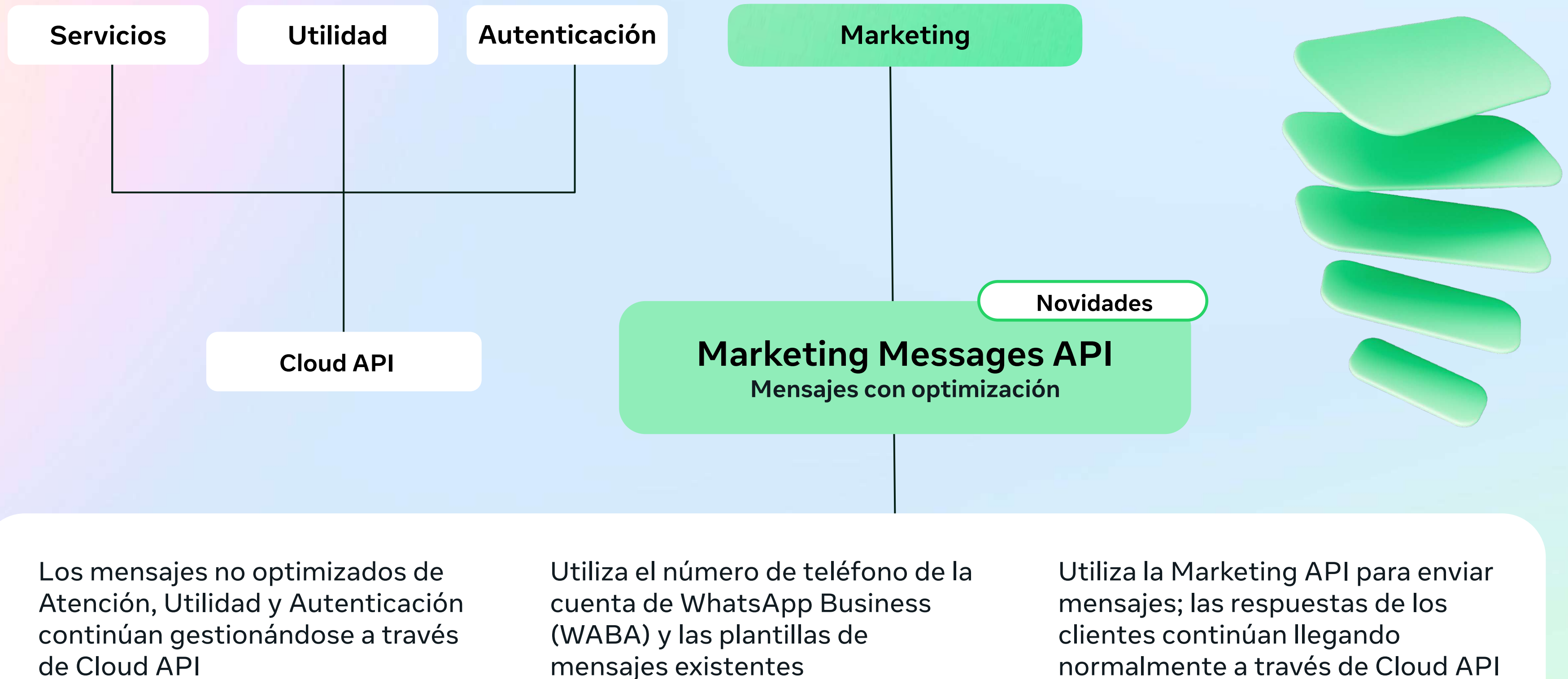


Ahorra tiempo y esfuerzo

Integrar la API de Marketing Messages es muy sencillo. Una vez configurada, solo necesitas enviar un mensaje y Meta se encargará automáticamente de optimizar la entrega.



Cómo funciona la Marketing Messages API junto con otras APIs



Optimización de la entrega de la Marketing Messages API en 4 pasos

1

Tú envías

La empresa selecciona al cliente y el número de teléfono al que desea enviar el mensaje.

Utiliza el mismo número de tu cuenta de WhatsApp Business y las plantillas de marketing que ya utilizas hoy.

2

Meta verifica la calidad

Es posible que algunos mensajes no se entreguen debido a: Bloqueos realizados por el usuario, Filtros de spam, Pausas de plantillas por baja tasa de lectura o alta tasa de comentarios negativos, Límites de mensajes de marketing por usuario

3

La MM API optimiza

La IA evalúa si el mensaje tiene un alto potencial de engagement (por ejemplo, aquellos con mayores tasas de lectura) y optimiza su entrega, priorizando a los clientes con mayor probabilidad de valorarlo.

4

Llegas a más personas

La entrega es, como mínimo, equivalente a la de Cloud API. Para mensajes de alto engagement, los límites son más dinámicos, lo que te permite alcanzar a una audiencia más amplia. El mensaje correcto para las personas que quieren recibirlo.

Book now 12:20 ✓



Free
One night on us

You've reached Platinum status!
Here's one free night for your loyalty, on us!

11:59

[Book now](#)

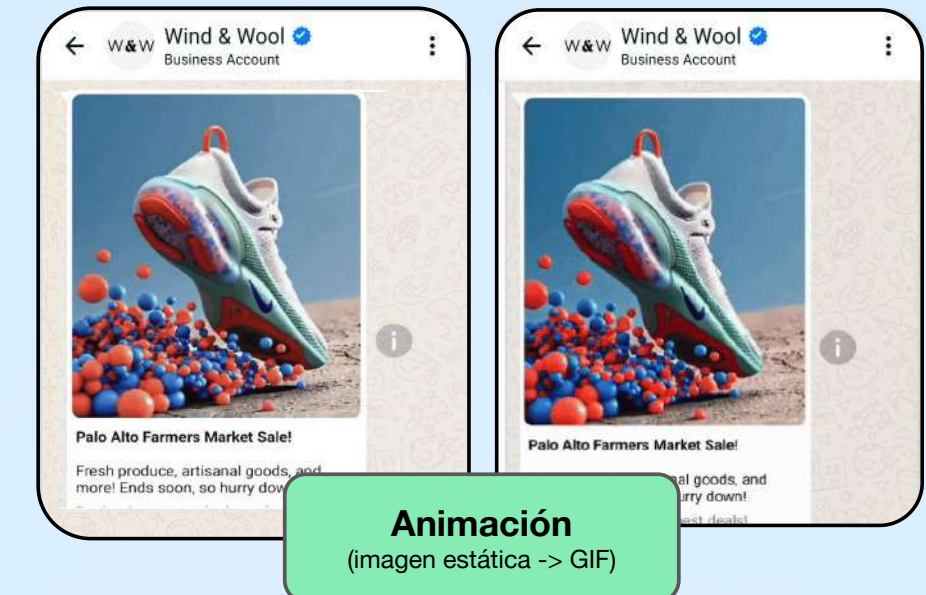
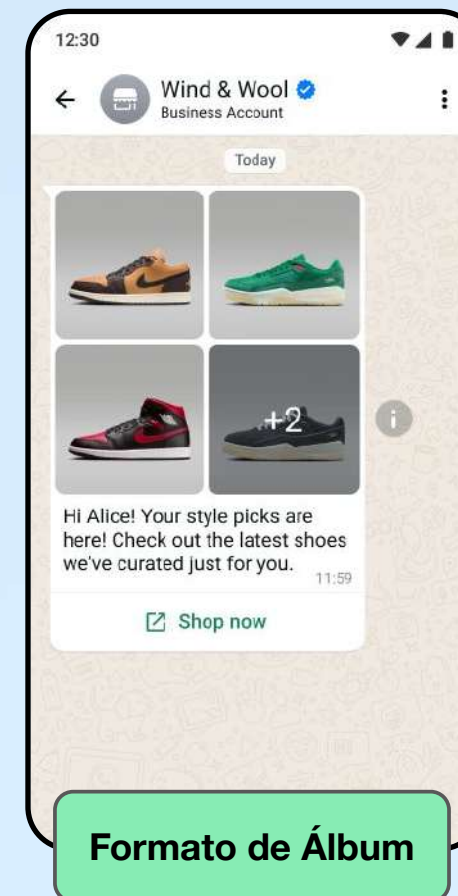
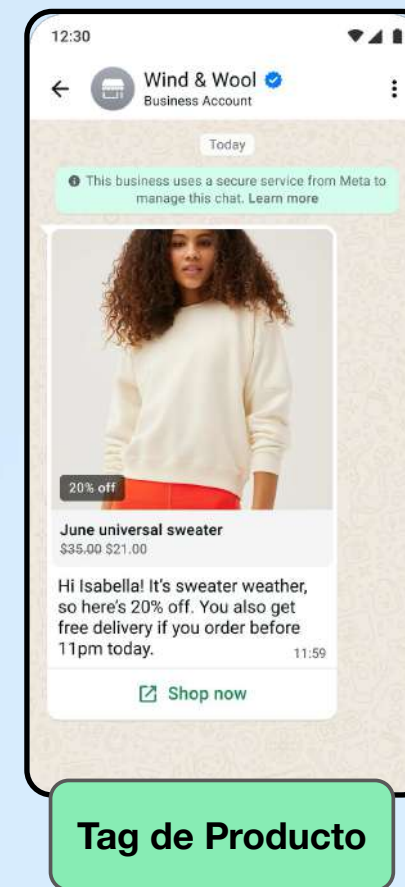
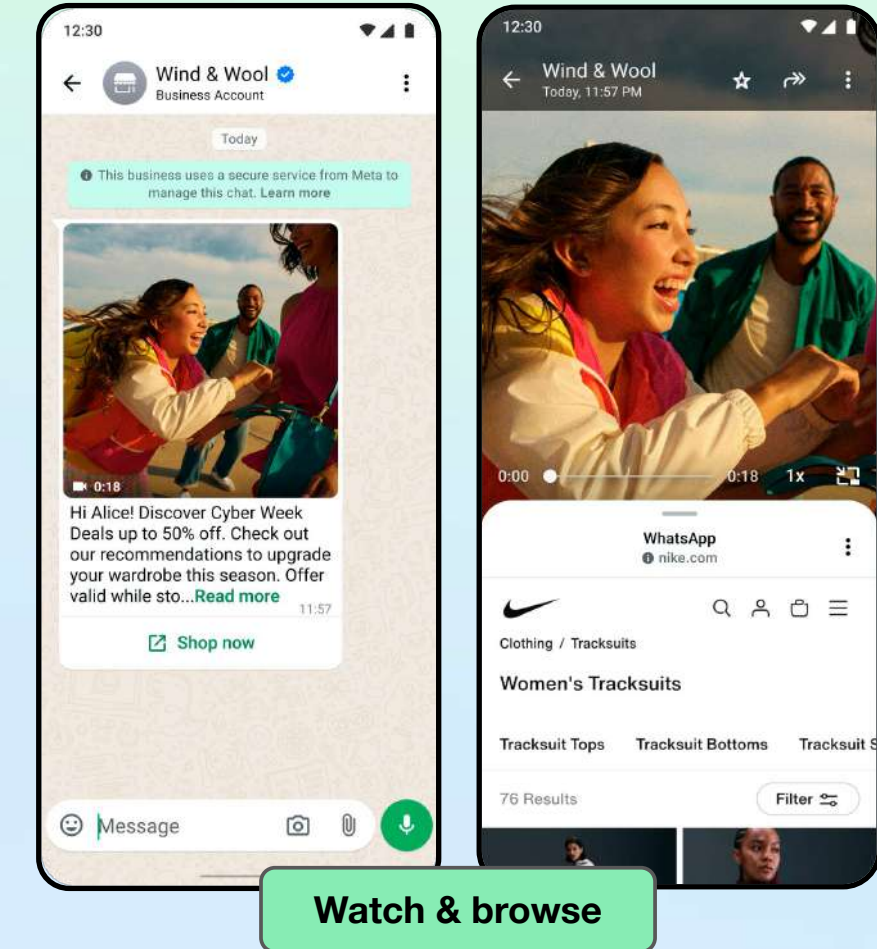
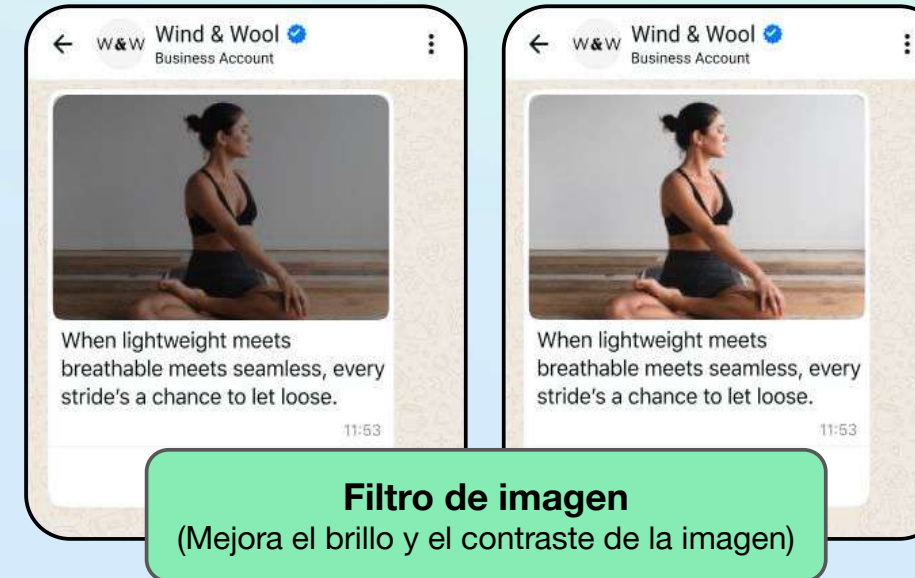
Optimizaciones creativas automáticas y nuevos formatos de mensajes

Inspiradas en Advantage+, las soluciones de Meta prueban distintas variaciones y aplican aquellas que obtienen el mejor desempeño.

Optimizaciones automáticas disponibles hoy:

- Filtro de imagen: Aplica automáticamente los filtros más efectivos a la imagen de encabezado.
- Extracción de título: Genera un título a partir del texto de tu mensaje.
- Título del área táctil: Destaca la información principal en el botón de llamada a la acción.
- Formato de texto: Ajusta espacios, saltos de línea y texto en negrita. El contenido no cambia.

Nuevos formatos: Formato de Álbum, Watch & Browse, Etiqueta de Producto



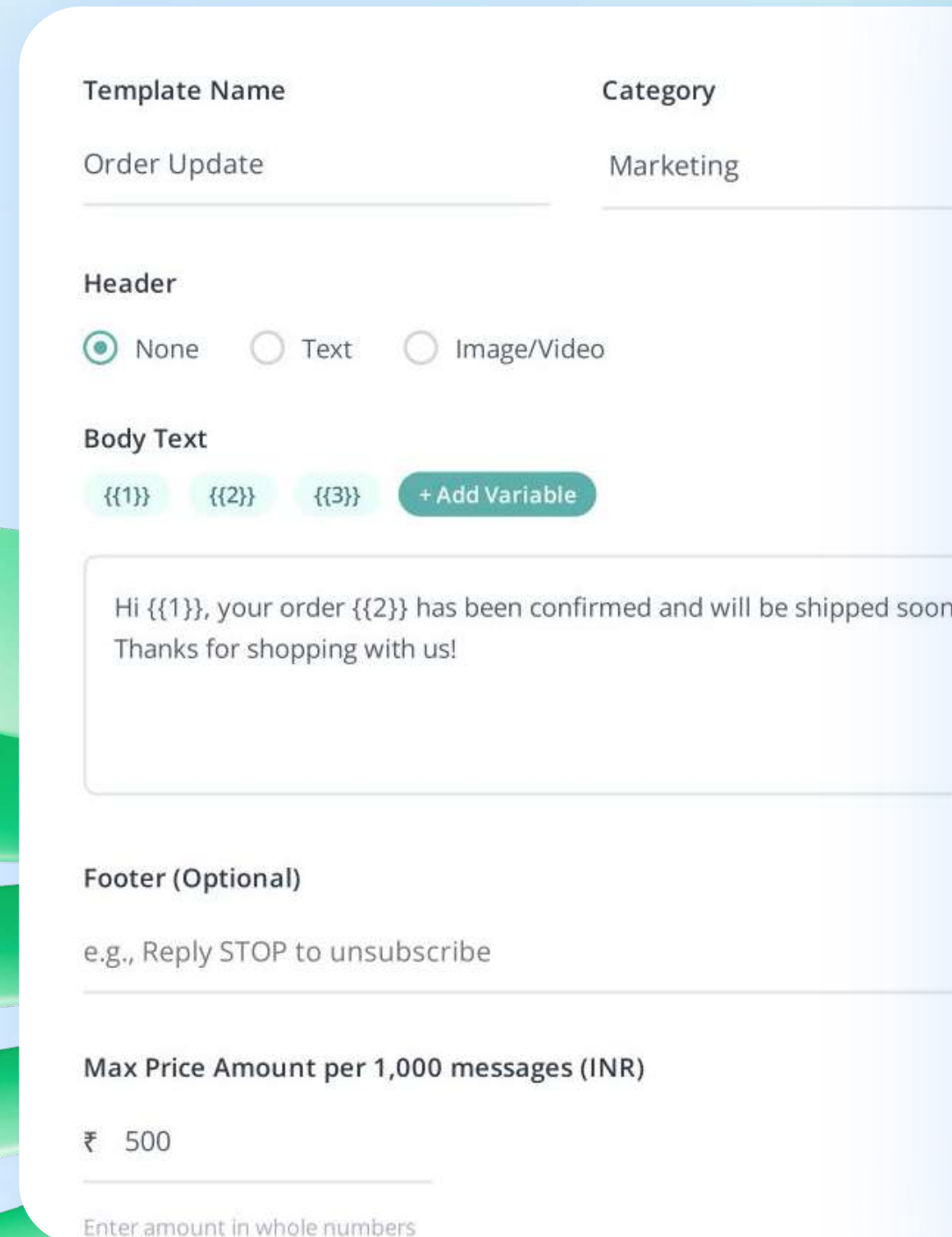
Pero tú mantienes el control: es posible desactivar estas optimizaciones por plantilla o a nivel de cuenta.

Beta • Acceso limitado

Nueva herramienta de ROI: precio máximo y estimación de alcance

Configura un precio máximo y obtén una estimación de alcance para optimizar tus inversiones con la Marketing Messages API*.

- ✓ Menores costos
- ✓ Audiencias más amplias
- ✓ Mejor tasa de entrega



Template Name
Order Update

Category
Marketing

Header
☒ None ☐ Text ☐ Image/Video

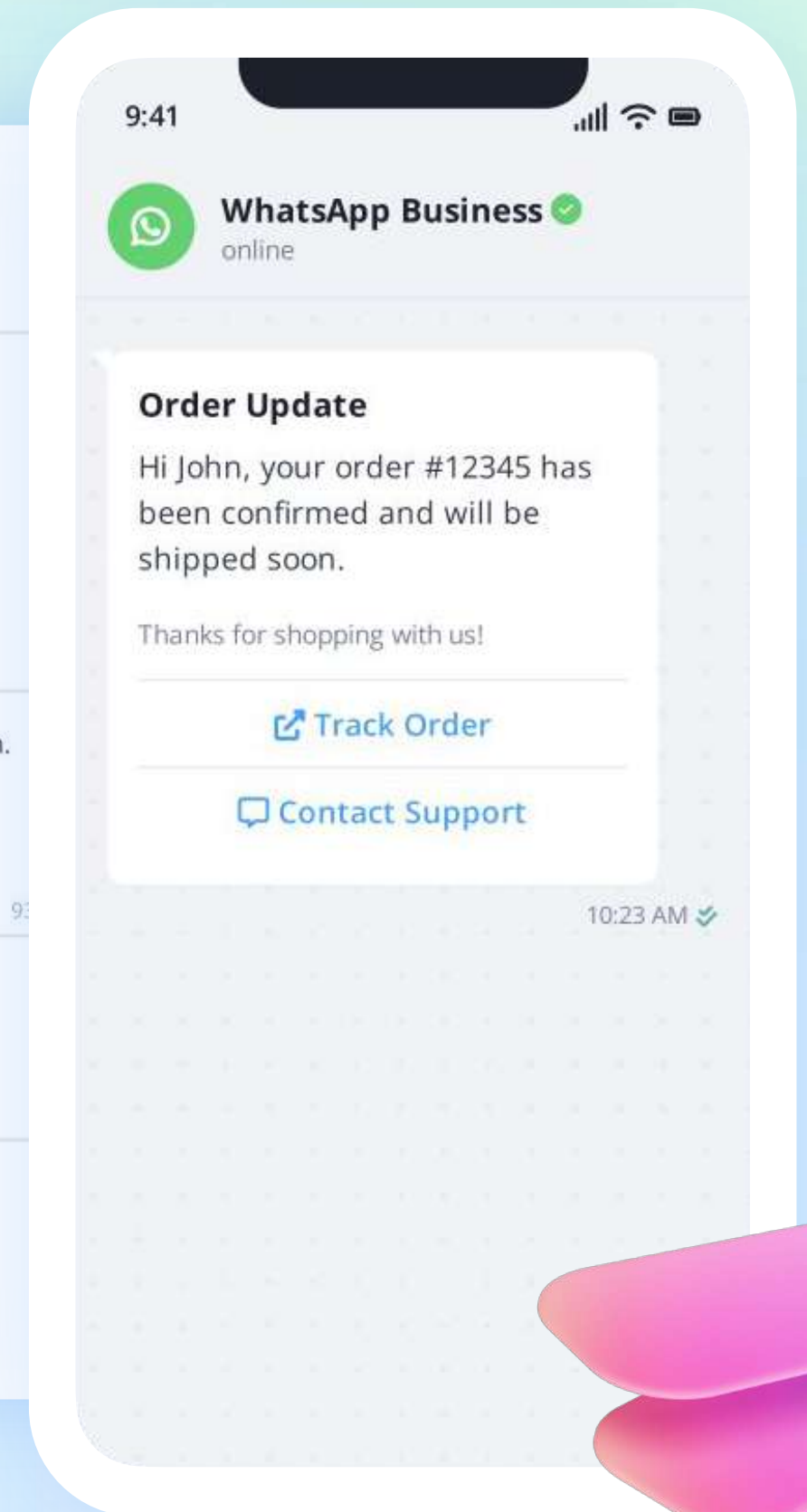
Body Text
{{1}} {{2}} {{3}} [+ Add Variable](#)

Hi {{1}}, your order {{2}} has been confirmed and will be shipped soon.
Thanks for shopping with us!

Footer (Optional)
e.g., Reply STOP to unsubscribe

Max Price Amount per 1,000 messages (INR)
₹ 500

Enter amount in whole numbers



* Precio Máximo y Estimación de Alcance se encuentran en beta de acceso limitado (a partir de mediados de mayo de 2026). La disponibilidad está sujeta a criterios de elegibilidad y restricciones geográficas. Las funcionalidades y los valores pueden cambiar.

Conversations





**David
Vargas**

Latam Media Manager
Uber



**Dagmar
Frehoff**

Client Solutions Manager
Meta



Uber



Uber

Título: World Cup MX Game Strategy

→ Objetivos

- Enriquecer nuestra base de usuarios
- Capturar Gustos & Intereses
- Generar Engagement y Brand Favorability
- Incrementar el uso de Uber y Uber Eats durante el Mundial por medio de estrategias personalizadas

→ Solución

Estrategia de WhatsApp desplegada en dos fases:

- 1) Data Enrichment: Generación de insights a través de interacciones personalizadas.
- 2) Conversión: Campañas de mensajería y ofertas segmentadas



Haz caso al "Memo" de Memo y genera tu excusa para no perderte ningún partido.



Conversations





Conversaciones y negocios

Soluciones para la experiencia y la relación con el consumidor



Alberto Castillo
Enterprise Sales Specialist
Meta

Diversificar las categorías de mensajes optimiza las conversaciones y crea experiencias más atractivas

Iniciado por el usuario



Anuncios de clic a WhatsApp



Servicio

Iniciado por la empresa



Utilidad

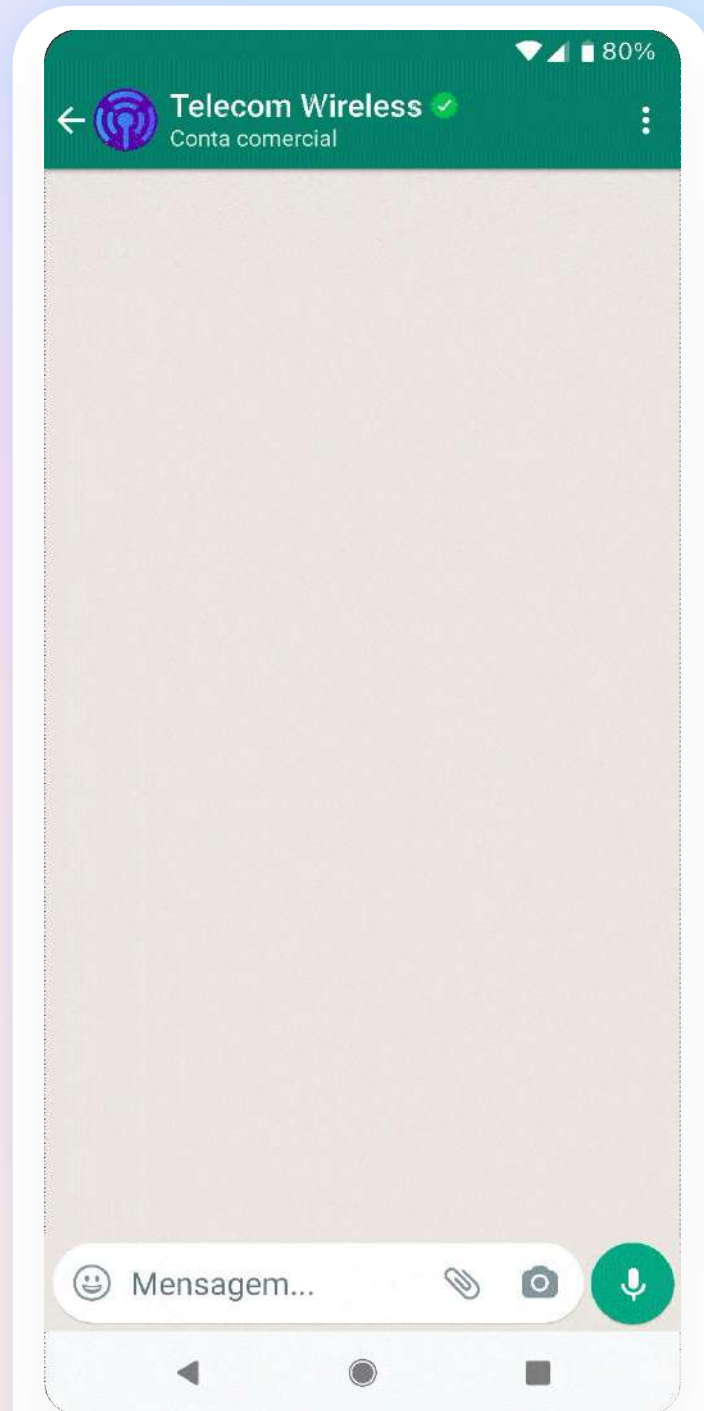


Marketing

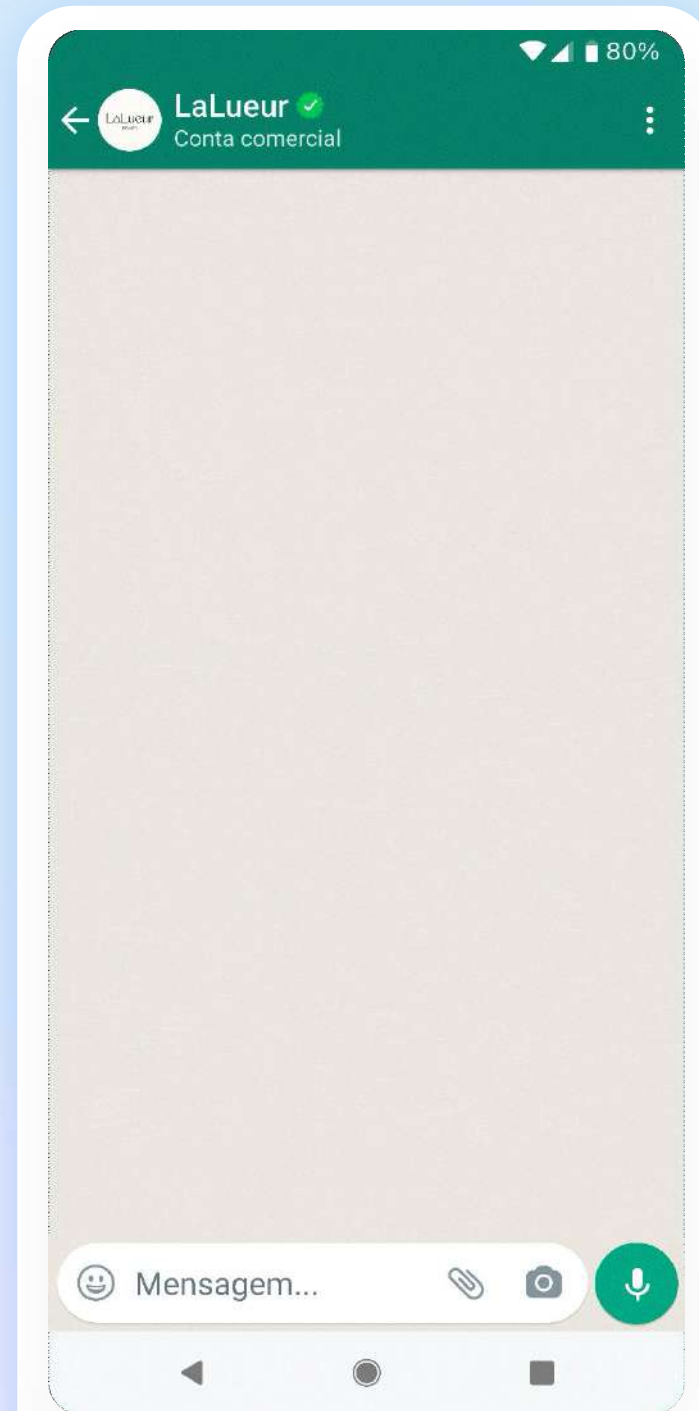


Autenticación

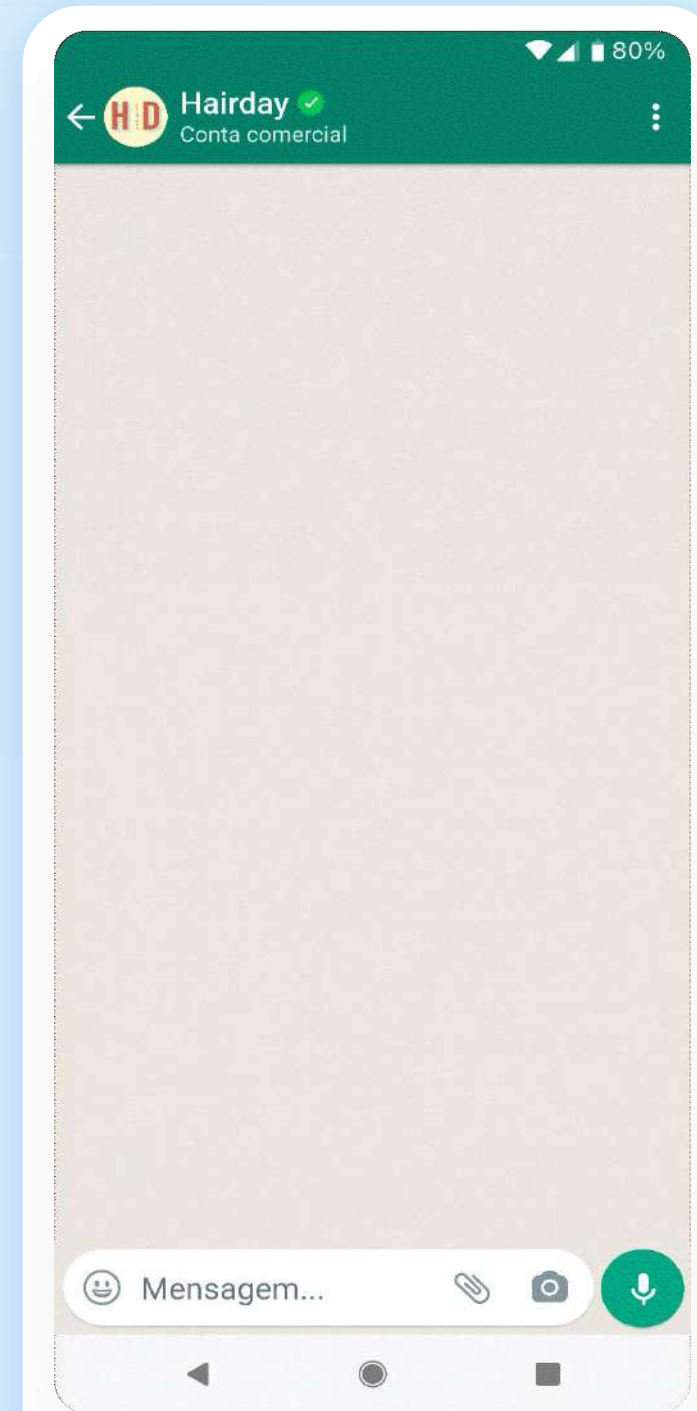
Casos de uso comunes para completar recorridos E2E



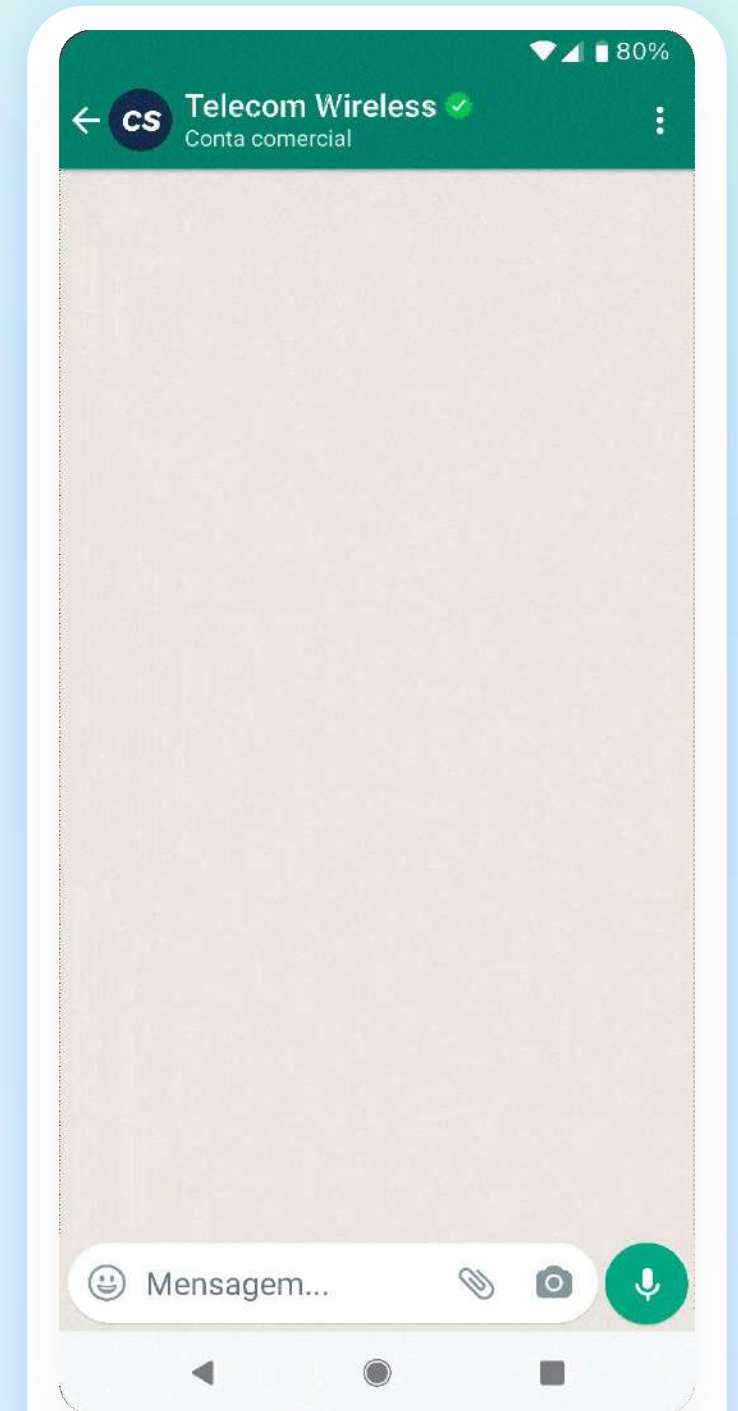
**Alertas y actualizaciones
de cuenta**



**Actualizaciones sobre
el estado de envíos**



**Recordatorios
de citas**



**Envío de
facturas**

Evolución de los casos de uso de mensajería

De los envíos masivos al asistente inteligente

Fase 1: One-Way



Etapa experimental enfocada en envíos masivos e informativos de una sola vía. Comunicación unidireccional, sin interacción con el cliente.



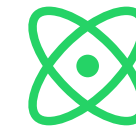
Fase 2: End-to-End



Inicio de experiencias conversacionales simples, apoyadas por chatbots. Intercambio de información con los clientes para ofrecer experiencias más completas y bidireccionales.



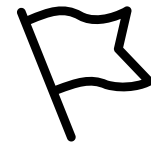
Fase 3: AI



Con la adopción de LLMs e IA Generativa, los chatbots evolucionan hacia verdaderos asistentes inteligentes, ampliando capacidades y personalizando experiencias a escala.

Fase 1: One-Way

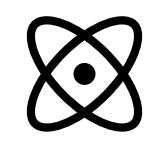
Migración de casos de uso desde SMS



- La tasa de lectura impacta directamente los KPIs del negocio
- Los mensajes enriquecidos, como botones y confirmaciones, permiten crear nuevos flujos de negocio.
- Reducción de costos de envío
 - Tarifas más competitivas y descuentos por volumen de mensajes
 - Los mensajes de WhatsApp se cobran al ser entregados, mientras que los SMS se cobran al ser enviados.

Fase 2: End-to-End • Fase 3: AI

Creación de recorridos completos para el usuario



- Flujos combinados con IA para aprovechar las ventanas de atención.
- Mensajes de Marketing y anuncios Click to WhatsApp como herramientas de adquisición.
- Ambos modelos pueden complementarse con Mensajes de Utilidad para entregar información relevante a lo largo de la relación entre el usuario y la marca:
 - Confirmación de citas
 - Confirmación de instalación
 - Seguimiento de entregas
 - Alertas de fraude
 - Horarios de atención o servicios
 - Envío de facturas y comprobantes de pago



TIP

Combina iniciativas de IA + Ecosistema de Partners

Conversations



Jornada completa con WhatsApp:
integrando las tiendas físicas con
soluciones digitales



Máximo Cárdenas

CRM & Innovation Deputy
Manager
Chedraui



Hector Siller

Enterprise Technical Sales
Specialist, LATAM
Meta



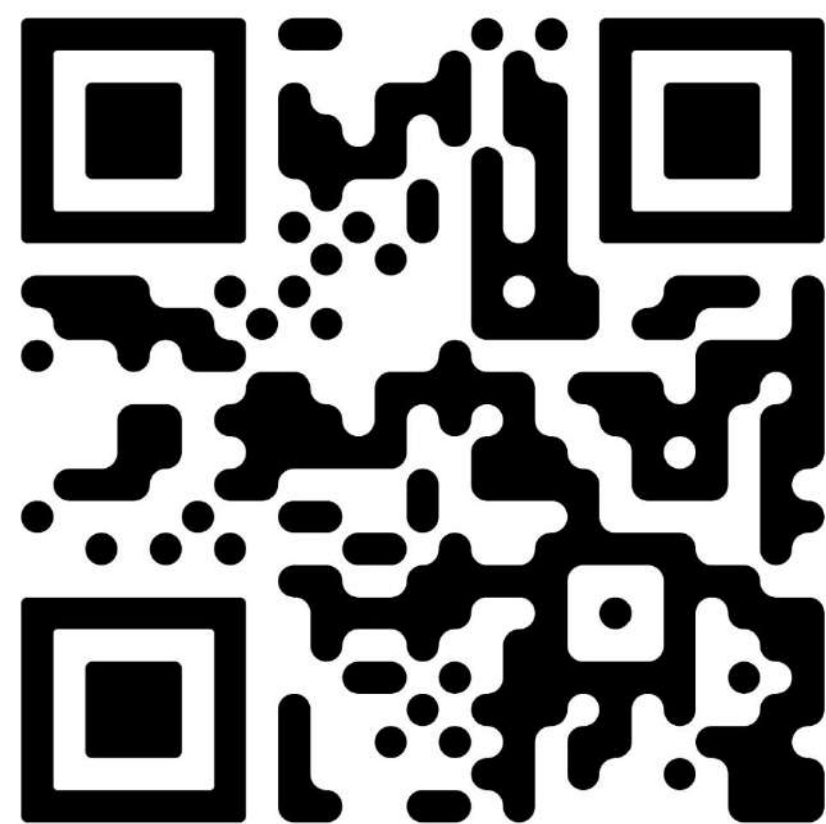
Patrocinadores



Engage**ware**

yalo





Escanea el código QR y
comparte tu opinión en
nuestra encuesta de
satisfacción



Conversations

Patrocinadores



Engage**ware**

yalo





Conversations



Conversaciones y verticales

Una inmersión en diferentes industrias



Elizabeth Macías

Strategic Partner Manager
Meta

La mensajería para negocios en Meta genera mejores resultados a lo largo de todo el recorrido del consumidor **en comparación con los canales tradicionales**

Incremento promedio en los leads generados

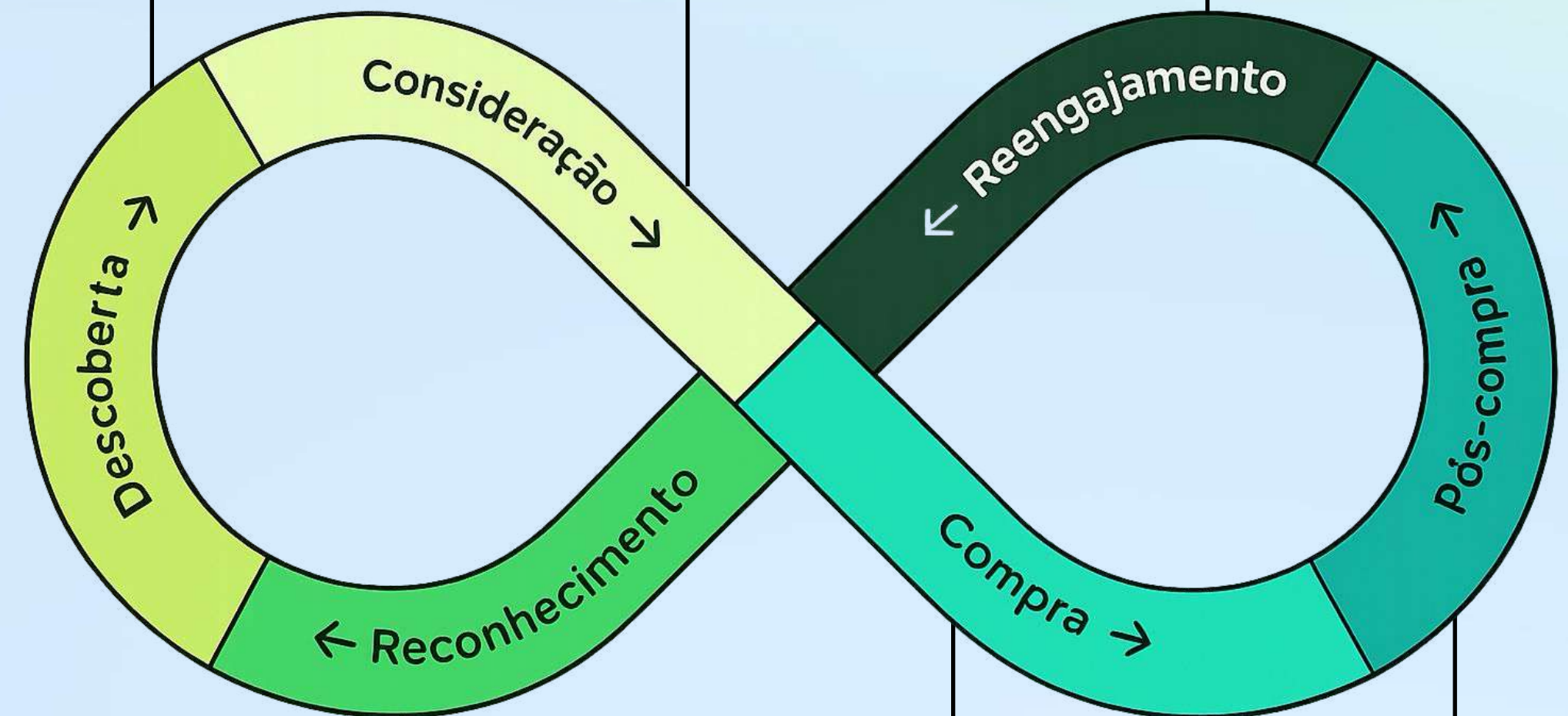
62%

Aumento en las tasas de conversión

53% SMS
61% E-mail
87% Otros apps

Tasa de abandono de clientes

64% antes
51% después



ROAS
Incremento promedio del retorno sobre la inversión publicitaria

61%

Incremento en el valor promedio de compra

22%

Aumento de la productividad

54%



Conversations



WhatsApp para el retail y ecommerce

Masterclass con VTEX



Rafa Forte

Cofundador de VTEX y presidente
global de VTEX CX Platform
VTEX

El comercio regresa a sus orígenes

La mayoría, todavía,
no la aprovecha.

01. El GMV que no se mide

02. IA que resuelve

03. La memoria del consumidor

04. Estrategia sobre el canal

05. El retail proactivo



01. El retail ya ocurre en WhatsApp.

- El comercio siempre se ha basado en la **conversación**. Ahora, contamos con la infraestructura necesaria para escalarlo.
- WhatsApp es el canal principal: el 73 % de los consumidores lo prefiere para interactuar con las marcas.
- Sin embargo, la mayoría de las empresas solo lo **utilizan para atención**, ignorando su potencial de ventas.
- El GMV generado a través de conversaciones no se monitoriza ni se optimiza. Esta brecha es tan grande como el propio canal.
- Y para 2030, **\$1 mil billones en compras serán intermediados por IA (Gartner)**. Las marcas sin presencia agéntica serán invisibles en esa capa.

~US\$20B
GMV anual VTEX

<1%
CX atribuido hoy

6x
más conversión en
ventas conversacionales

enorme
oportunidad
direccionable

→ La estrategia central ahora consiste en **escalar las ventas** directamente con las interacciones conversacionales.

02. IA conversacional que resuelve, no que desvía.

Deflexión no es resolución.

Un cliente que abandona un ticket cuenta como éxito en el dashboard. El problema no se resolvió, solo se postergó.

✗ Estándar actual

- Bot desvía al consumidor del humano
- Métrica: tasa de deflexión (engaña)
- La conversación termina y el problema persiste

✓ Nuevo estándar

- El agente concluye la venta y resuelve
- Métrica: ingresos generados y retención
- La conversación genera resultado medible

03. Quien tiene la memoria, tiene al consumidor.



El modelo de lenguaje es commodity. Cualquier player puede usar el mismo.



El diferencial duradero es la memoria: historial, preferencias y contexto acumulado.



Las interacciones iniciadas por agentes de IA crecieron un 1.200% en 18 meses.



Quien construye memoria crea un activo de fidelización.

04.

WhatsApp es el canal. La estrategia es lo que construyes sobre él.

WhatsApp es el canal de mayor alcance e intimidad del retail.

Los casos más sofisticados no son los que 'están en WhatsApp'. Son los que lo usan como puerta de entrada de una operación estructurada.

Memoria del consumidor

Contexto acumulado entre conversaciones, no reiniciado en cada interacción.

Continuidad de contexto

La conversación de hoy sabe lo que ocurrió la semana pasada.

Atribución de ingresos

Cada conversación rastreada como punto de contacto en el funnel de ventas.



La madurez no está en la adopción del canal.
Está en la profundidad de lo que se construyó detrás de él.

05. El próximo retail no espera ser preguntado.

La próxima frontera no es el bot que responde.
Es el agente que tiene contexto y anticipa.

Con contexto acumulado y triggers de evento,
la conversación inicia desde la marca:



Recuperación de carrito

14% conversión y RoAS 9.841x

OSKLEN



Personal shopper

de 3,39% para 18,18% de conversión y ticket medio +14%



Cestas Preditivas

20% del e-commerce procesado por agentes de IA



First Contact Resolution

96,7% de interacciones resueltas por IA. Solo 3,22% escaladas a humanos



WhatsApp es el canal natural para esto.
Intimidad suficiente para actuar y alcance para escalar.

El retail que va a ganar
es el que hace **trabajar el
contexto en la conversación.**
No solo responder.



\$1 mil millones en compras intermediadas por IA hasta 2030. El canal ya está! Quién lo va a trabajar?



IA que resuelve, no que desvía. La métrica pasa de CSAT a ventas y fidelización.



Memoria del consumidor es el oro.
No el modelo de lenguaje.



La estrategia es lo que
construyes sobre el canal.



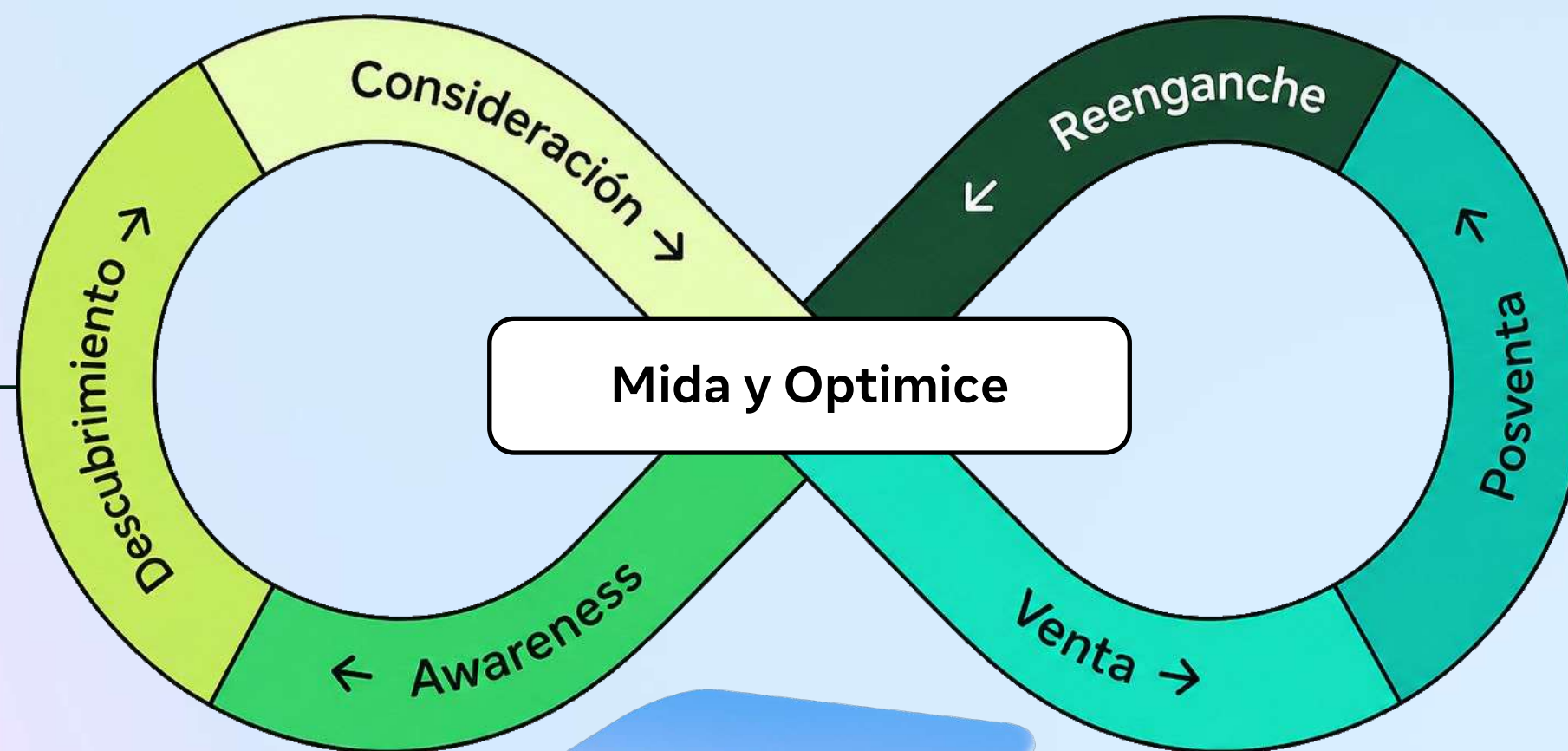
El próximo retail anticipa.
No espera ser preguntado.

WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.

Discovery

- Descubrimiento de nuevos productos
- Promociones estacionales
- Campañas de reenganche por WhatsApp con catálogo en tiempo real

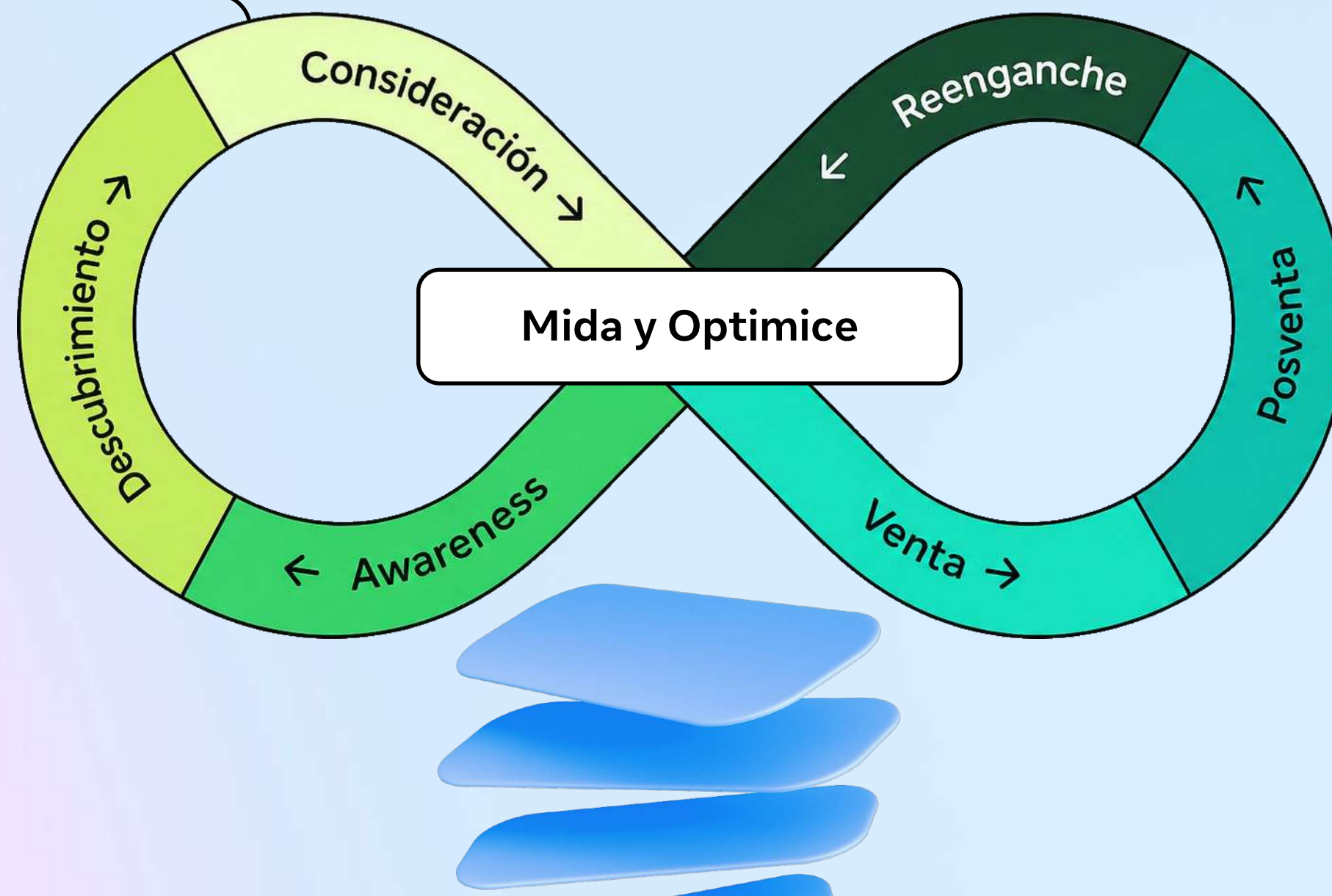


WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.

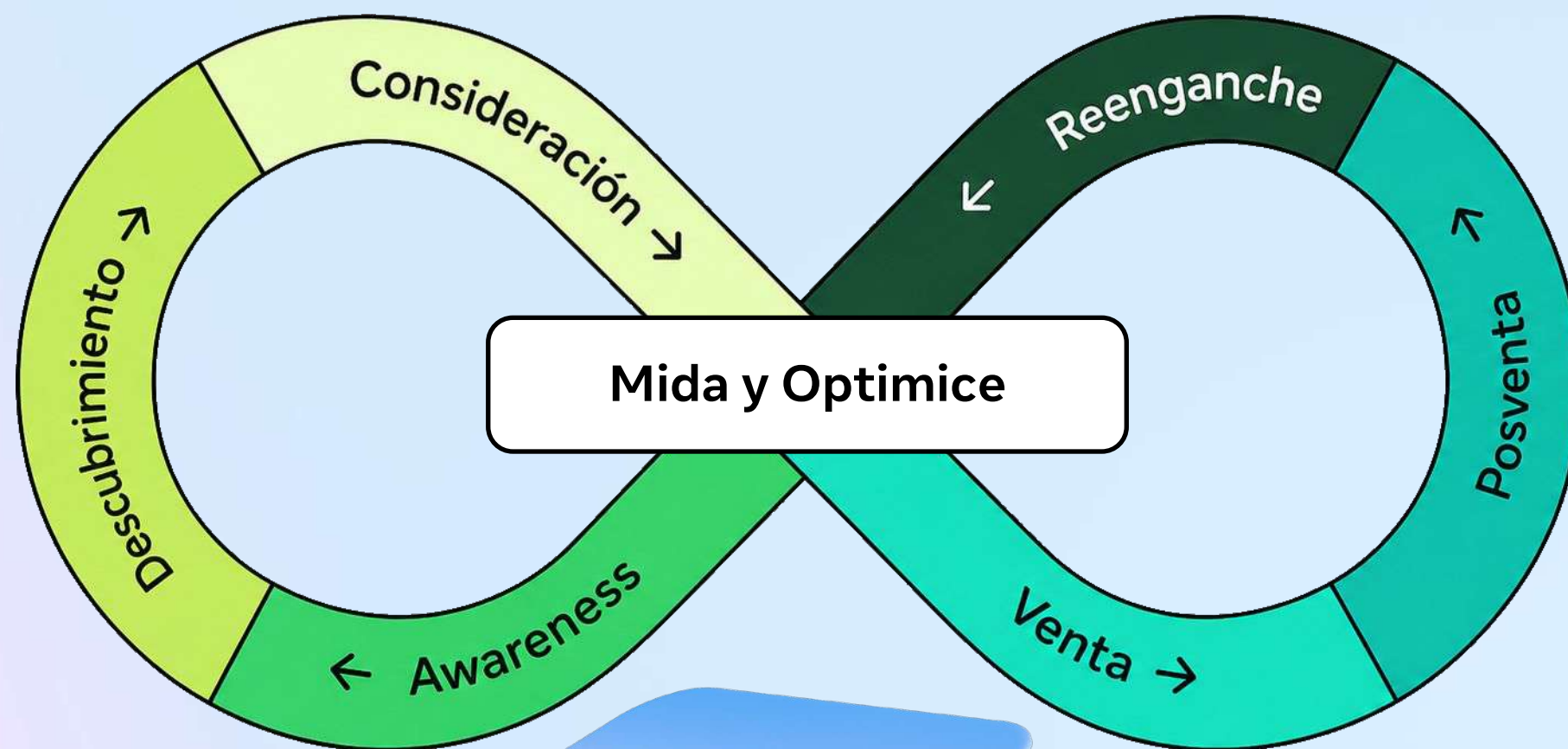
Consideration

- Listas de deseos
- Consultas sobre productos
- Concierge con recomendaciones personalizadas según perfil de compra



WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.



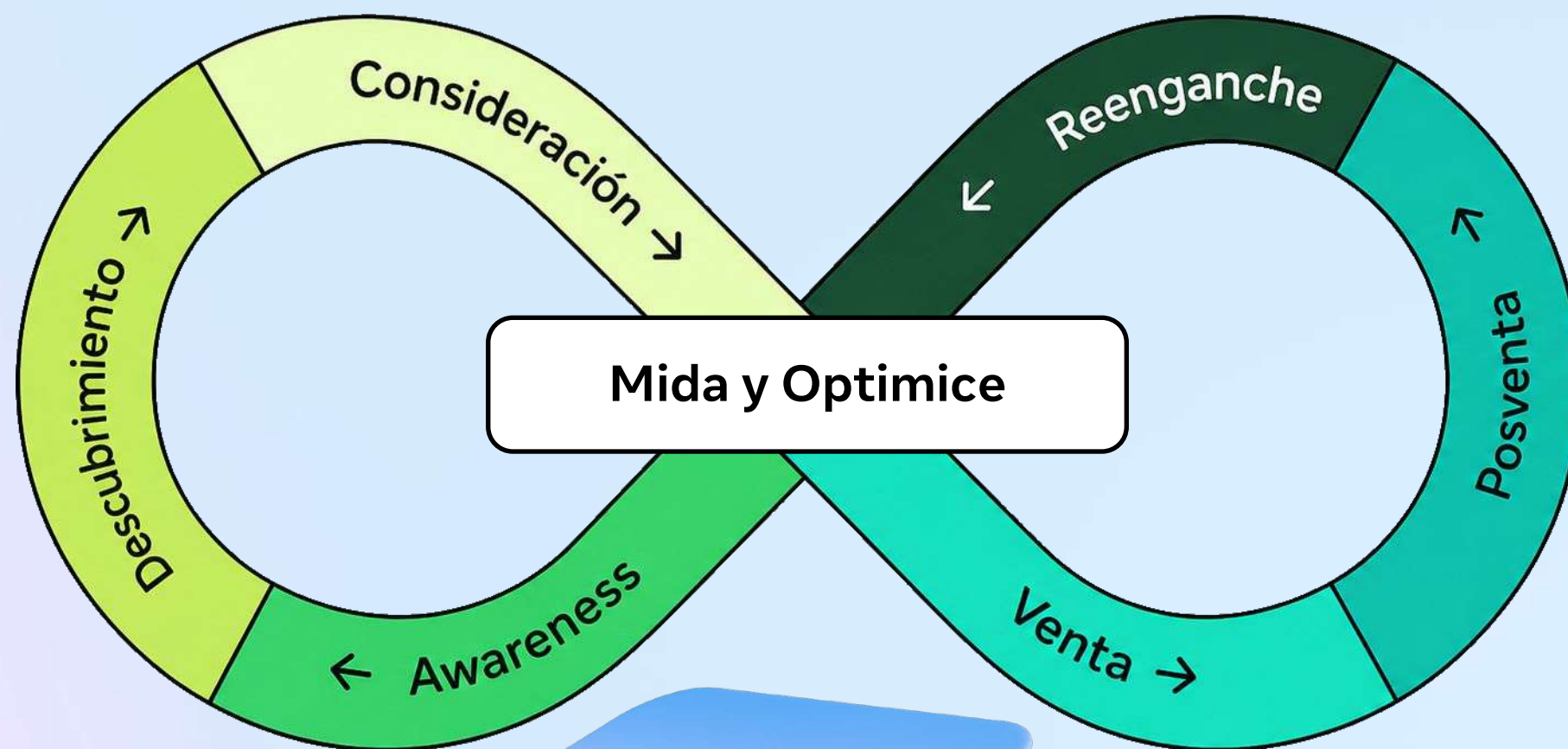
Purchase

- Comprar productos
- Explorar el catálogo
- Checkout nativo en el chat, sin redirigir al sitio web



WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.



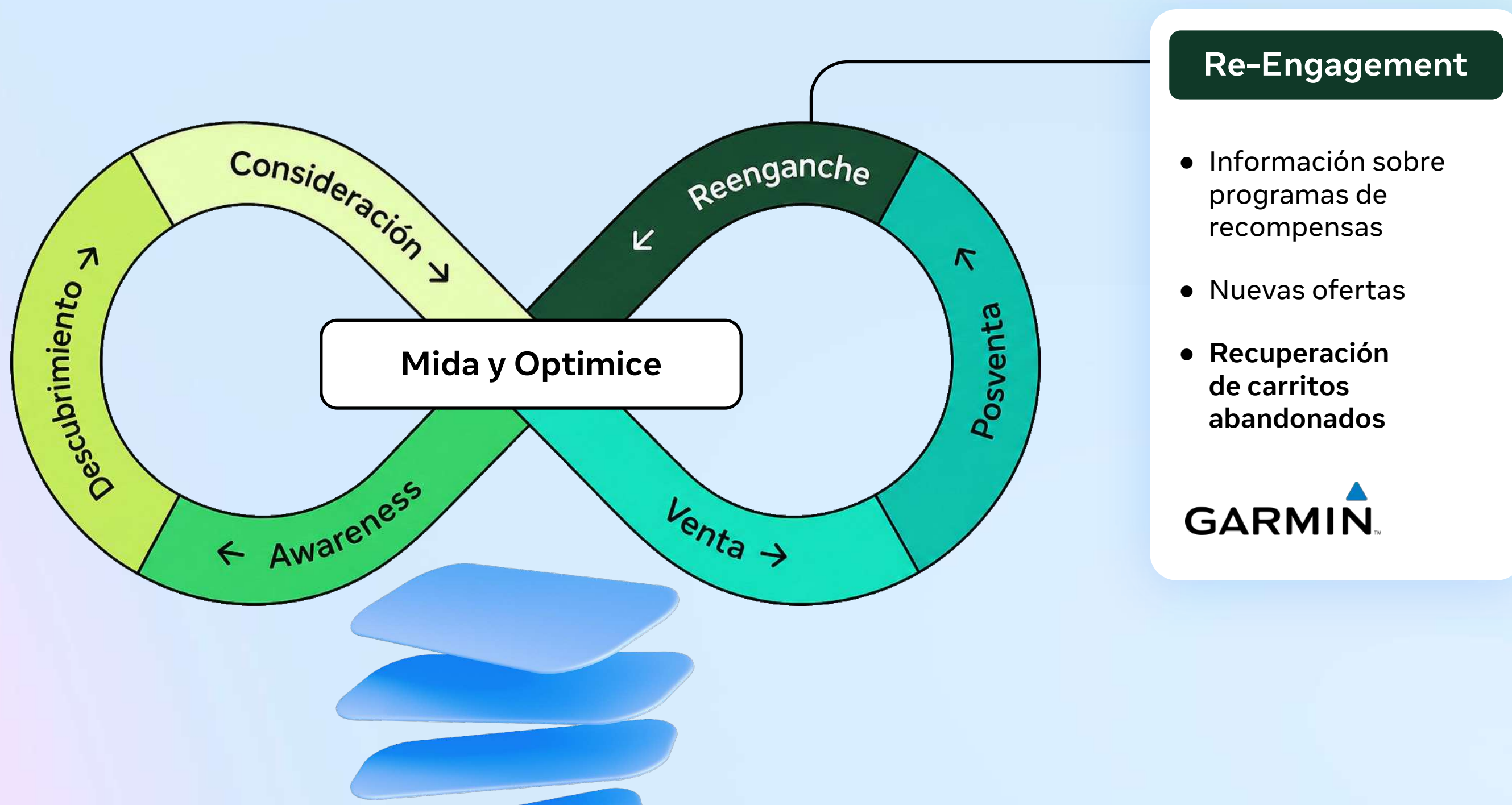
Post Purchase

- Obtener soporte
- Seguimiento de pedidos
- Programar el retiro
- Gestión autónoma de cambios y devoluciones integrada al OMS



WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.



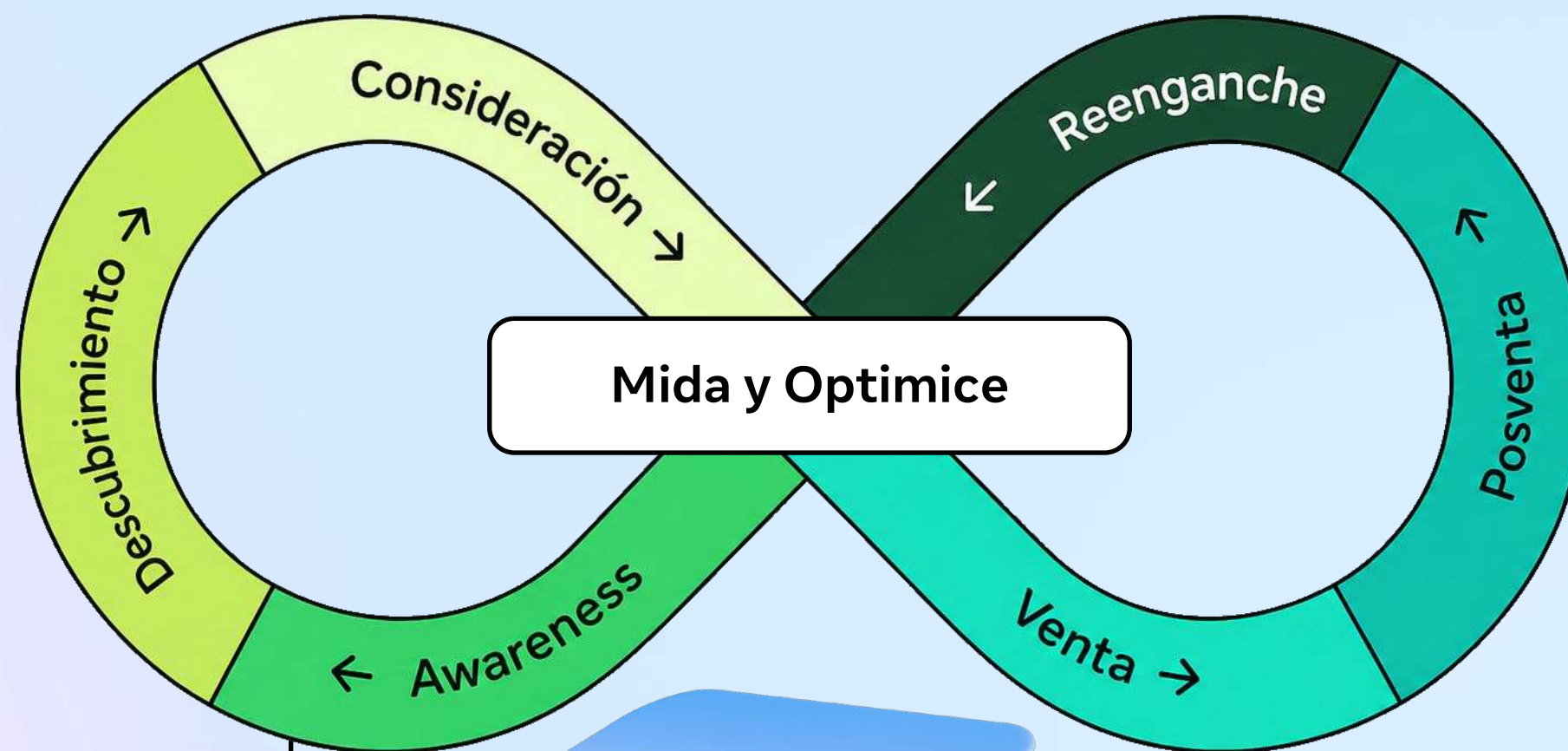
WhatsApp: un ciclo de vida completo para el retail

Combine tipos de mensajes y experiencias conversacionales interactivas para **desbloquear más oportunidades de ventas, online-to-offline y atención al cliente**. Todo con acceso nativo al catálogo, OMS y checkout, sin integraciones intermedias.

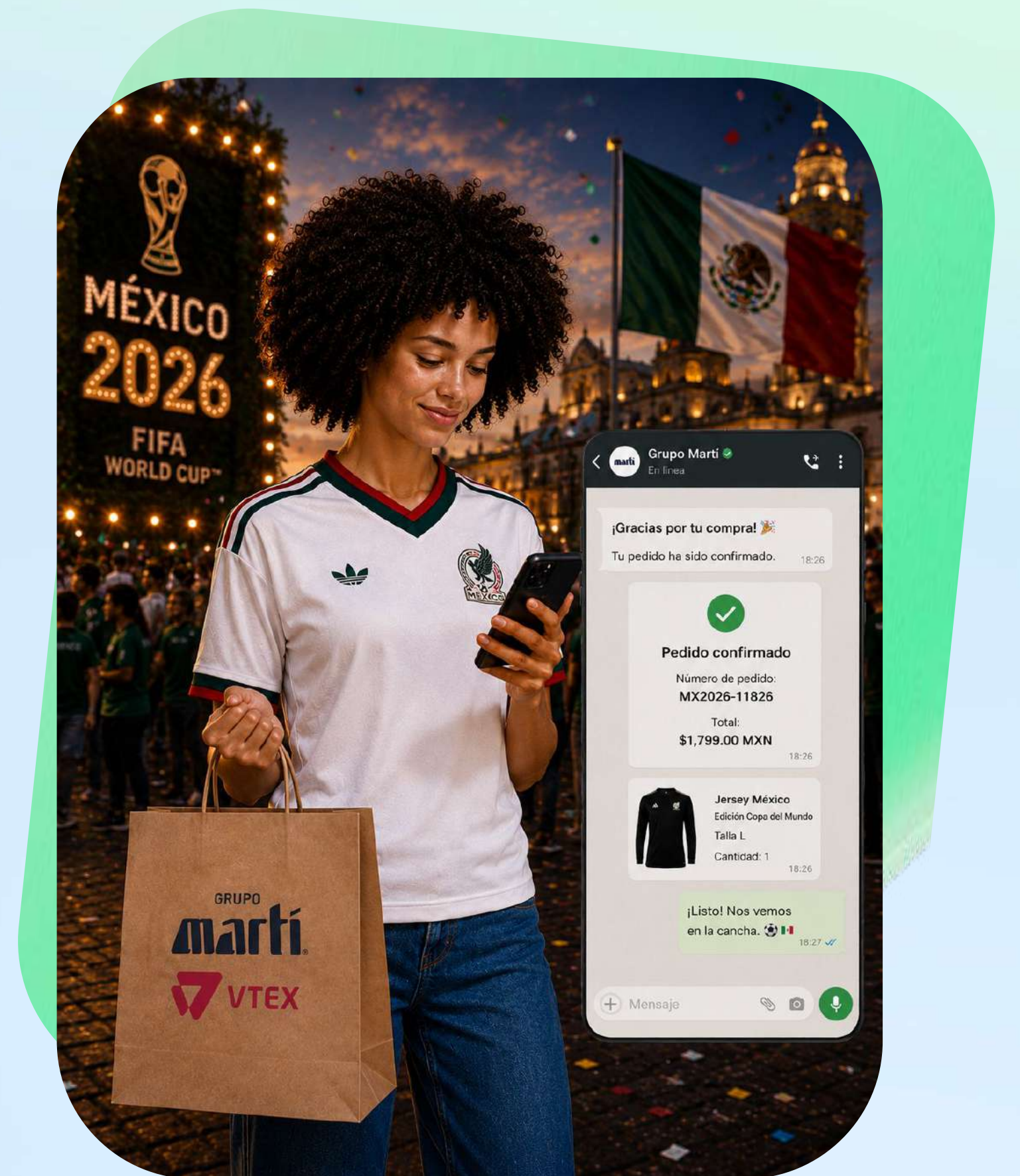
Awareness

- Recomendaciones personalizadas
- Alertas de baja de precio
- Notificaciones proactivas de disponibilidad de stock

Whirlpool



Grupo Martí, VTEX y WhatsApp: una historia de éxito



Arlette Morales

Omnichannel Customer
Experience Lead
Deportes Martí



Eficiencia de Costos y aumento de leads

→ Objetivo

Transformar los canales fragmentados de atención digital en un motor unificado de generación de ingresos, reduciendo la operación manual y escalando el engagement con el consumidor vía WhatsApp, Webchat, Messenger e Instagram.

→ Desafío

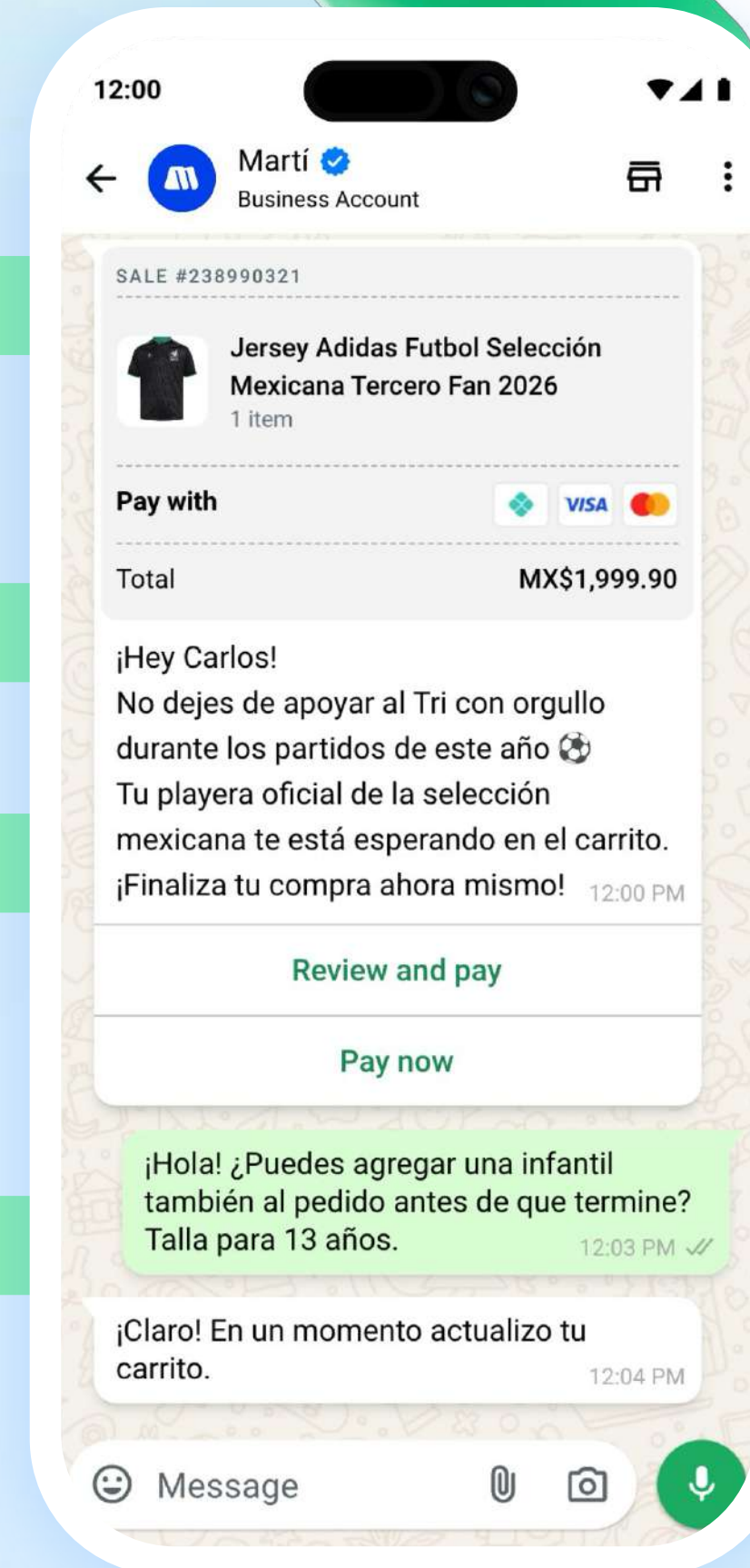
Medición, rastreabilidad del lead y seguimiento de resultados.

→ Solución

Implementación de VTEX CX Platform con agentes inteligentes cubriendo todo el customer journey: recuperación de carritos abandonados vía WhatsApp, concierge de producto con checkout conversacional, gestión de cambios y devoluciones integrada al inventario en tiempo real, y captura automatizada de NPS y CSAT, sin interacción humana

→ Resultados más allá de los números

En dos meses, Martí demostró que los agentes conversacionales bien orquestados superan al e-commerce tradicional en conversión. La plataforma dejó de ser un centro de costo para convertirse en un generador de rentabilidad en tiempo real, consolidando un nuevo estándar de atención omnicanal autónoma para el retail enterprise.



32.4%

Tasa de conversión en recuperación de ventas vía WhatsApp

280x

ROAS alcanzado

27,900%

ROI en dos meses de operación





Conversations



WhatsApp para el sector financiero

Masterclass con Blip



Thiago Gonçalves
Country Manager Latam
Blip



El reto del sector financiero

WhatsApp ya es masivo en finanzas.

El reto está en convertir la lectura en conversación.

92%

de los usuarios de internet en LATAM utiliza WhatsApp

2do.

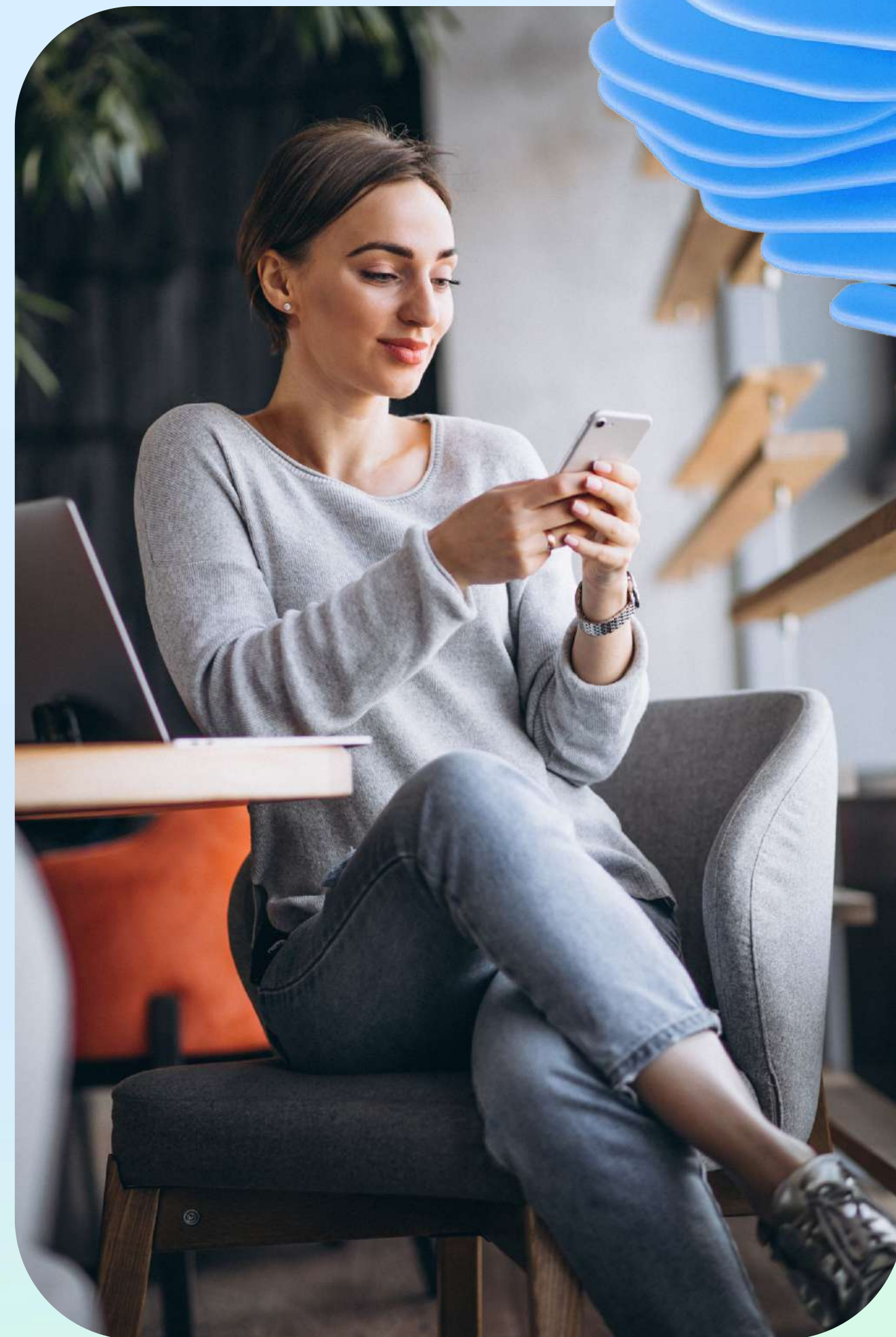
México es el segundo mercado para fintechs en Latinoamérica

95.7% vs 0.06%

El tono informativo tiene la mayor tasa de lectura en finanzas pero menor tasa de conversión (0.06%)



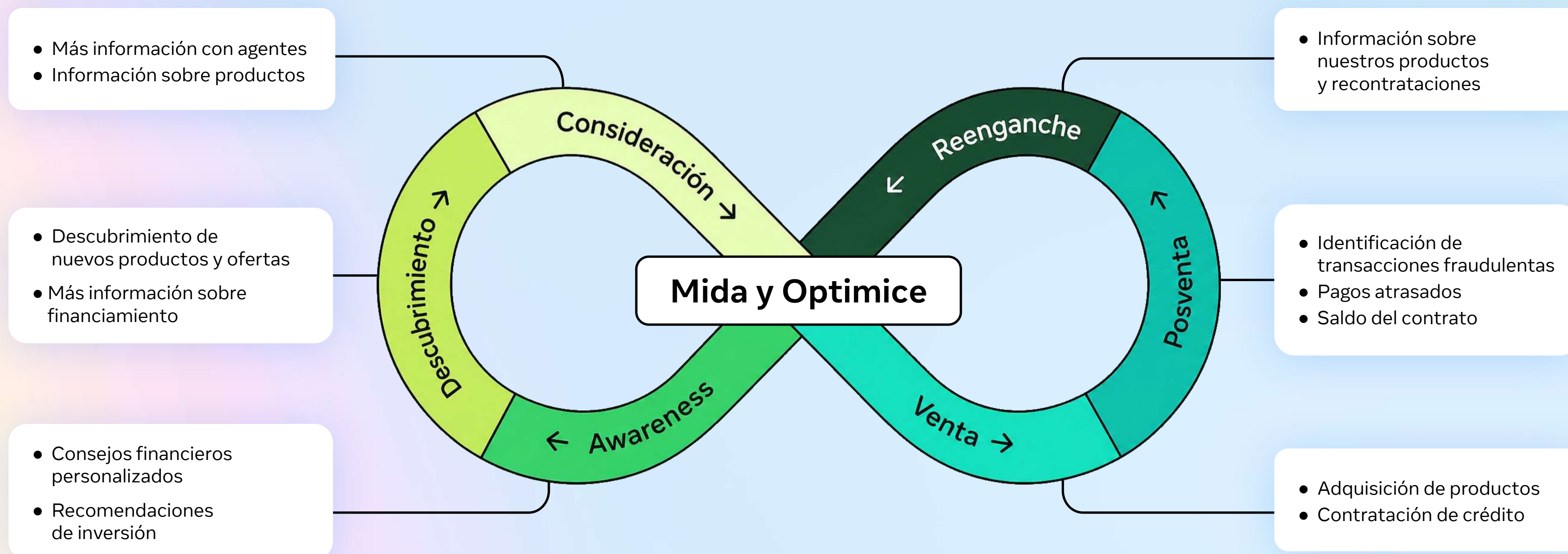
¿Cómo hacemos para
convertir cada mensaje
en una conversación?





¿Qué tanto puede estar WhatsApp presente en un customer journey? La respuesta es simple pero poderosa: ¡En cada paso!

Veamos cómo diferentes tipos de mensajes y experiencias de conversación interactivas pueden desbloquear más **oportunidades de captación, cobro y venta adicional de clientes.**





Las tres generaciones del contacto inteligente

La mayoría del sector financiero sigue entre la generación 1 y 2



Datos Blip: lo que vemos en esa tercera generación

La diferencia entre enviar y convertir se llama intención

Conversiones

Generación de demanda 34.8%

Venta y posventa ~16%

Conversión por CTA

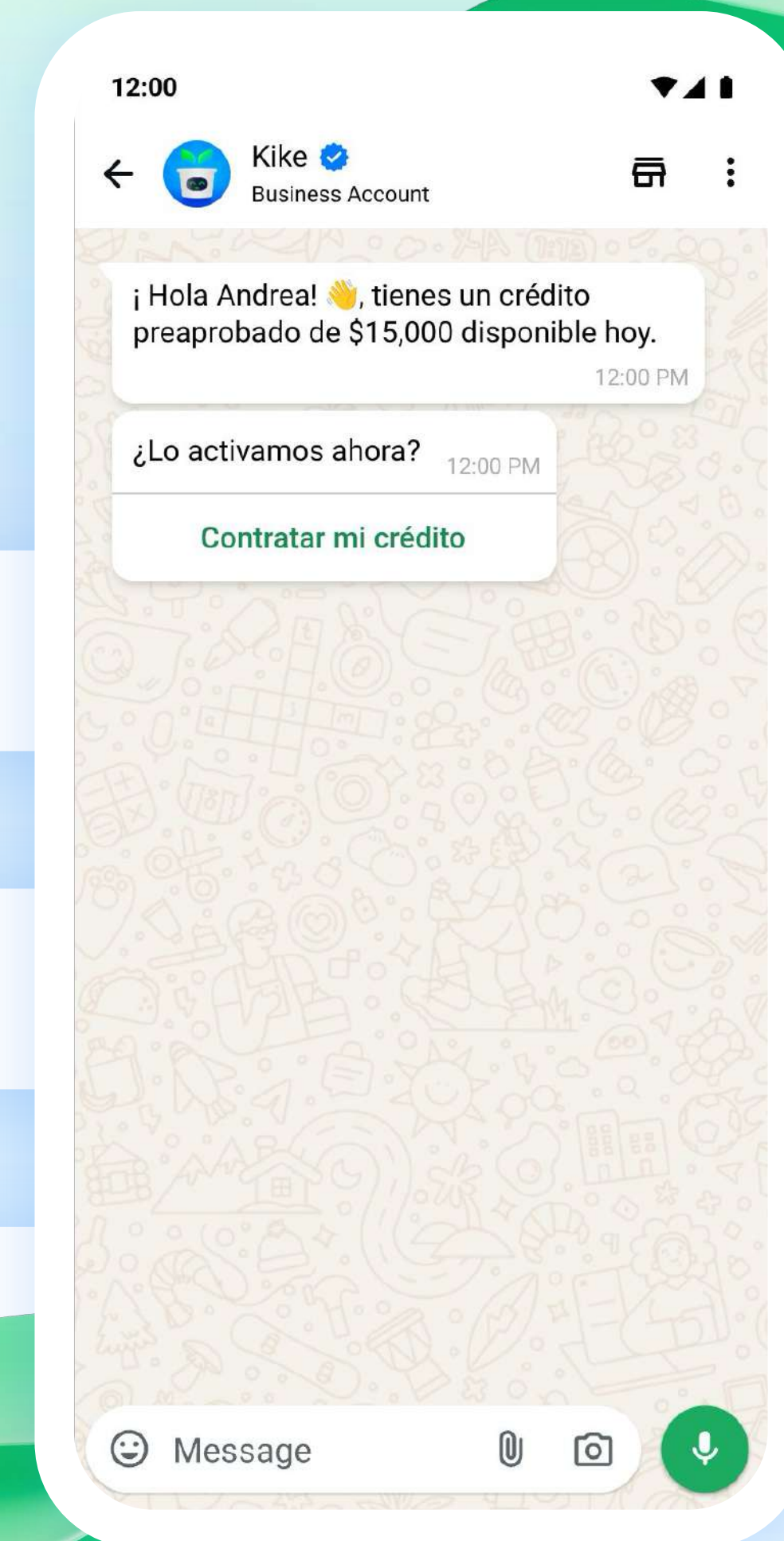
"Contratar ahora" 46.8%

"Saber más" 24.9%

Respuesta por objetivo

Construir relación 29%

Awareness o venta pura ~16%





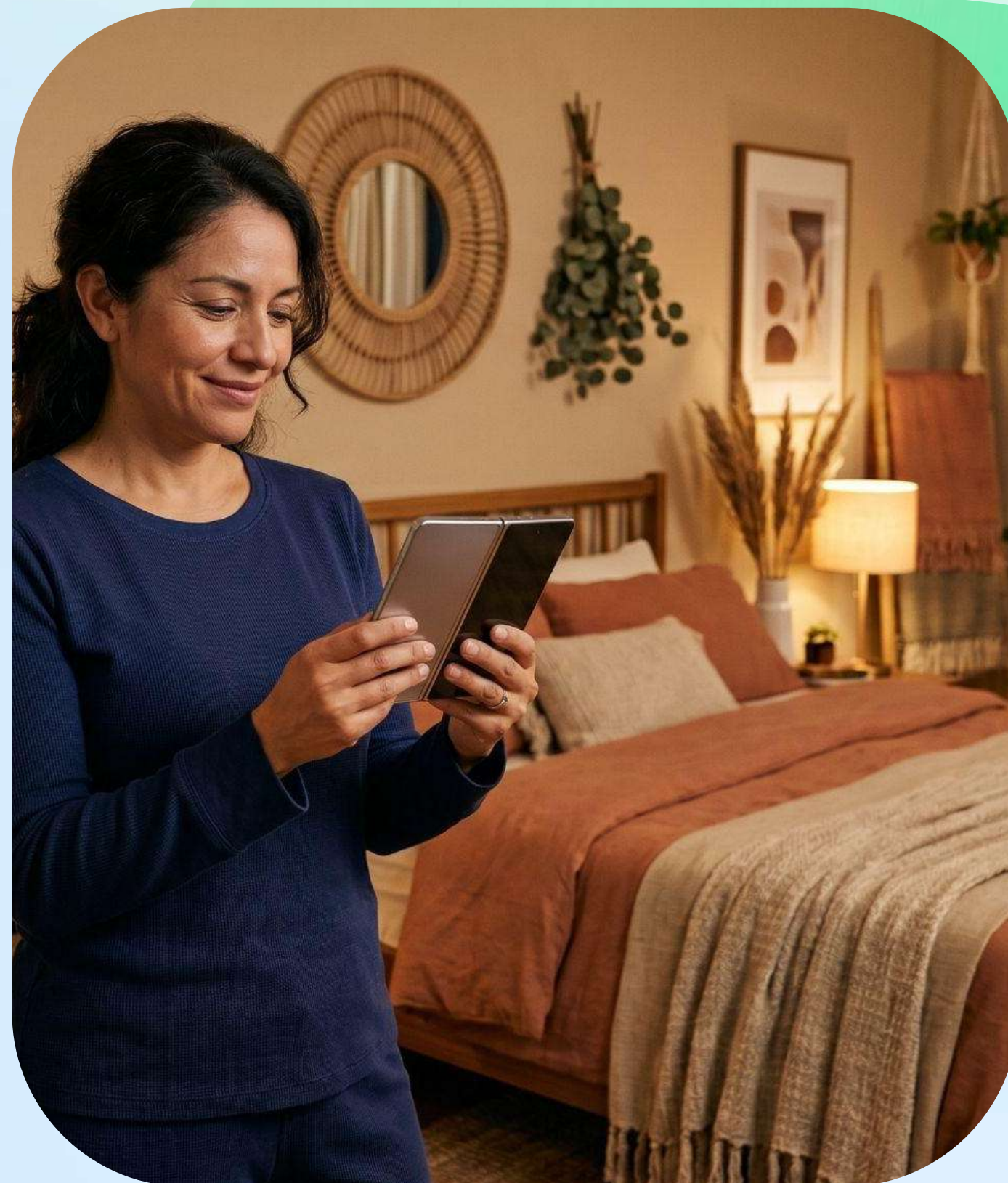
Darinka Yael Moreno y Frausto

Director of Customer Service and
Enablement
Kueski





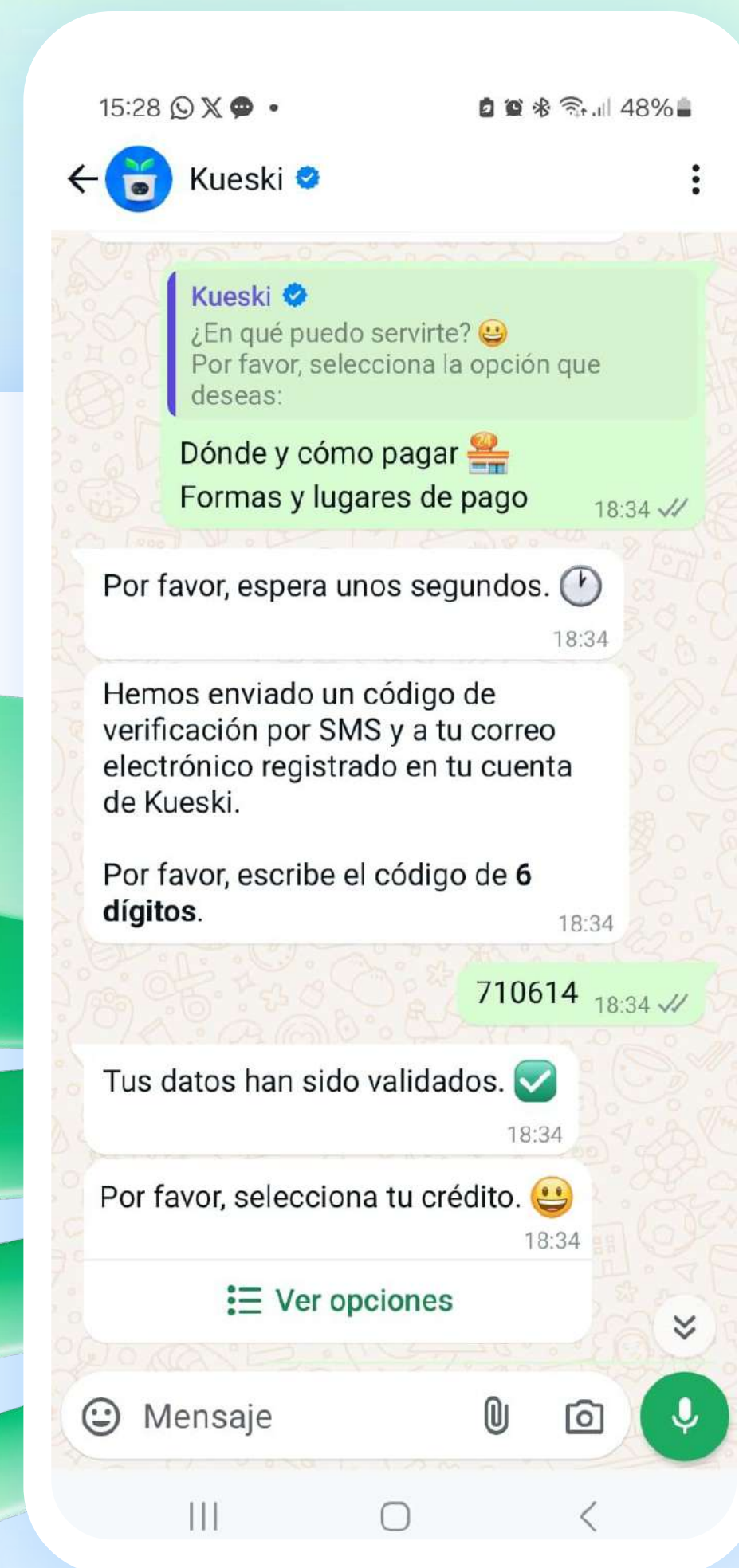
Kueski, Blip y WhatsApp: una historia de éxito





75% de interacciones atendidas con soluciones de WhatsApp

Kueski construyó con Blip un ecosistema de contactos inteligentes en WhatsApp liderado por Kike, su asistente virtual. Actualmente, Kike gestiona el **75%** de todas las interacciones con clientes, superando en eficiencia a cualquier canal tradicional.



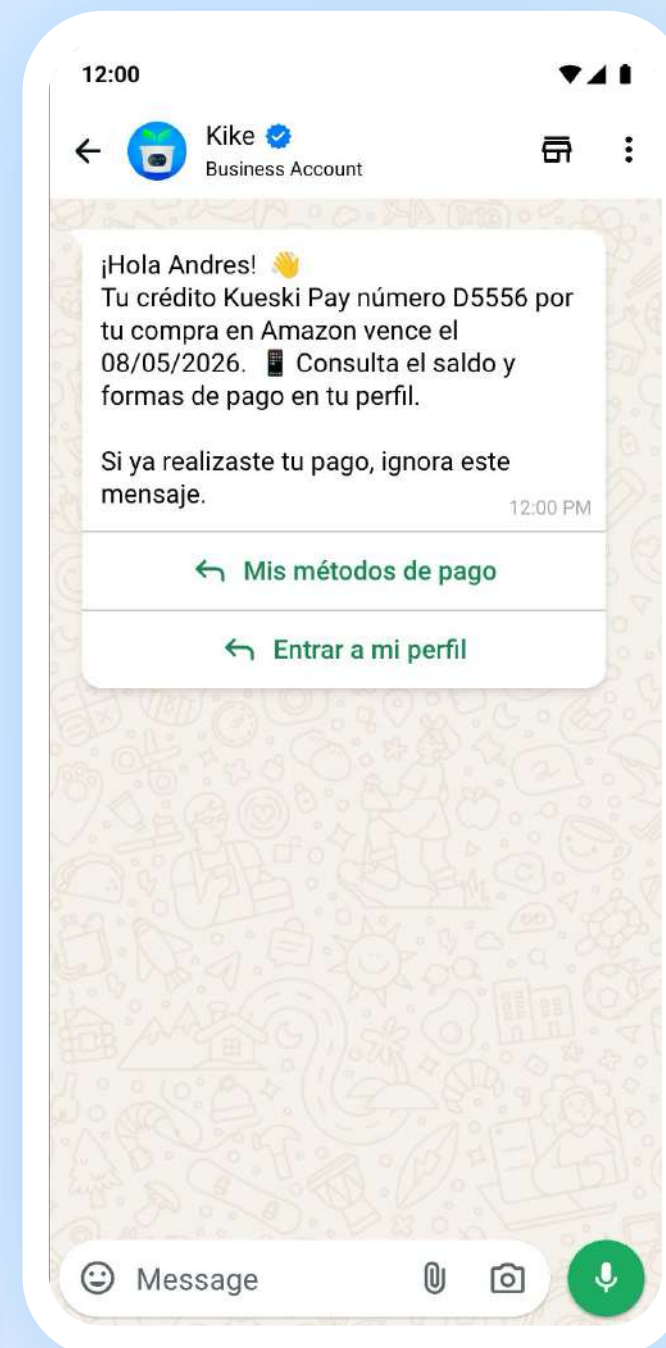


El reto de Kueski

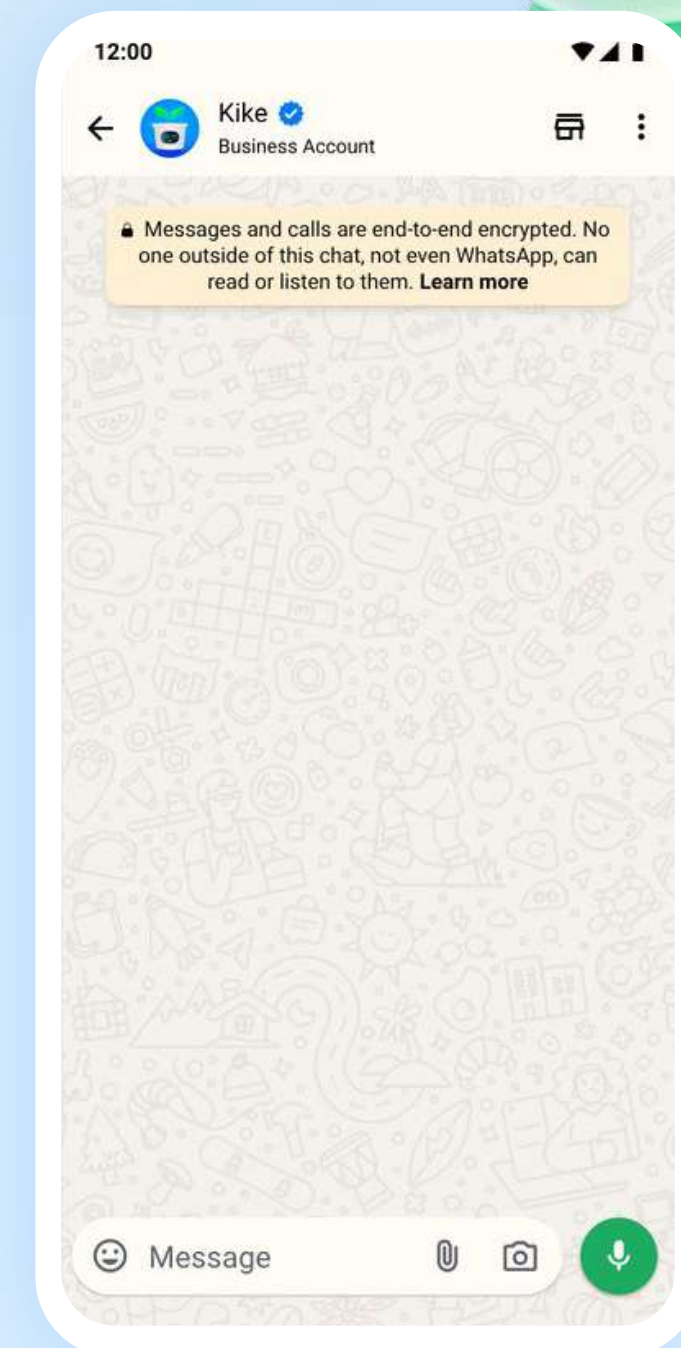
Escalar la experiencia del cliente al ritmo del crecimiento del negocio



Consulta
de preguntas
frecuentes



Consulta
de saldo
automatizada



Generación
de acuerdos
de pago.



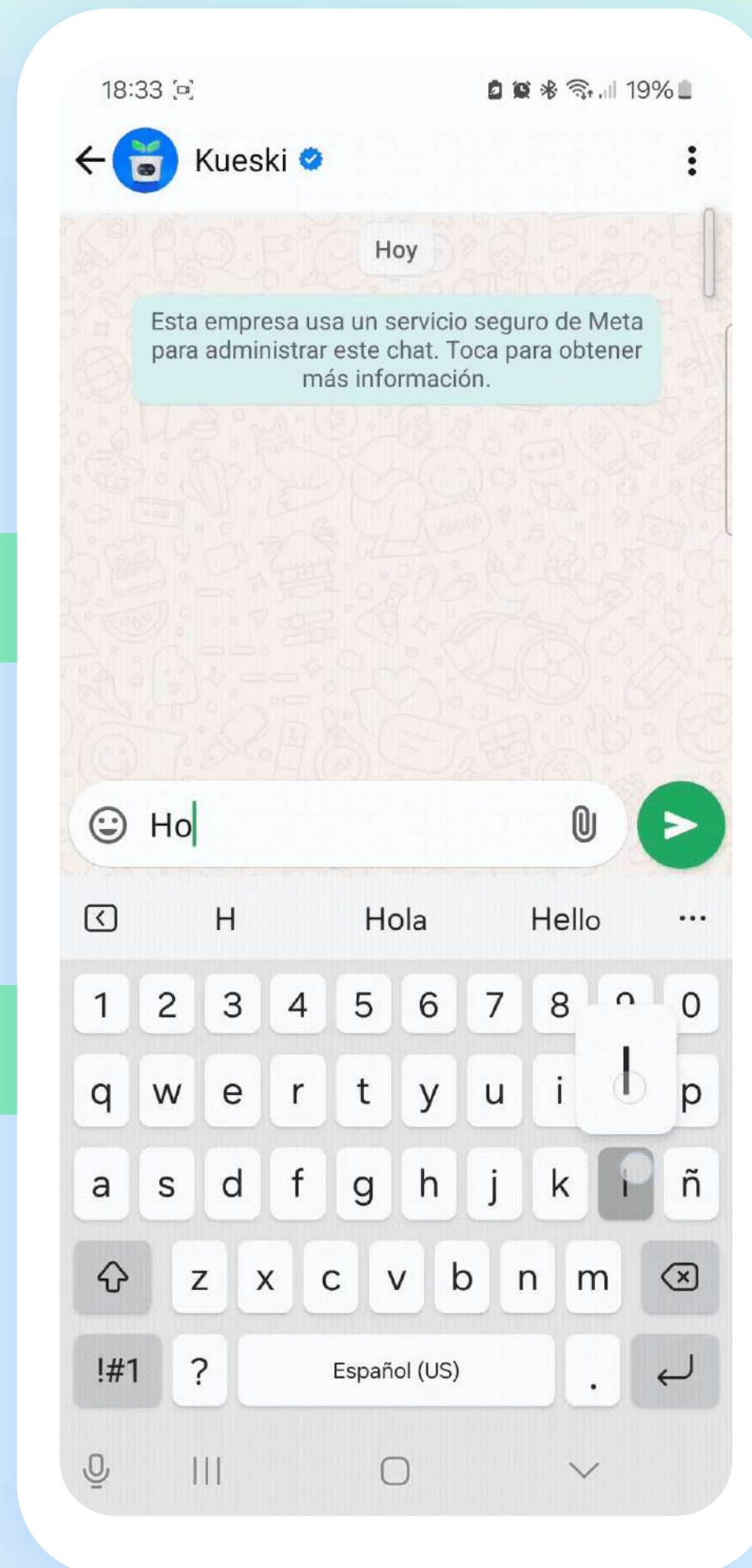
Kike, el asistente virtual

→ Objetivo

Empoderar a los clientes para resolver sus necesidades de forma autónoma con capacidades self-service, habilitando el crecimiento sin incrementar proporcionalmente la capacidad operativa.

→ Solución

En colaboración con Blip, Kueski creó a Kike, su asistente virtual en WhatsApp. Kike se ha convertido en el corazón de la atención al cliente de la empresa. Es más que un simple chatbot, Kike funciona como un asistente que combina la resolución de preguntas frecuentes con capacidades avanzadas de self-service como consultas de saldo o aclaraciones de pago.



77%

retención de todas las consultas que recibe Kike

23%

de consultas se derivan a agentes humanos

3

conversaciones simultáneas comparado con 1 en canal telefónico

Un ecosistema de bots especializados

→ Bot de cobranza

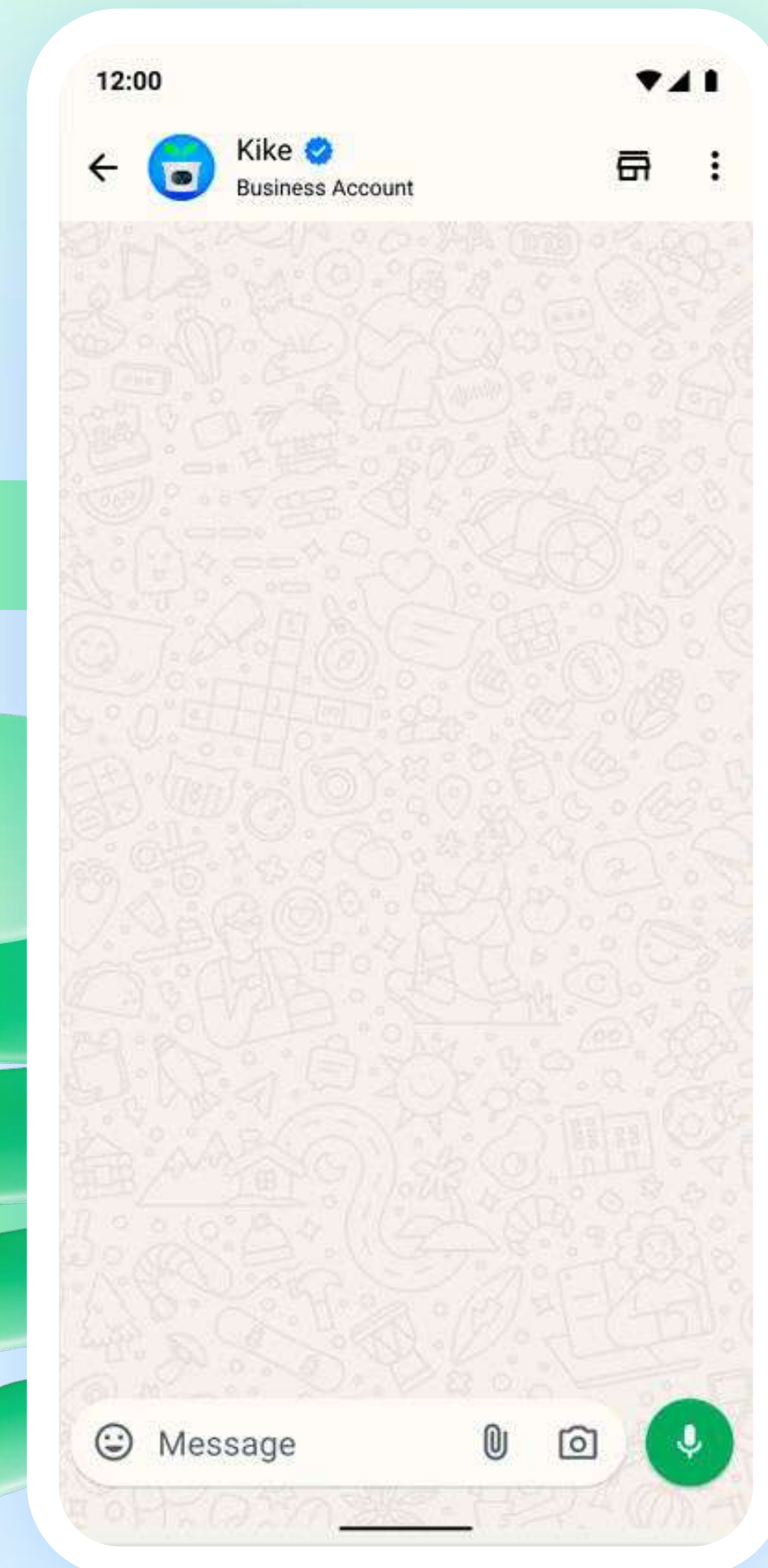
Gestión de campañas de cobranza que permite acuerdos de pago automatizados bajo condiciones específicas. Los clientes pueden registrar acuerdos sin intervención de agentes humanos.

→ Bot de seguridad

Gestiona las alertas de cambio de datos sensibles, de modo que los clientes Kueski se mantengan al tanto de cualquier irregularidad en su cuenta y equipo interno de seguridad pueda accionar a tiempo.

→ Bot para envíos de códigos NIP

Automatiza el envío de códigos de verificación por WhatsApp, resolviendo problemas de entrega por SMS y reduciendo significativamente las oportunidades de negocio perdidas.





Conversations



WhatsApp para educación

Masterclass con Atom



Dulce Rodríguez
Customer Success Manager
Atom

El estudiante
espera una
experiencia digital,
inmediata y
personalizada



90%

de los primeros contactos con universidades
ya ocurren por canales digitales.



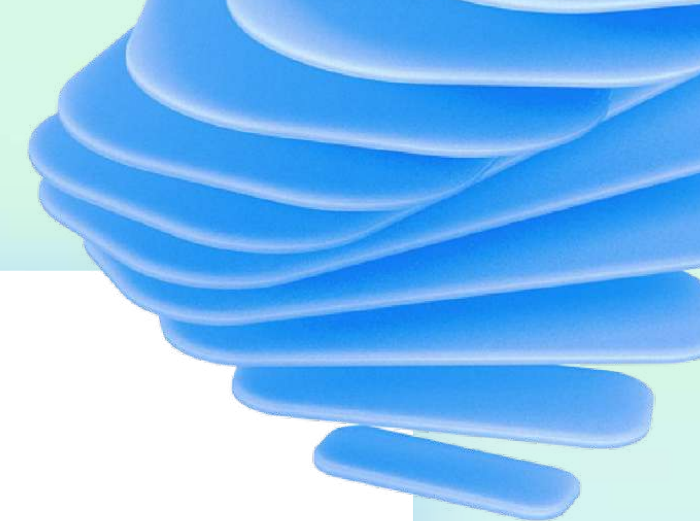
45%

de los estudiantes ya interactuó con
asistentes de IA en sitios universitarios.



47%

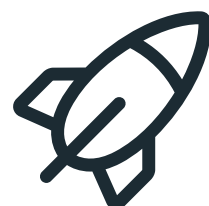
prefiere combinar SMS y apps de mensajería para
recibir comunicaciones de instituciones educativas.



El reto ya no es generar más leads

Velocidad

Los estudiantes esperan respuestas rápidas, especialmente en momentos críticos como admisión, becas, fechas límite y estado de aplicación.



Contexto

Quieren información conectada con su contexto: programa de interés, etapa del proceso, becas, horarios, modalidad y próximos pasos.



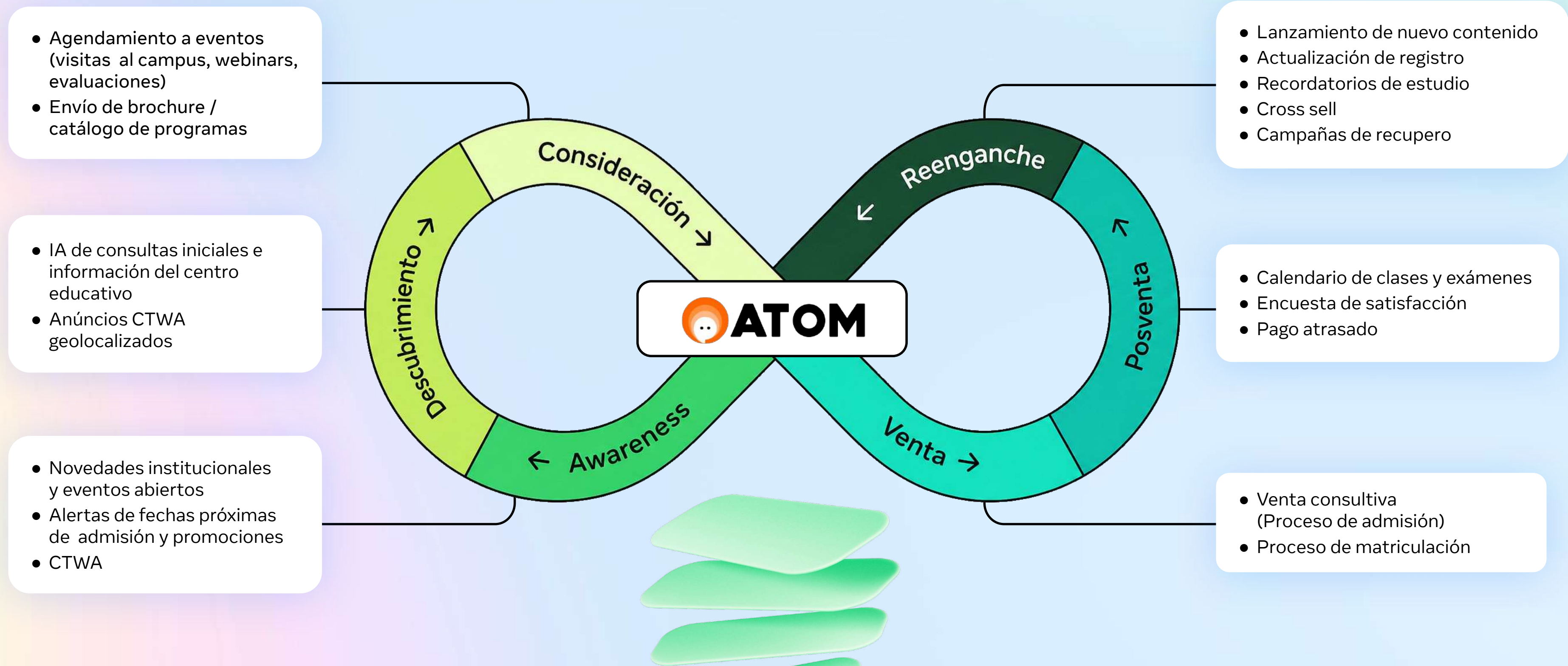
Continuidad

La experiencia no termina en la inscripción: onboarding, soporte académico, recordatorios y re-engagement también forman parte del ciclo.



WhatsApp

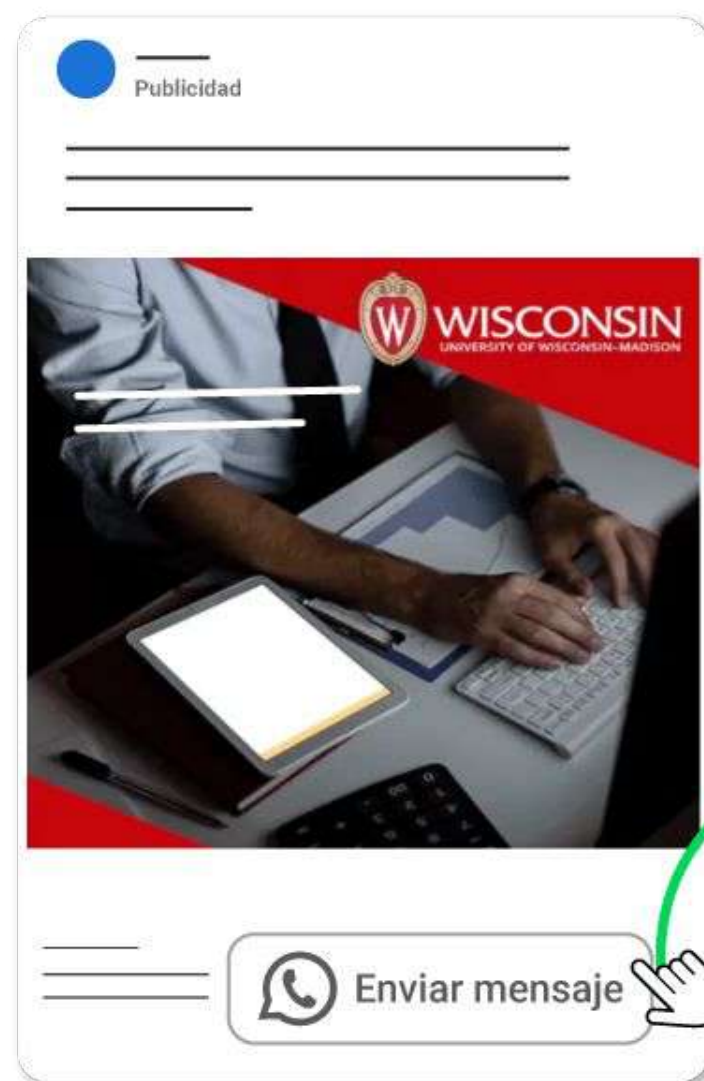
Un ciclo de vida completo para educación





Clic to WhatsApp + CAPI

Anuncios Meta Click To WhatsApp



Quiero inscribirme

10:00

¡Excelente! Vamos a empezar con el proceso

10:01

AWARENESS

Lleva tráfico a WhatsApp y deja que CAPI encuentre a los que convierten.

→ Exclusivo

Integración CAPI

Atom conecta tus campañas con **Conversions API** de Meta para optimizar resultados en tiempo real.



30%

Reducción de CPC



DISCOVERY

Orientador de Estudiantes

Captura
información para
perfilar estudiantes

Quiero saber que Ingenierías ofrecen?

19:00 ✓✓



CONSIDERATION

Agendamiento visitas al campus

3:14 100%

Automotive Demo EN

← CAMPUS VISIT AGENDA 🏛️

To proceed with scheduling a test drive, we require the following information:

Preferred Date

May 16 2024

Preferred Hour

8:00 am

10:00 am

11:00 am

12:00 pm

13:00 pm

Send

Managed by Atom. [Learn more](#)



↑ **49%**
Incrementa tasa
de agendamientos



PURCHASE

Venta
consultiva
multimodal

Vuelve a
contactar a tus
leads perdidos





POST-PURCHASE

Asistente
Académico

Experto en requerimientos
Responde a preguntas complejas

Quiero aplicar para una
beca de idiomas. 16:29 ✓✓

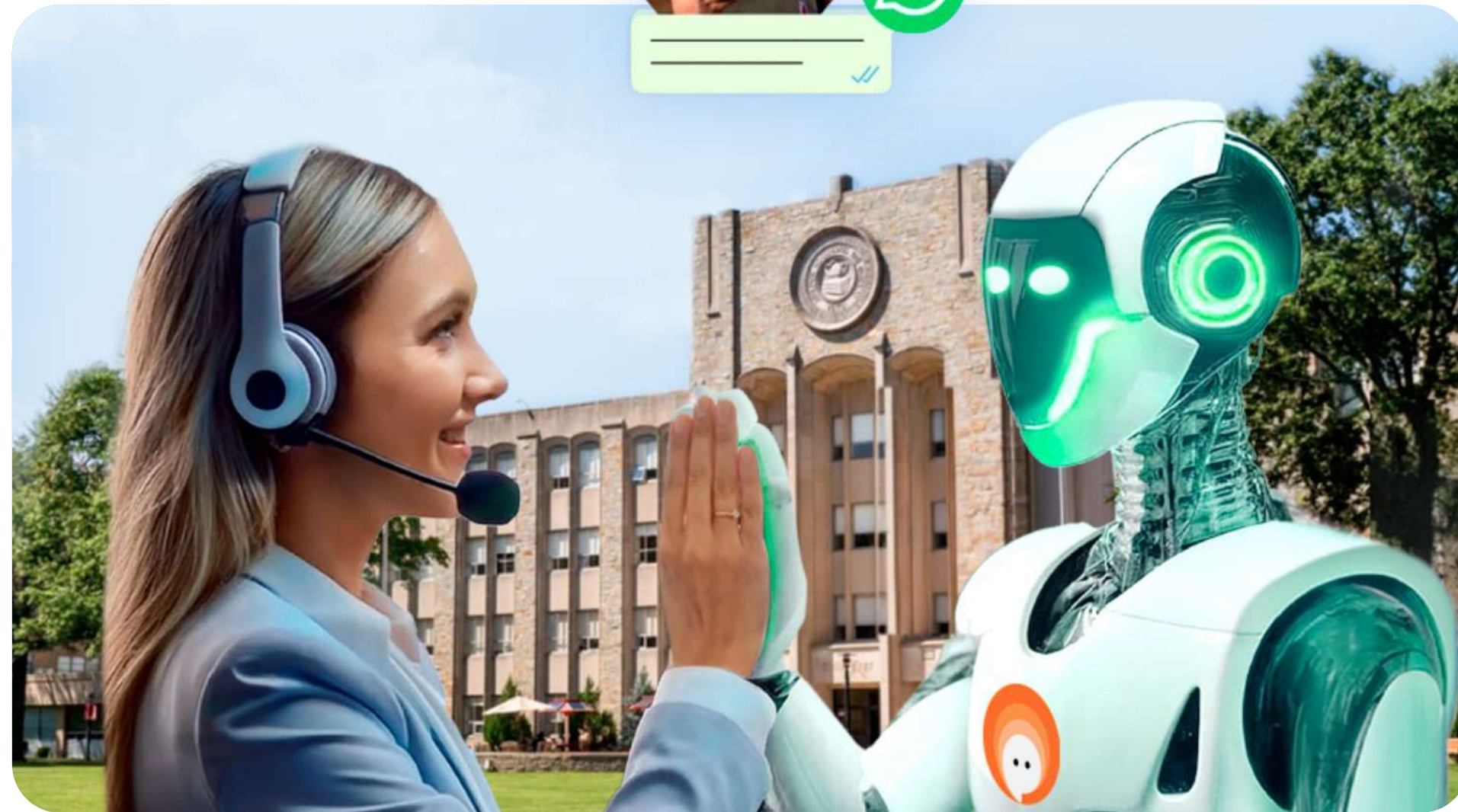
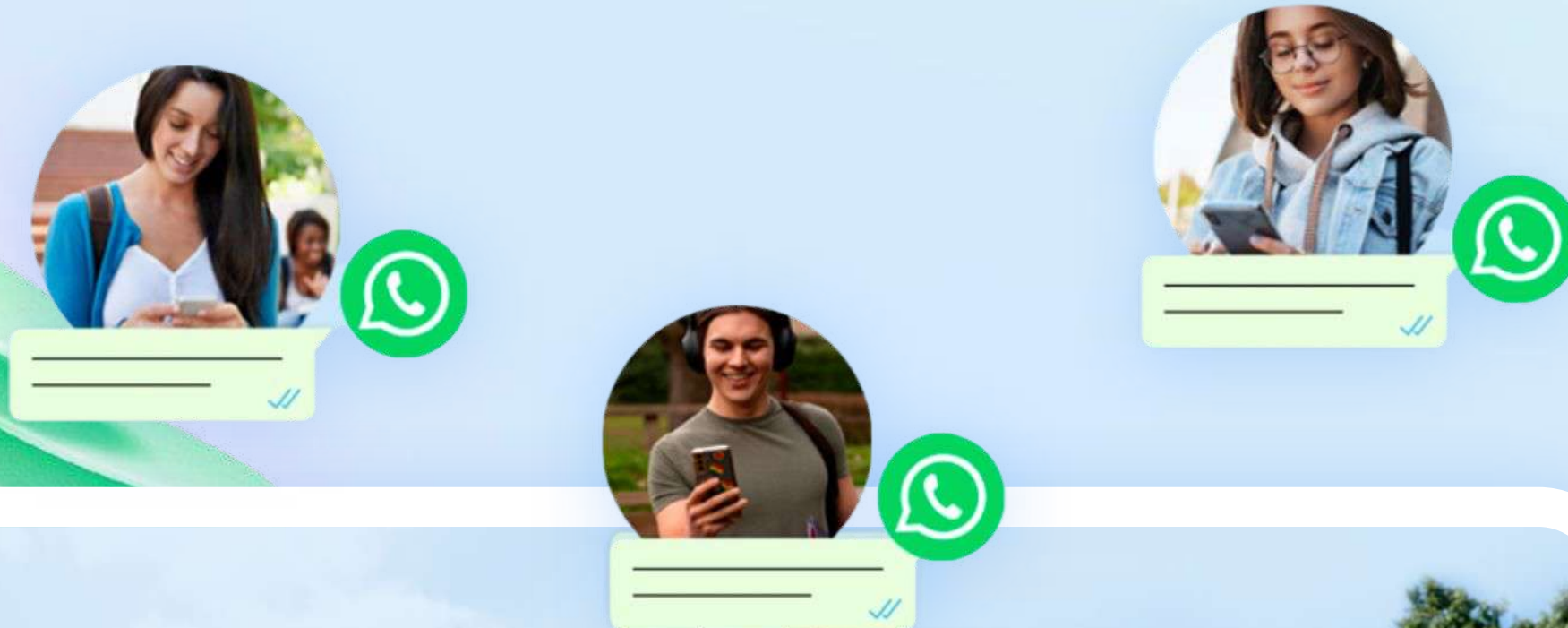


RE-ENGAGEMENT

Campañas de recupero

Vuelve a
contactar a tus
leads perdidos





Con **ATOM**
conviertes
WhatsApp en un
sistema automatizado
para todo el ciclo de
vida del estudiante

ISU Univeridad,
ATOM y WhatsApp:
una historia de éxito



ISU redujo el costo por lead calificado con Atom + Meta CAP

→ Objetivo

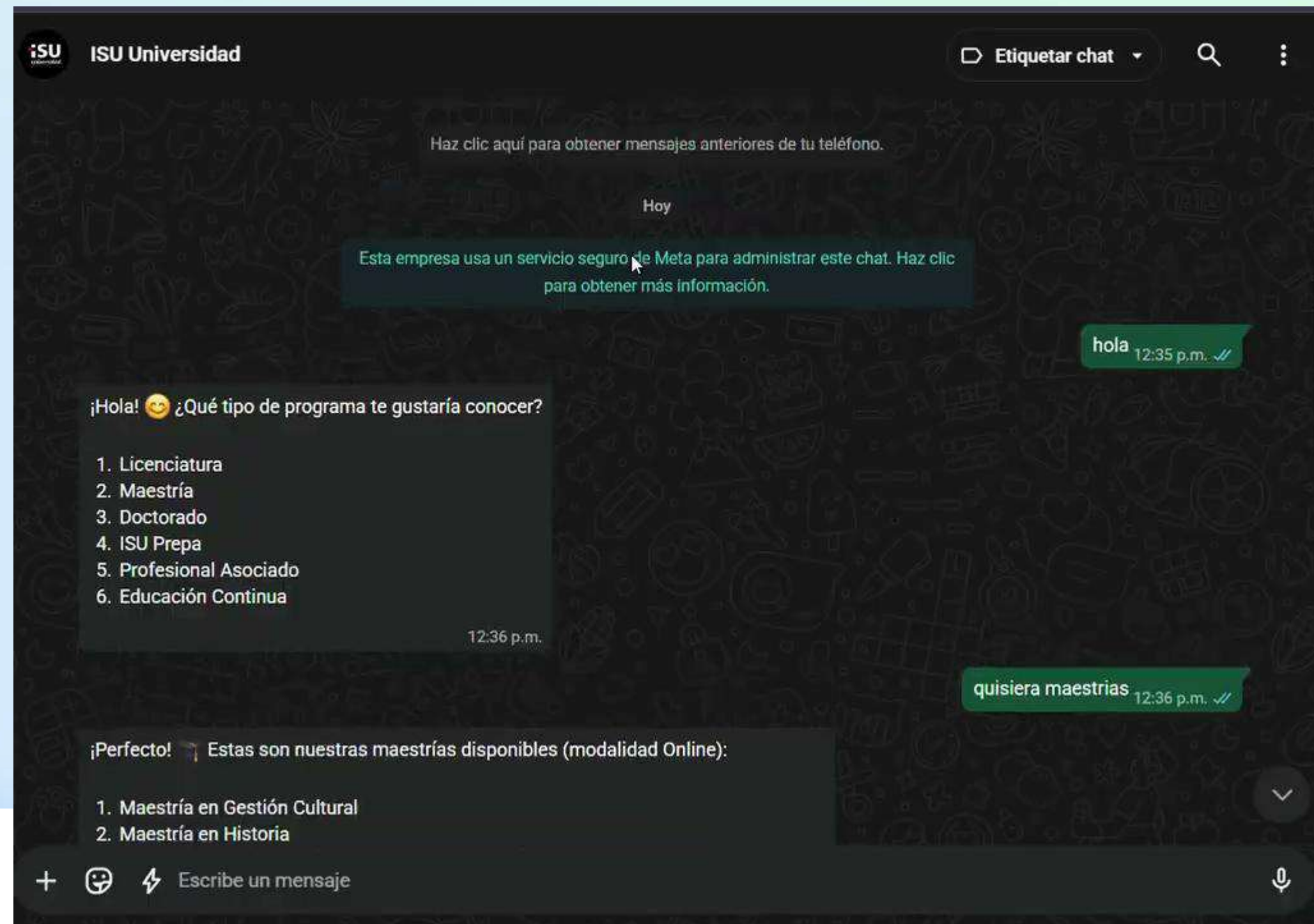
Aumentar la generación de leads calificados para admisiones, optimizando el costo por oportunidad y mejorando la calidad de las conversaciones recibidas.

↓
32%

Reducción en el costo por SQL, es decir, en el costo de generar un lead calificado con intención real de avanzar en el proceso de admisión.

↑
48%

Conversaciones automatizadas sin intervención humana, con más de 35,000 conversaciones gestionadas por Atom en 90 días.





Conversations



WhatsApp para telecom

Masterclass con Auronix



Monica Orozco González

Commercial Director Retail & Telco
Auronix

Tendencias para telcos

El usuario ya decidió: quiere resolver en WhatsApp

Mayor conexión

WhatsApp es el canal, no una opción

En México, más del **90%** de los usuarios de internet usan WhatsApp diariamente, lo que lo convierte en el canal más natural para resolver desde una falla técnica hasta pagar una factura.

Soluciones agénticas

Del bot al agente: la barra subió

Los usuarios rechazan los menús rígidos. Los agentes conversacionales de IA superan los FAQs, manteniendo conversaciones naturales y escalando a humanos solo en casos sensibles.

Experiencias nativas

Conversaciones que convierten

Los WhatsApp Flows registran una tasa de completación del **72%, vs. el 35%** de los formularios web tradicionales. La experiencia dentro del chat gana.

Retos

Lo que WhatsApp
puede resolver



01. Churn y retención

El churn es una preocupación constante: los consumidores tienen muchas opciones en un mercado competitivo y la adquisición de nuevos clientes es más costosa que la fidelización. **Cada interacción cuenta.**



02. Presión por eficiencia operativa

Fitch Ratings señala que en 2026 los operadores latinoamericanos se enfocarán en retención de clientes, mejora de márgenes y generación de flujo de caja positivo. **Menos call center, más autoservicio.**

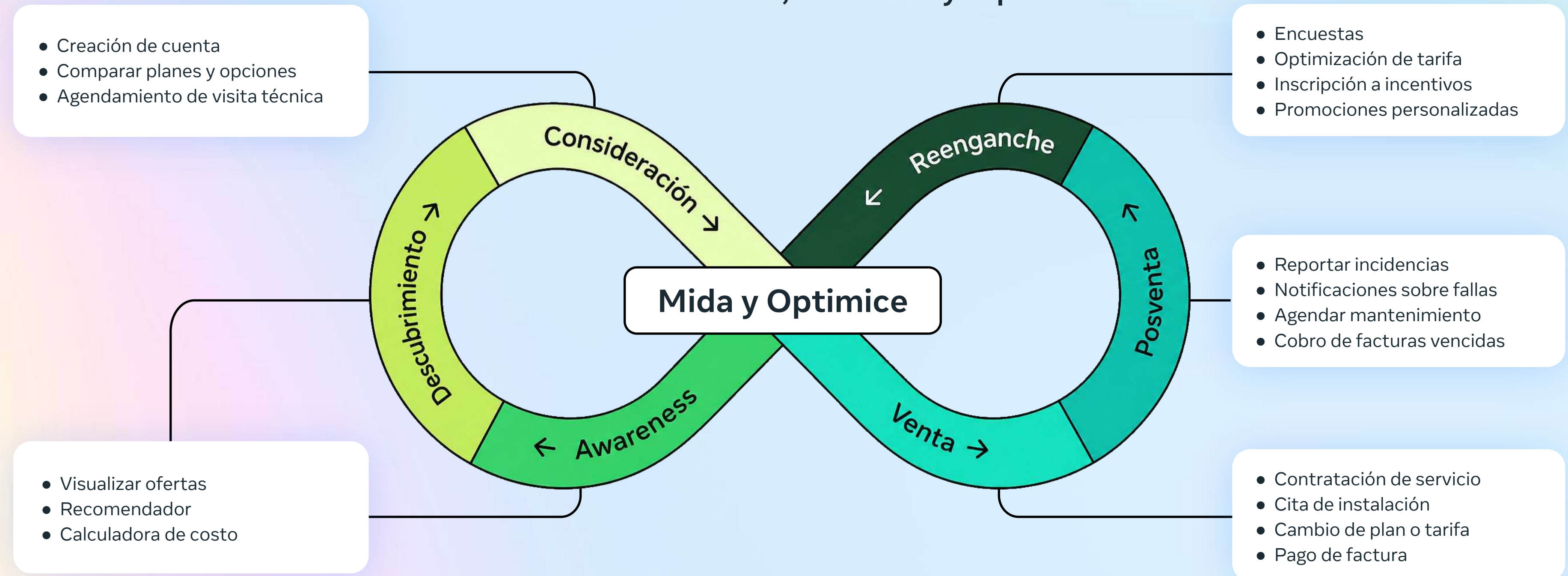


03. La autogestión ya es una expectativa

Las telcos están invirtiendo en herramientas de autogestión digital que facilitan la personalización de servicios como táctica clave para fidelizar clientes. **El que no lo tiene, pierde.**

WhatsApp: un ciclo de vida completo para telco

Combine tipos de mensajes y experiencias de conversación interactivas para desbloquear más oportunidades de **activación de clientes, cobranzas y soporte.**



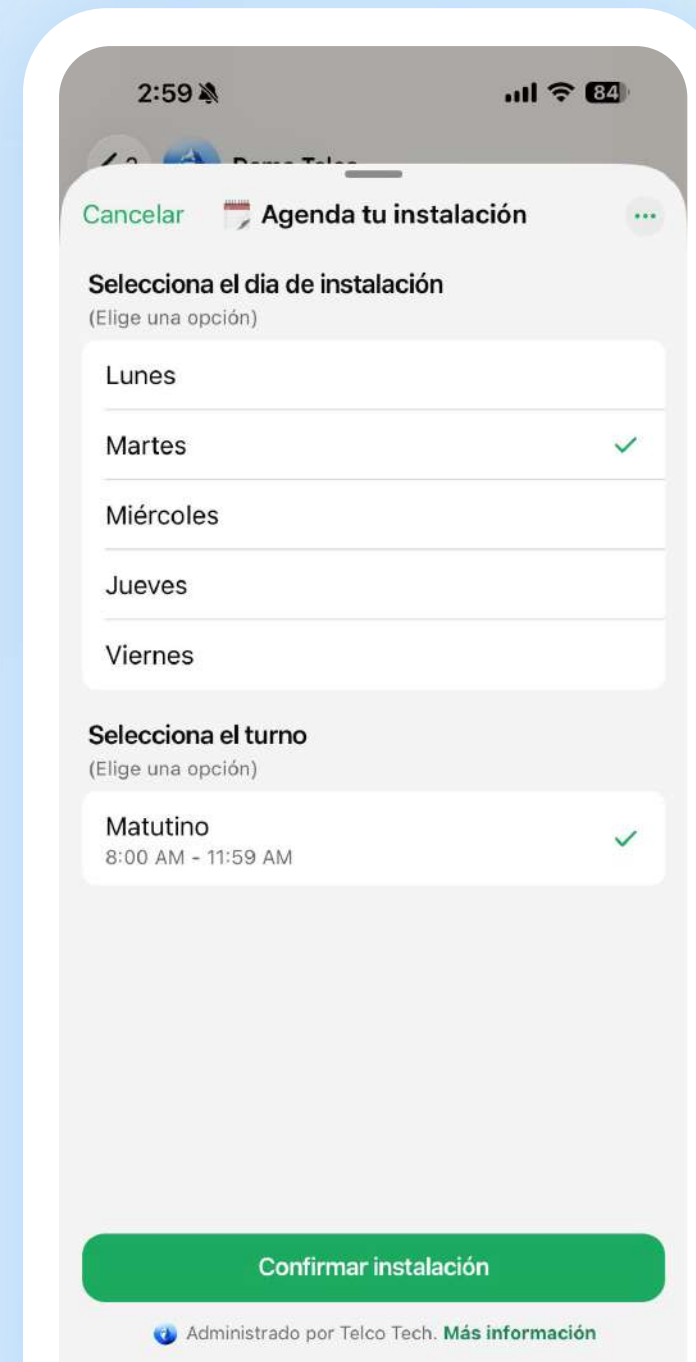
Una experiencia end-to-end dentro de WhatsApp



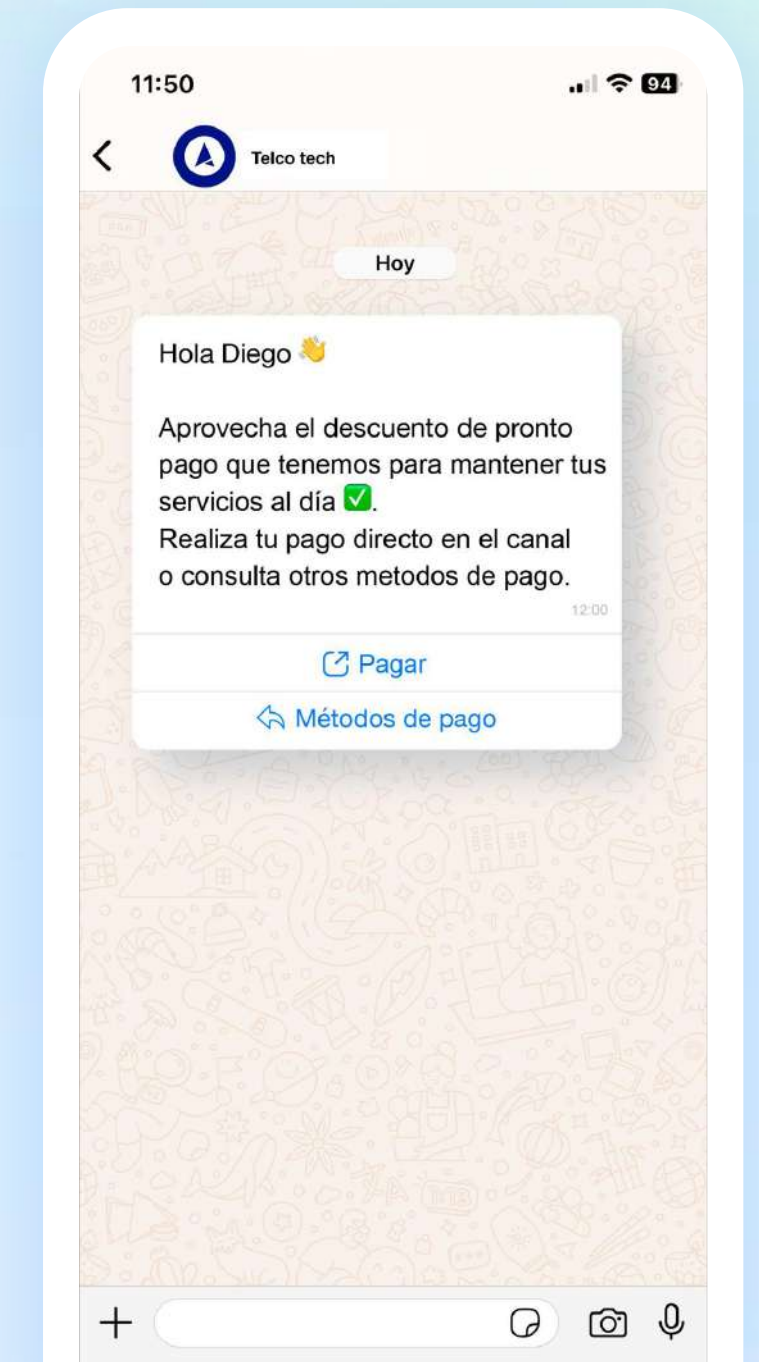
 **Marketing**



 **Subscripción**



 **Servicio**



 **Cobranza**



WhatsApp: una historia de éxito

Daniel Colín

Subdirector de Marketing Digital





Más suscriptores premium, con menos fricción

→ Objetivo

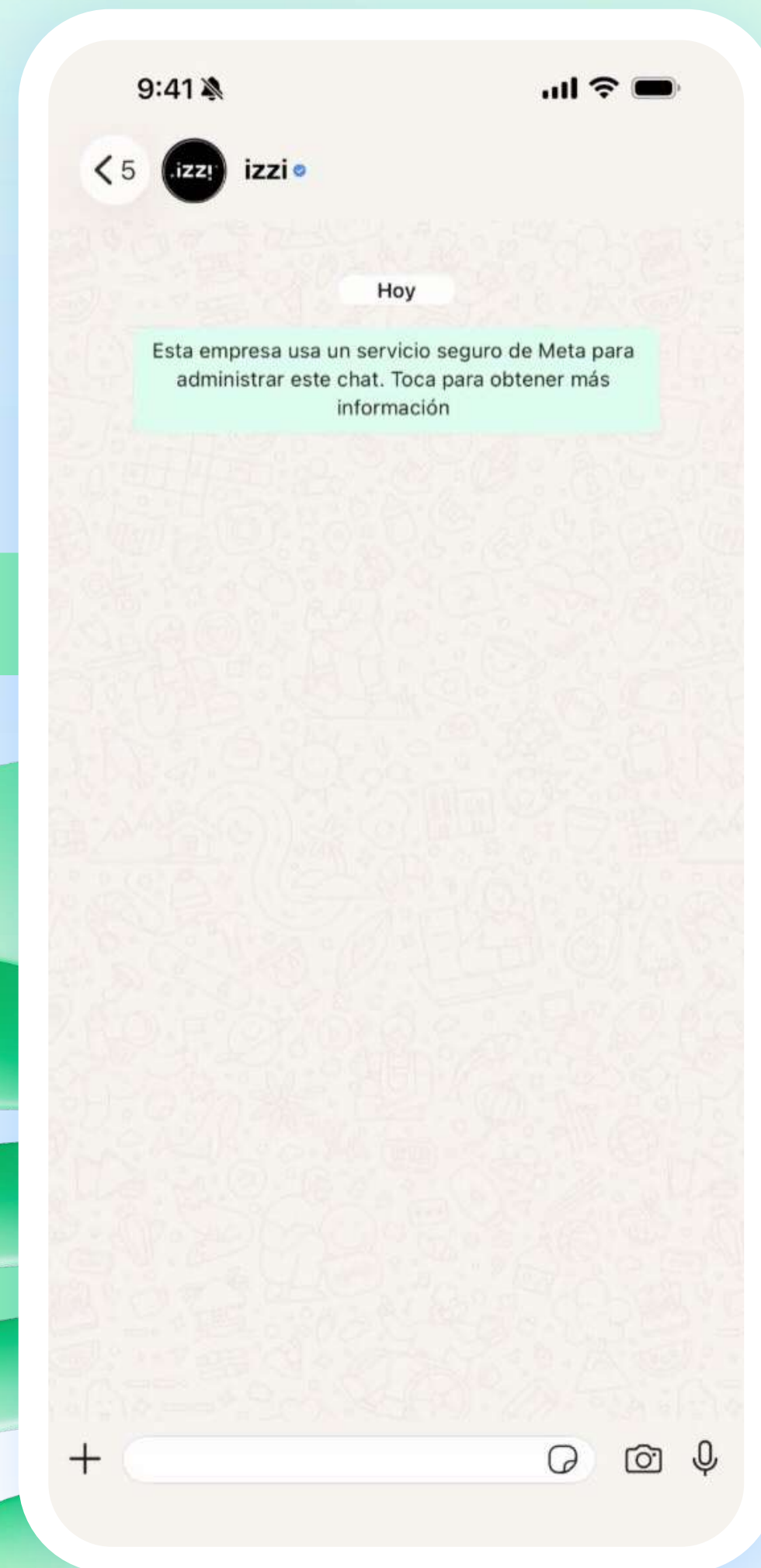
Impulsar upgrades de suscripción a ViX Premium durante el Mundial, aprovechando un momento cultural único de alta intención de compra.

→ Desafío

Medir, rastrear y convertir leads a escala sin depender del canal humano de ventas, reduciendo el costo de adquisición.

→ Solución

Experiencia de comercio conversacional en **WhatsApp**: los fans descubrían, evaluaban y compraban **ViX Premium** sin salir del chat.





13.3M

MXN facturados por
ViX durante la
campaña

90%

De las ventas fueron
autoservicio, sin
agente

13%

Tasa de conversión. vs.
7% del mejor resultado
del canal humano

70%

de reducción en CAC ·
costo actual ≈ \$150
MXN

Automatización que supera las expectativas

El agente alcanzó el doble de
conversión que el mejor equipo de
ventas de ViX, sin sacrificar calidad.



Conversations



¿Y ahora?

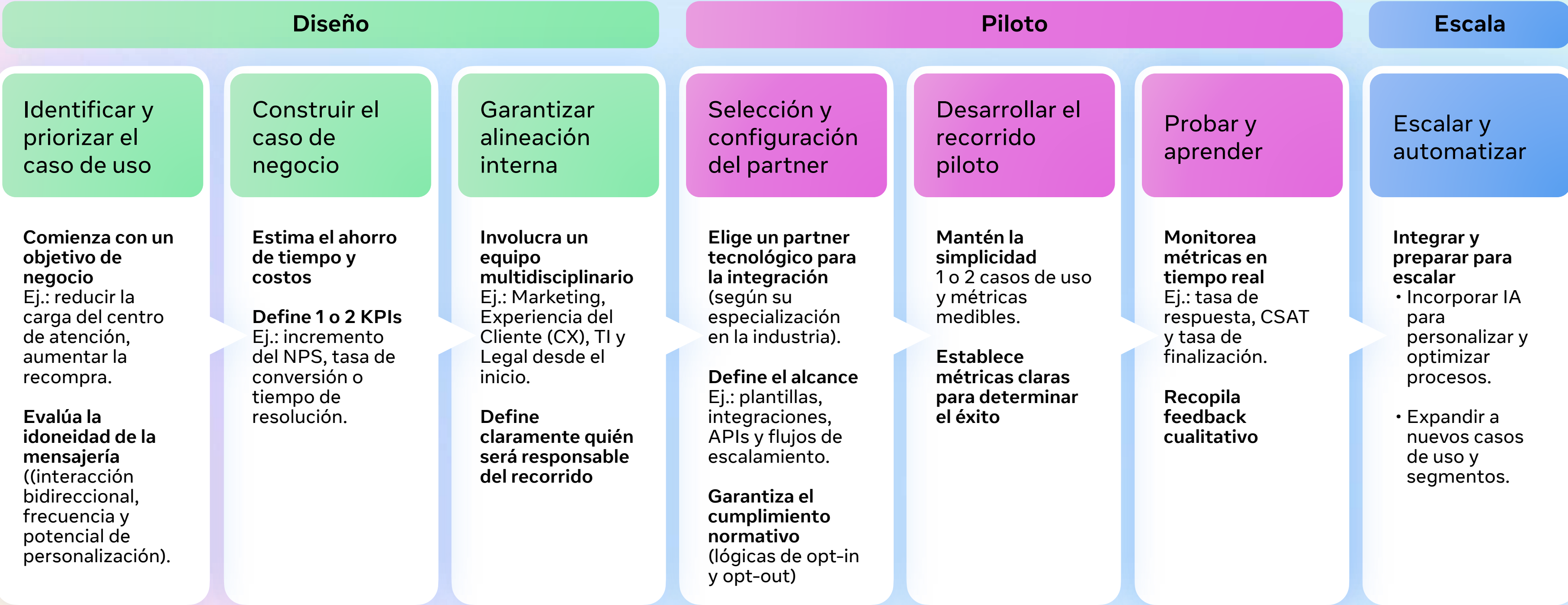
Próximos pasos



Hector Siller

Strategic Client Sales LATAM
Meta

Las experiencias conversacionales deben evolucionar a través de un enfoque centrado en el cliente, basado en la experimentación y el aprendizaje continuo, para descubrir interacciones que generen resultados significativos.



Mapeo del recorrido del consumidor

Objetivo

Visualizar el recorrido actual del consumidor

Actividad

Construyan una persona y diseñen su recorrido utilizando la plantilla

A

Crear una persona que represente a su consumidor actual.

B

Diseñar un recorrido en la plantilla indicada.

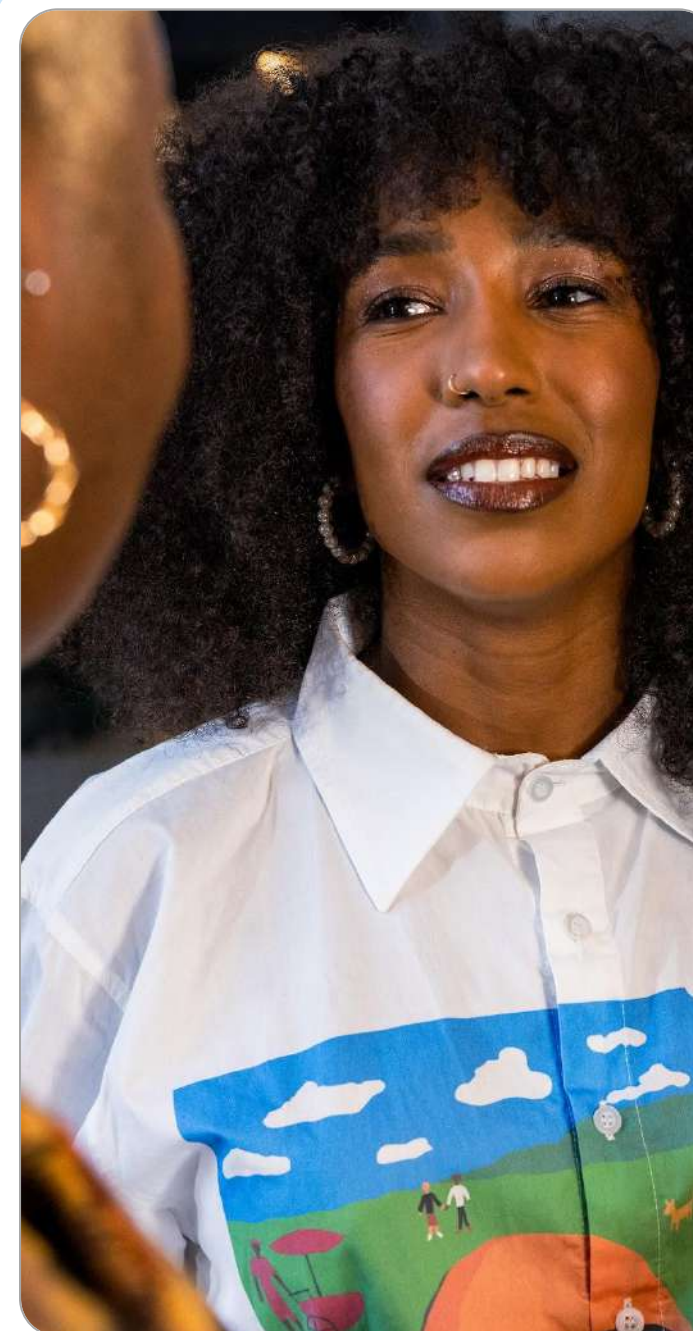
Consideren

- Acciones: ¿Cómo se relaciona actualmente esta persona con su marca?
- Necesidades y desafíos: ¿Qué quiere lograr y cuáles son los obstáculos que enfrenta?
- Sentimientos: ¿Cómo se siente en cada etapa del recorrido?

Ejemplo

Sally es una profesional ocupada a la que le gusta mantenerse al día con las últimas tendencias en cuidado de la piel. Es vegana, se preocupa por el medio ambiente y es miembro activa de PETA.

Debido a su agenda, rara vez tiene tiempo para comprar en tiendas físicas y prefiere hacer sus compras en línea para ahorrar tiempo y dinero.



Ejemplo: Mapeo del recorrido del consumidor

Awareness	Descubrimiento	Consideración	Compra	Posventa	Reenganche
Acciones					
• ¿Qué hace el cliente? • ¿Qué información busca? • ¿Cuál es su contexto?	Sally está viendo la página de uno de sus bloggers favoritos sobre salud, bienestar y cuidado de la piel. Ve un enlace de afiliado a un producto que parece interesante.	Sally hace clic en el enlace y es redirigida a una página en el sitio web del producto.	Sally analiza la variedad de productos y los precios para ver si le gustan las opciones y si puede pagar los productos.	Sally agrega un artículo al carrito y pasa por varias etapas de confirmación y pago.	Sally revisa su correo electrónico para ver la confirmación. Sally recibe un correo electrónico con la presentación de un nuevo producto.
Necesidades y desafíos					
• ¿Qué desea lograr o evitar el cliente? • Consejo: Reduce la ambigüedad; por ejemplo, utiliza la narración en primera persona.	Quiero saber más sobre cómo gestionar mi rutina de cuidado de la piel. El costo de los productos para el cuidado de la piel puede ser muy alto, especialmente para algo que podría terminar siendo una compra única si el producto no se adapta a mi piel.	Quiero saber más sobre la empresa. Principalmente si es una empresa B Corp. No puedo seleccionar fácilmente mi tipo de piel en la página. Visito la página "Sobre nosotros" para ver si me gusta la propuesta de la empresa.	Quiero poder ver todos los productos para mi piel y el precio que puedo pagar. Quiero ver toda la información relevante y saber qué tan naturales son los productos.	Quiero realizar mi compra. Quiero que la entrega sea rápida y quiero mantenerme informada. Estoy emocionada por recibir mi nueva mascarilla facial y probarla.	La fecha de entrega informada en el correo electrónico es 5 días más larga que la indicada en el sitio web. No hay información de seguimiento en el correo electrónico. Estoy decepcionada por tener que esperar más de lo que esperaba para recibir mi nueva mascarilla facial. No estoy segura de si quiero volver a comprar en este lugar. El marketplace de belleza ofrece envío gratuito más rápido y seguimiento del pedido.
Indicadores					
• ¿Qué espera que haga el cliente? • ¿Cuál es el KPI asociado?					

Transformando dolores en soluciones de mensajería

Quiero saber más sobre cómo gestionar mi rutina de cuidado de la piel.

Caso de uso

Atención consultiva

No puedo seleccionar fácilmente mi tipo de piel en la página.

Caso de uso

Creación de un formulario para personalizar la recomendación

Estoy emocionada por recibir mi nueva mascarilla facial y probarla.

Caso de uso

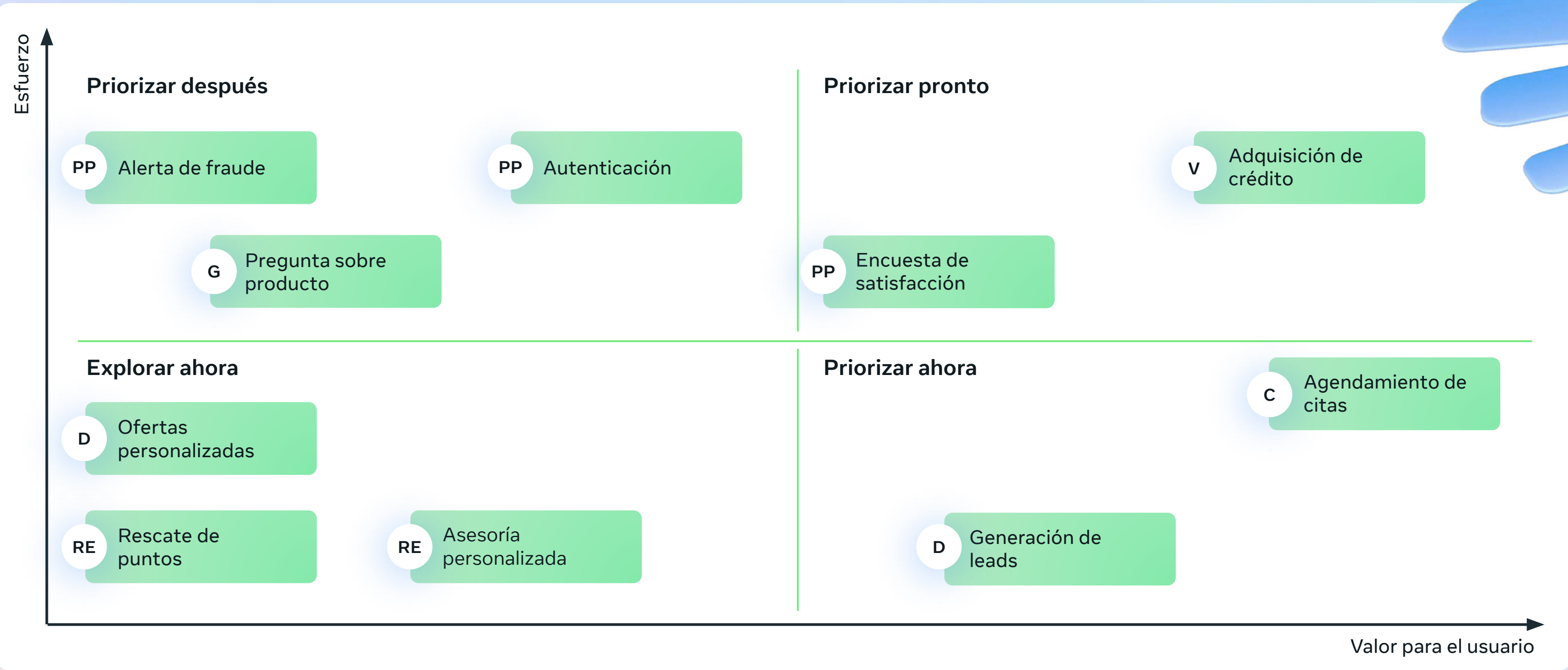
Seguimiento del pedido y envío de información sobre cómo utilizar el producto

No estoy segura de si quiero comprar en este lugar. El marketplace de belleza ofrece envío gratuito más rápido y seguimiento del pedido.

Caso de uso

Envío de promociones para recuperación de carrito

Heatmap: Valor vs. Esfuerzo





Conversations

Patrocinadores



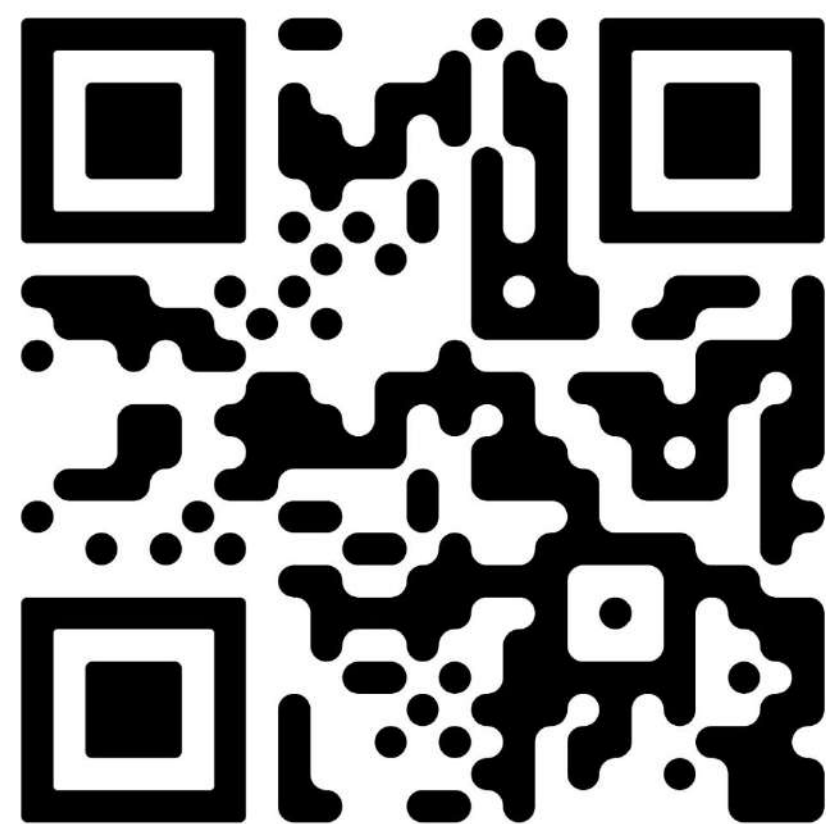
Engage**ware**

yalo



¡Gracias!





Escanea el código QR y
comparte tu opinión en
nuestra encuesta de
satisfacción



Conversations