

Acelera
pyme

La atención total a cliente y **las ventajas de los asistentes virtuales / chatbots**



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Contenidos

1 > Introducción	03.
2 > Cambios en la atención al cliente	05.
3 > ¿Qué son los chatbots?	07.
4 > Principales beneficios de los asistentes virtuales / chatbots	09.
5 > ¿Qué características debe tener un buen asistente virtual?	11.
6 > Herramientas para crear un chatbot	13.
7 > Conclusiones	18.
8 > Referencias	19.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

1. Introducción

“Creemos que deberías poder enviar mensajes a una empresa de la misma manera que le envías un mensaje a un amigo” *Mark Zuckerberg*

El mundo está en constante movimiento y las tecnologías avanzan a gran velocidad. Es difícil estar al tanto de las últimas novedades y los cambios se van acelerando.

La atención al cliente es un ámbito muy importante para una marca, es una de sus presentaciones, y un factor clave para la compra y repetición de sus productos o servicios. Este área también se está revolucionando gracias a los avances tecnológicos que permiten generar de manera automática una respuesta eficaz y rápida a una gran parte de las necesidades de los interesados.

Los clientes esperan encontrar un negocio que tenga presencia online, resolver sus dudas de manera rápida e instantánea, en cualquier momento de la semana u hora, y para una gran parte de sus dudas, sin necesidad de tener que descolgar el teléfono. En este nuevo contexto de sociedad digitalizada, los asistentes virtuales (chatbots) cobran protagonismo. Además, estos robots que responden a preguntas han evolucionado con la Inteligencia Artificial, logrando una comprensión y lenguaje más natural, avanzando y con funcionalidades más allá de preguntas frecuentes.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Según encuestas de la compañía Salesforce realizadas en 2019, en España, el 57% de las personas prefieren hacer uso de un “autoservicio” para resolver cuestiones simples, el 77% espera que las empresas den una respuesta en tiempo real y el 84% espera que las empresas hagan uso de la tecnología para crear mejores experiencias [REF-01].

Por tanto, dejando de lado las cuestiones o preguntas más complejas, los asistentes virtuales proporcionan una ayuda que logra resolver dudas en tiempo real, en cualquier momento e idioma, siendo un refuerzo importante para las pymes en sus estrategias de atención a cliente y en especial en los e-commerce. Para una pyme, contar con este servicio supone una ventaja competitiva, porque le permite atender un gran número de peticiones que de otra forma sería imposible.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

2. Cambios en la atención al cliente

Para conocer cómo deben ser los asistentes virtuales, es importante conocer antes las características en sí de la atención al cliente y poner al usuario en el centro: pensar qué necesita, qué espera, cuáles son sus limitaciones y el contexto en el que se mueve, para diseñar un producto o servicio a la altura de sus expectativas.

La atención al cliente es un conjunto de acciones que buscan mejorar la experiencia del cliente, resolviendo sus dudas, desafíos o problemas de manera ágil y eficaz, pudiendo usarse para ello distintos canales de comunicación (e-mail, teléfono, asistente virtual o chatbot, redes sociales, asistencia in situ...)[REF-02].

La atención al cliente **está cambiando**, se busca una mayor rapidez e inmediatez, una mayor facilidad de uso, la posibilidad de contar con múltiples canales, la personalización, y en última instancia, la disponibilidad humana. El cliente necesita que se atiendan sus necesidades en todos los canales, de forma integrada y personalizada.

A continuación, analizamos las **características deseadas**:

- **Inmediatez:** los clientes necesitan que sus necesidades se resuelvan en un momento exacto.
- **Personalización:** el usuario está en el centro de la experiencia y debe sentirse parte de esta.
- **Atención única:** humanizar todas las interacciones que tenga el consumidor con la marca.
- **Multicanalidad:** el usuario quiere escoger el canal por el cual se comunica con la marca.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

El gran desafío de las marcas es **atender desde todos los canales cualquier necesidad**, comercial, de atención o cualquier otra, aprovechando el conocimiento del cliente que nos dan los datos:



Captar nuevas audiencias



Conocimiento del cliente
(cliente único)



Adelantarse a las necesidades
de los clientes



Personalización de los
impactos



Fidelización de los clientes



Aumentar la conversión



Rapidez / Inmediatez (First
Contact Resolution)



Simplicidad / facilidad de uso



Unificación de los diferentes
canales



Personalización de la atención



Disponibilidad humana



Eficientar coste

Uno de los cambios que revoluciona la atención al cliente es la incorporación de asistentes virtuales o chatbots, como un primer canal capaz de dar respuestas rápidas. A continuación, exploraremos mejor su significado.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

3. ¿Qué son los chatbots?

Los chatbots o asistentes virtuales son software que simulan una conversación real con un humano. Es un chat que proporciona respuestas automáticas. En primera instancia, han supuesto la evolución de los apartados de preguntas frecuentes o sus siglas en inglés FAQ, con un mejor diseño y con un ahorro de tiempo al usuario al poder preguntar directamente al asistente virtual.

No obstante, en los años más recientes se ha avanzado más con la implantación de la Inteligencia Artificial generativa, logrando una mayor capacidad de adaptación de respuestas y mejorando así la experiencia del cliente. La IA puede llevar incluso a chats “inteligentes” que aprenden a medida que los clientes interactúan con ellos [REF-03].

Por tanto, se pueden diferenciar tres tipos:

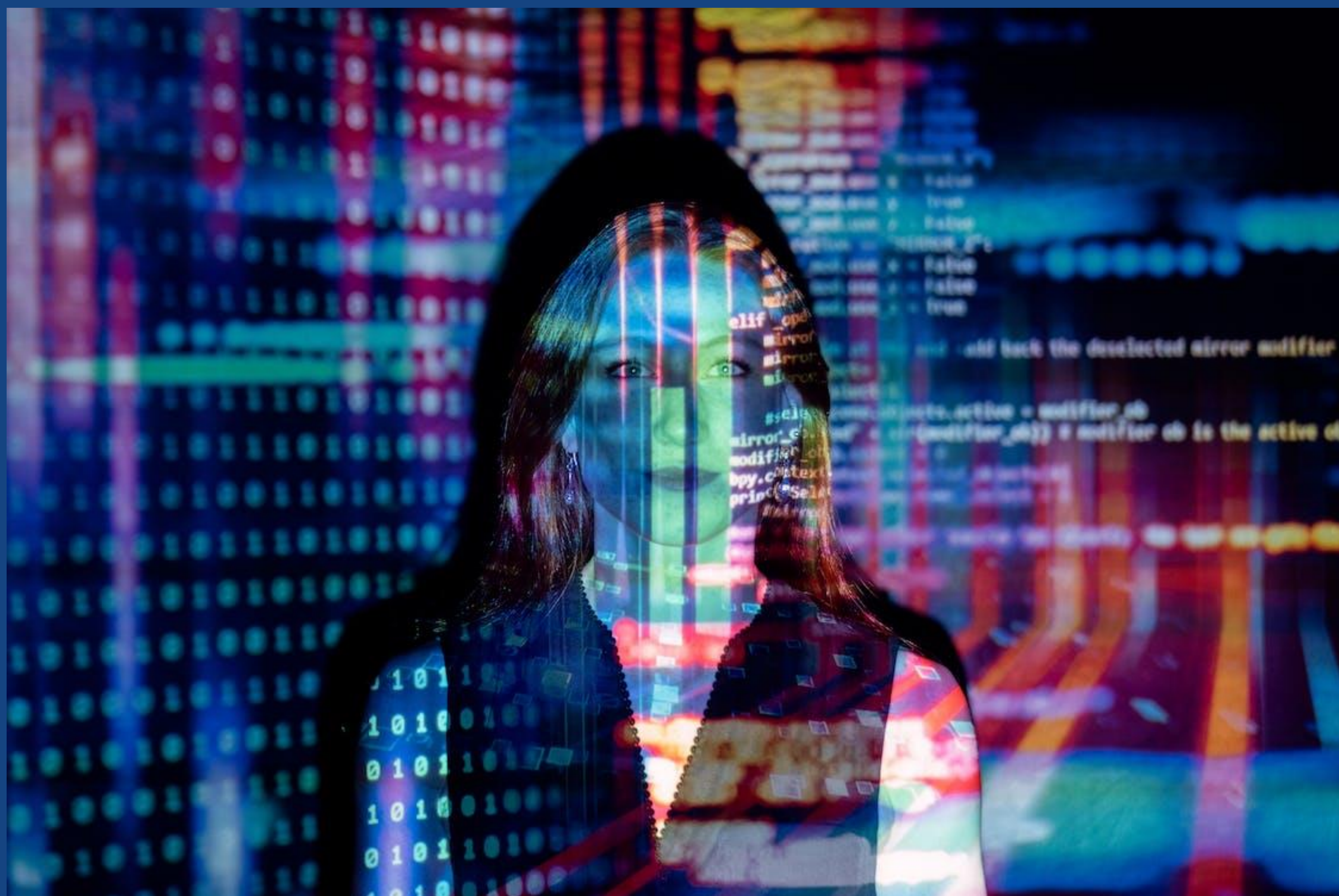
- 1. Basados en reglas:** responden en base a un conjunto predefinido de respuestas programadas. Sirven bien para interacciones predecibles y simples, pero en preguntas más complejas requieren redirigir a contacto personal.
- 2. Basados en Inteligencia Artificial (IA):** utiliza algoritmos de aprendizaje automático y procesamiento de lenguaje natural, en base a las palabras clave que se introducen. Mejoran con la práctica y la integración en el sistema de la información proporcionada por los usuarios, tienen capacidad de comprender el contexto y aportar respuestas más complejas que las del modelo anterior. Además, pueden adaptarse mejor a varios estilos de lenguajes.
- 3. Modelo total experiencia:** un modelo que interrelaciona la interacción visual y procesamiento de lenguaje natural. En base al perfil del usuario y sus necesidades le redirige a la zona de la aplicación o web que le es de interés. Esto se consigue a través de sistemas de “SmartApp y Smartwebs.”

Hay varios niveles de calidad de chatbot, incluido dentro de los de la IA generativa.

Los asistentes virtuales tienen varias funcionalidades:

Por un lado, la principal es atender a **preguntas habituales de forma flexible**, brindando información clave en todo momento, o ser al menos un primer filtro de ayuda antes de pasar a un correo o teléfono. Además, puede ofrecer **recomendaciones personalizadas, gestionar citas o realizar ventas**.

Por otro lado, gracias a la información que proporcionan los usuarios con sus preguntas se puede recopilar datos de estos, de sus intereses y dudas, para mejorar la propia marca y la atención al cliente.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

4. Principales beneficios de los asistentes virtuales (chatbots)

Los principales beneficios de contar con un asistente virtual o chatbot para las pymes se resumen a continuación [REF-03]:



1. Atención al cliente continua (24x7)

La disponibilidad del chatbot 24 horas y 7 días por semana supone una gran ayuda en la atención que puede proporcionar una pyme, como complemento a la atención humana, pudiendo resolver una parte importante de dudas y problemas. Así, para los usuarios es una ventaja, puesto que obtienen respuestas instantáneas en cualquier momento, sin perder la opción de una comunicación humana o la redirección hacia la misma directamente cuando sea conveniente.



2. Disminuir la carga de trabajo

Al reducir o filtrar las peticiones de atención al cliente que requieren intervención humana permite que estas interacciones ganen calidad cuando se producen, porque se puede dedicar más tiempo al haber bajado la carga tediosa o repetitiva de trabajo. Posibilita una orientación hacia servicios y acciones de mayor calidad.



3. Puede ser una comunicación personalizada y soporte multilingüe

Con los avances de la Inteligencia Artificial generativa las respuestas pueden ser más personalizadas. Por ejemplo, se pueden **recomendar servicios o productos** a medida, gracias a la información proporcionada previamente o en compras anteriores. Se puede adaptar el idioma de respuesta también. Esta posibilidad de personalización repercute a su vez en la ganancia de la empresa por proporcionar mejor servicio que unas “preguntas frecuentes” más planas.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



4. Un canal más (estrategia omnicanal)

Se trata de proporcionar un **servicio extra, un canal añadido de comunicación**, mejorando por tanto las opciones de usuarios y potenciales clientes, cubriendo más necesidades de manera ágil. Se tiene que ver el chatbot como un complemento, no una sustitución del resto de canales.



5. Mejorar el coste de oportunidad y reducir costes

Los chatbot proporcionan **ayuda de manera simultánea a cualquier número de personas que entren en la web o aplicación**. La misma inversión inicial tiene una repercusión igual en el número de personas que puede atender de manera indefinida y pudiendo lograr la conversión a clientes. De igual forma, supone un ahorro de costes para la pyme, por lograr atender un gran número de peticiones con una misma inversión [REF-04].



6. Imagen de modernidad para pymes

Estar a la vanguardia de la tecnología y herramientas de Inteligencia Artificial como chatbots proporciona una **imagen de innovación y transformación digital** muy atractiva para los usuarios, en especial para el público joven.



7. Constante evolución

Se trata de una tecnología que evoluciona continuamente, por lo que se va mejorando el software, **logrando conversaciones más complejas y personalizadas** [REF-05].

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

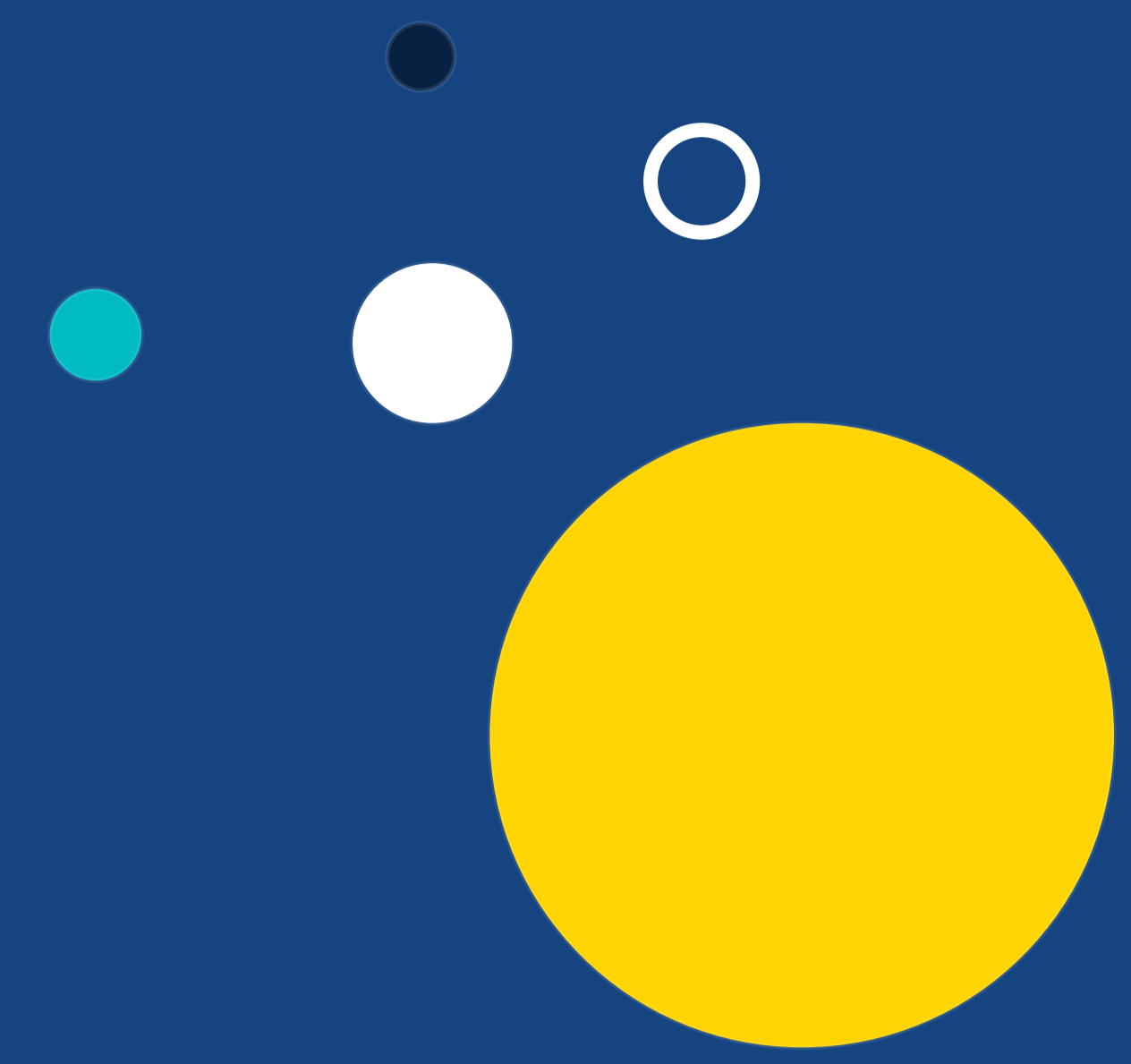


UNIÓN EUROPEA

5. ¿Qué características debe tener un buen asistente virtual?

Por un lado, las características esenciales de los chatbot son las siguientes:

- Una visión total experience.
- Ser inclusivo y tener una experiencia personalizable.
- Un sistema de análisis de KPIs e interpretación de los datos para mejorar los procesos y tomar mejores decisiones.
- Definición de KPIs que permitan valorar el servicio del chatbot, como la absorción y el TNPS.
- Disponibilidad continua, en cualquier día y horario.
- Deben identificarse como chatbots para que haya transparencia.
- Si no son capaces de responder a una pregunta de forma clara, deben proporcionar formas de comunicarse con el servicio al cliente para una atención individualizada.
- Transmiten el lenguaje y el tono elegido por la marca gracias a su configuración personalizada.
- Usan un lenguaje natural, con respuestas coherentes, claras y conciso.



Además, para que un chatbot tenga mayor impacto se tiene que tender hacia estas pautas:

- **Personalización:** Visión 360 para reconocer al cliente, personalizar mensajes y contenidos y no requerir identificación, ni preferencias.
- **Conversaciones reales:** Diseño centrado en el usuario y en el contexto en el que utiliza el asistente.
- **Proactividad:** Adelantarse a posibles llamadas iniciando proactivamente la gestión con el cliente y adelantarse a sus necesidades.
- **Acompañamiento y recomendación al usuario sobre aquello que más le convenga:** Un asistente que tenga en cuenta las preferencias, gustos y necesidades de los usuarios para hacer recomendaciones personalizadas.
- **Anticipar problemas y proporcionar soluciones.**
- **Confirmar por escrito:** (ej. WhatsApp) para evitar rellamadas y tiempo de conversación innecesario.
- **Recordar citas.**
- **Flujos omnicanales:** (combinando voz y whatsapp) para respuestas complejas (ej. elegir horario de cita previa entre más de 3 opciones disponibles) o enviar información con más de 2 campos.
- **Trabajo de la experiencia:** no pedir datos innecesarios que ya ha obtenido y optimizar mensajes.
- **Modelos abiertos:** que permita incorporar nuevas tecnologías de forma temprana.
- **Gestor contextual:** para administrar el contexto mediante la conciencia contextual y vertical.

6. Herramientas para crear un chatbot

Hay muchas herramientas en el mercado para la creación de chatbot sin necesidad de contar con desarrolladores web, lo cual es una ventaja para las pymes [REF-06]. La mayoría tienen opción de prueba gratuita. A continuación, se enumeran las más relevantes:



APLICACIONES PARA WHATSAPP BUSINESS

WhatsApp Business es la creación de cuentas de empresa para la red social y es especialmente útil para pymes, siendo esta red social muy popular por parte de la población, cuenta con la ventaja de ser un punto de conexión fácil y conocido por el usuario. Existen aplicaciones para crear chatbots que contesta por WhatsApp. Existen opciones gratuitas de chatbot con funciones más limitadas, que se pueden controlar desde un solo móvil, pero es una buena opción para negocios que están empezado. Para pymes más consolidadas es preferible usar las opciones más avanzadas, que permiten por ejemplo no solo contestar preguntas sino programar mensajes futuros. Algunas de estas aplicaciones son Aivo o BotsLovers [REF-07].



GPT

No necesita carta de presentación, ha tenido un impacto masivo acelerando la carrera empresarial por el desarrollo de la inteligencia artificial generativa. Una de sus funcionalidades es precisamente **su uso empresarial** como asistente virtual, con una capacidad de respuesta **amigable y natural a las preguntas frecuentes**. Además, recuerda la información de interacciones previas, ayudando a personalizar próximas interacciones. Para crearlo se necesita descargar un plugin (una aplicación complementaria para instalar en la web de la empresa) y configurarlo para ajustarlo a la marca y necesidades concretas. Este uso requiere un pago mensual [REF-08].

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



Eva Conversational AI

Es una plataforma para crear interacciones conversacionales que combinan las capacidades de la **Inteligencia Artificial con una mejor Experiencia de Usuario**.

Permite crear Agentes Virtuales Inteligentes para clientes, colaboradores y empleadores, automatizando tareas a través de conversaciones multicanal mediante texto o voz. Es una **solución visual e intuitiva**, que usa la tecnología de low code. Es escalable, con capacidad de llevar a cabo miles de conversaciones en múltiples idiomas, con la opción de mucha personalización según las respuestas proporcionadas por los usuarios y con adaptación multicanal, dando opciones variadas de comunicación al usuario (chat, WhatsApp, Instagram, Facebook, Teams...) [REF-09].



Landbot.io

Cualquier empresa que busque crear un asistente virtual multipropósito sin código puede usar la plataforma de desarrollo de chatbot adaptable conocida como robot terrestre. Se puede integrar rápidamente con un sitio web o cualquier aplicación de terceros, incluidos MailChimp, WhatsApp, Slack, Facebook Messenger, Google Sheets y muchos otros.

Esta **distinguida** plataforma **combina automatización**, inteligencia artificial (AI), **aprendizaje automático (ML)** y procesamiento de lenguaje natural (NLP). **Sin escribir una sola línea de código**, permite que todos los departamentos, incluidos operaciones, marketing, ventas y atención al cliente, desarrollen asistentes virtuales. Su ventaja es la sencillez y rapidez para crear un chatbot gracias a plantillas preconstruidas. También proporciona estadísticas del número de conversiones y se integra con un CRM (Gestión de Relaciones con el Cliente).

Tiene también una interfaz visual de arrastrar y soltar, un tablero para métricas **de chatbot**, **soporte para múltiples agentes** y otras funcionalidades, que aportan usabilidad y reducen la necesidad de trabajo de desarrollo. Además, cuenta con videos tutoriales de ayuda [REF-06].

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



red.es



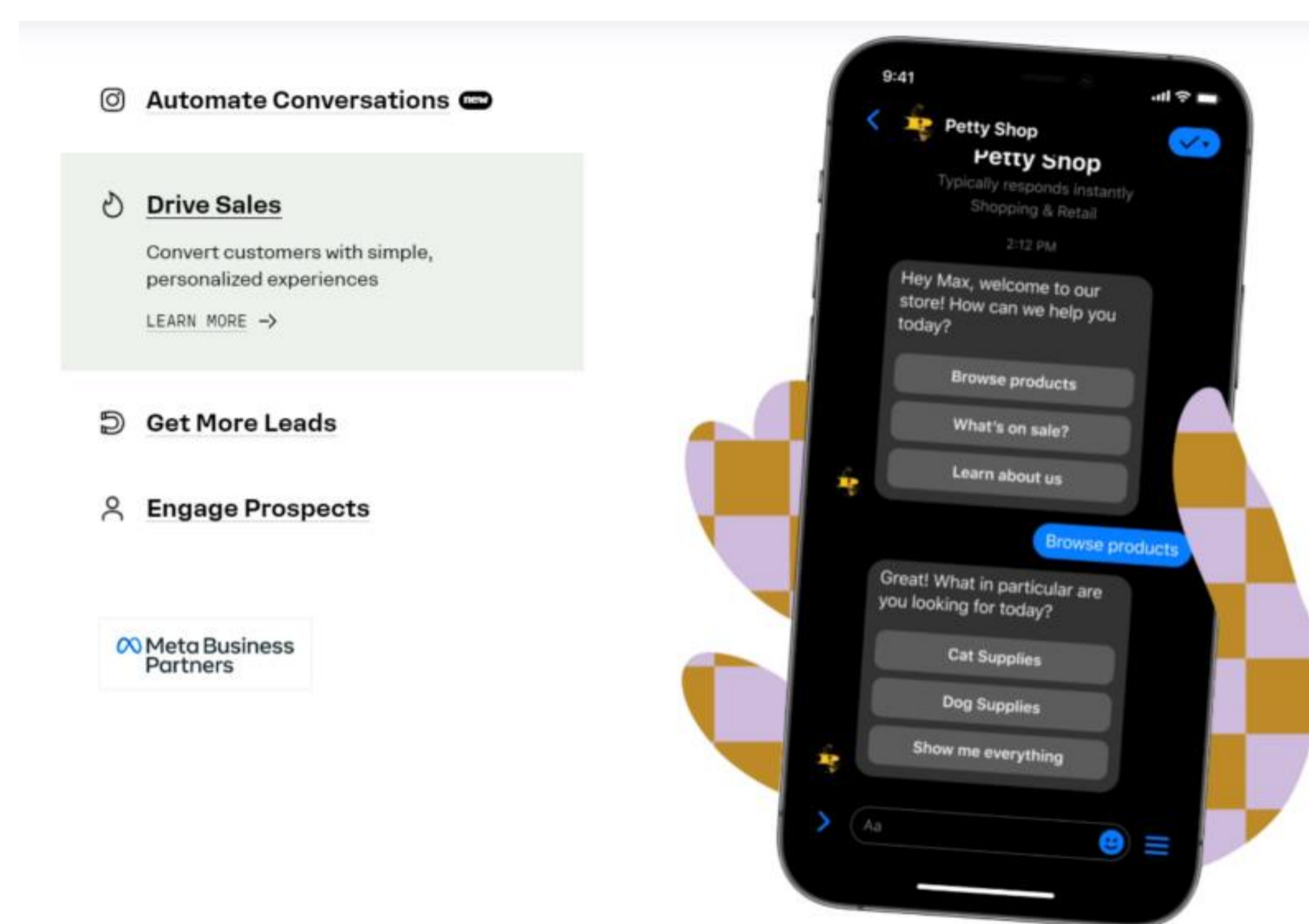
UNIÓN EUROPEA

ManyChat

ManyChat

Una de las herramientas de marketing por chat más populares. Se conecta con Instagram, WhatsApp, Facebook y SMS.

No requiere desarrollo de código. Permite entrenar a ManyChat para que hable con clientes, explique los servicios y productos de la marca y presente los productos online. De igual forma, se puede programar para que envíe ofertas o responda a consultas de forma automática, manteniendo conversaciones en tiempo real. Finalmente, se integra con otros programas como HubSpot o PayPal. Permite una prueba de manera gratuita con hasta 1000 contactos de redes sociales [REF-10].



Manybot

Está diseñado para su uso en Telegram, sin usar código. Puede enviar texto, imágenes, videos a sus suscriptores [REF-11].

Create a Telegram bot without coding.

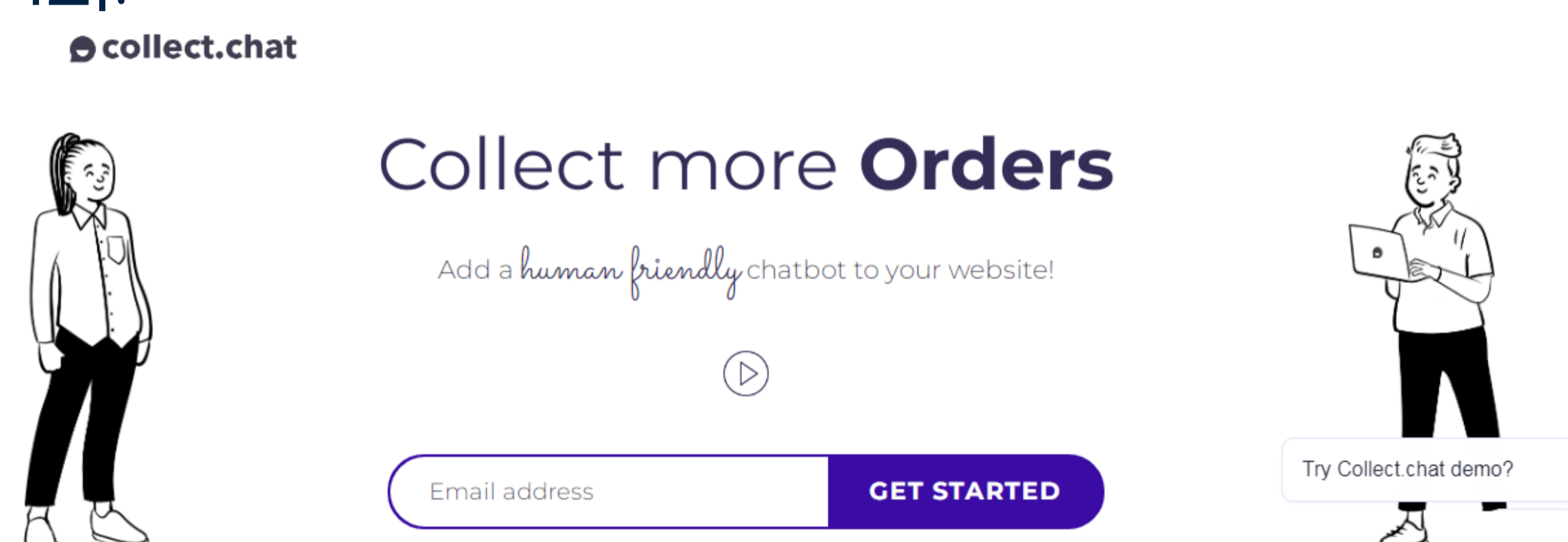


Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Collect.chat

Un asistente amigable, con un nivel de conversación más elevado que otros que mejora la experiencia de usuario y que funciona de forma automática 24/7. Cuenta con un mantenimiento sencillo. Se puede integrar con otras 15 aplicaciones, como Gmail, WordPress y Dropbox [REF-12].

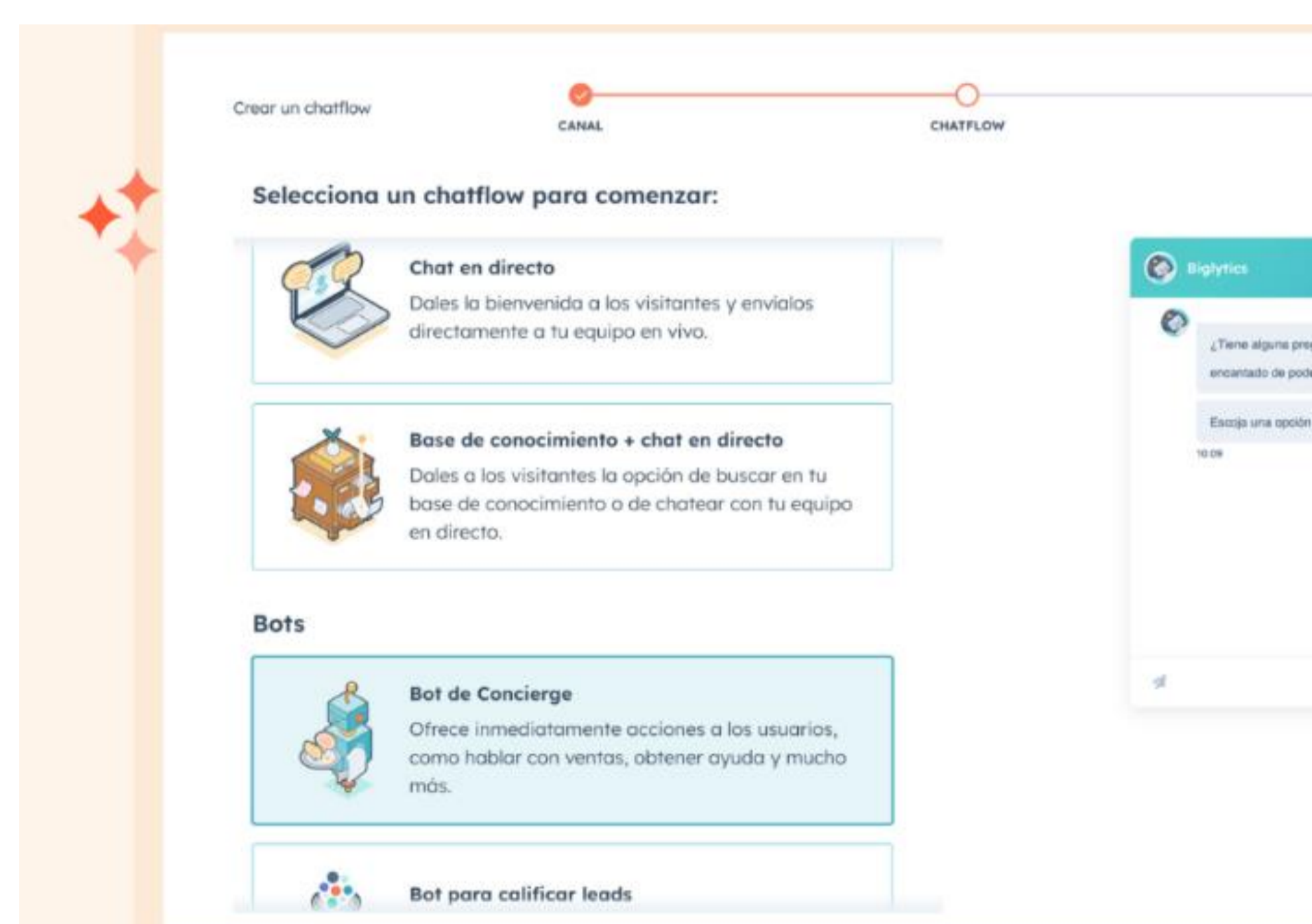


HubSpot

Se pueden tener tantas conversaciones personalizadas con los clientes como se quiera, todas a la vez, usando Chatbot Builder de HubSpot.

El bot puede ver el historial de conversaciones anteriores de cada cliente y darles un toque humano al habilitar mensajes personalizados para ese usuario específico.

Es fácilmente configurable el chatbot en un sitio web. Se requiere seleccionar una plantilla, modificar las preguntas, el tono y otra serie de componentes para adecuarla a las necesidades de la empresa. Además, también permite la construcción desde cero prescindiendo de plantillas si se prefiere [REF-13].



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

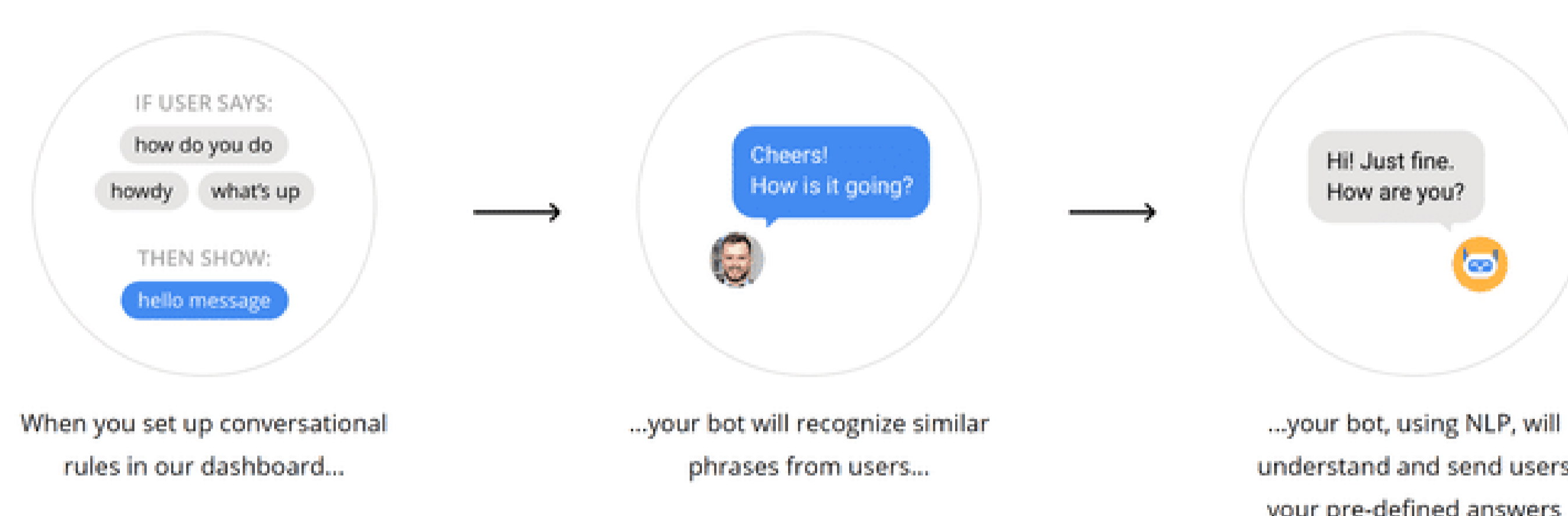
"Una manera de hacer Europa"

chatfuel

Chatfuel

Especialmente pensado para Facebook, es el chatbot que usan grandes empresas como UBER. Se integra con otras aplicaciones como Twitter, YouTube, Instagram, etc. Es gratuita, lo cual supone una ventaja considerable para las pymes [REF-14].

Our AI understands and answers user requests



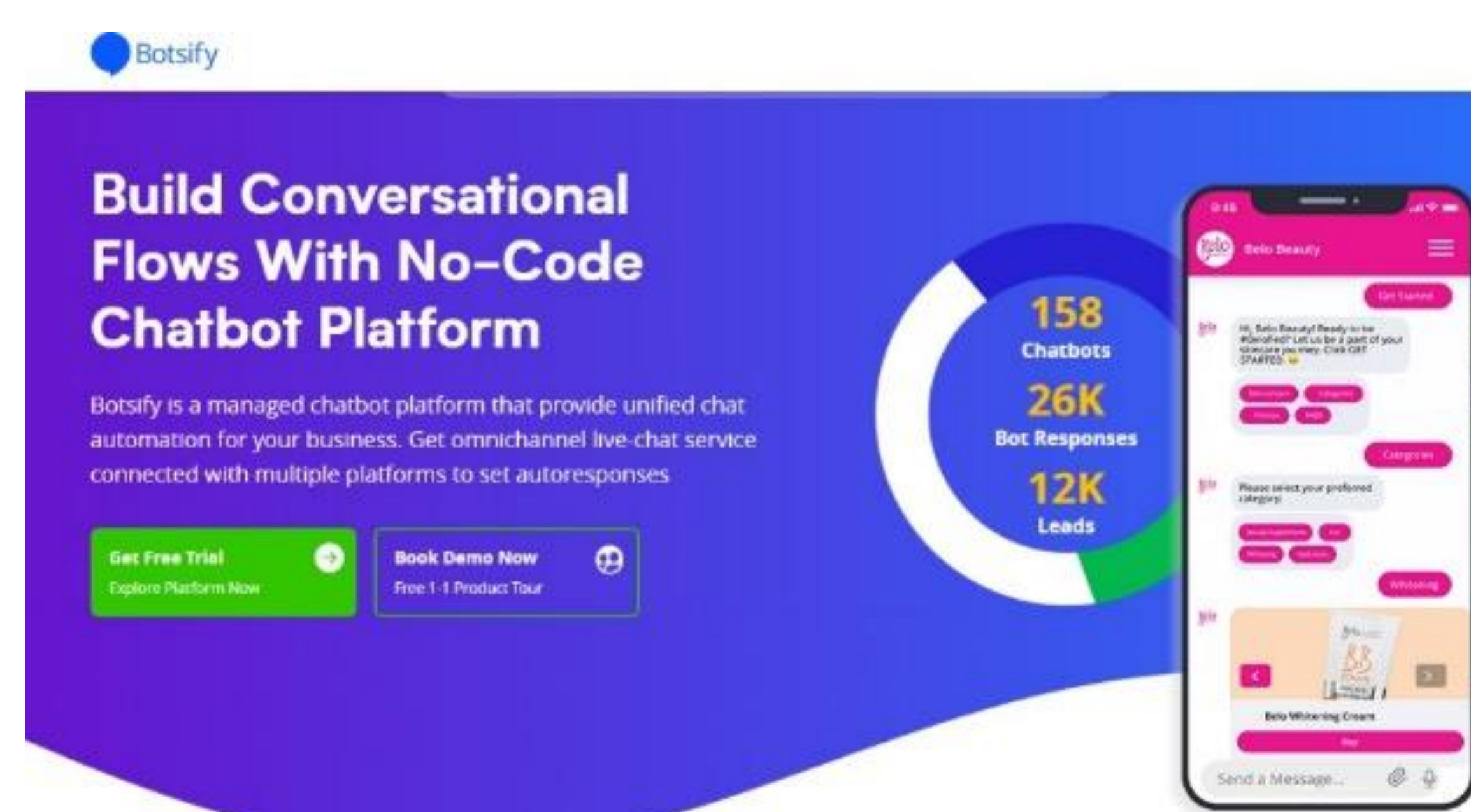
SnatchBot

Posibilita la creación de varios chatbots gratuitos en redes sociales: Telegram, Facebook Messenger, Line, Skype, Websites y otros. Se puede usar en 135 idiomas, y no requiere desarrollo de código alguno, siendo sencilla de usar [REF-15].



Botsify

Tiene una opción gratuita para crear un chatbot con hasta 100 usuarios por mes y se usa especialmente para Facebook. Permite enviar archivos de imagen, videos y audio [REF-16].



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

7. Conclusiones

La atención al cliente es un aspecto clave para la empresa, es parte de su marca y la capacidad de brindar la información necesaria en el momento necesario puede ser determinante a la hora de lograr una venta.

En una sociedad digitalizada, los clientes esperan poder comunicarse por múltiples canales con una empresa, desde llamada a redes sociales. Los asistentes virtuales son muy prácticos porque están presentes en la web 24 horas al día, 7 días a la semana, y es una opción que para preguntas simples es muy cómoda, eficaz y reporta satisfacción en el cliente.

Además, los asistentes virtuales han evolucionado hacia modelos más naturales, con funcionalidades que sobrepasan las respuestas a preguntas simples, pudiendo ser proactivos y proponiendo elecciones personalizadas al cliente, gracias al uso de Inteligencia Artificial generativa.

Se trata de un primer canal de comunicación con el cliente, que puede ser multilingüe, que le ayuda y proporciona una mejor experiencia global en su interacción con la empresa, resuelve dudas esenciales, le ayuda a encontrar lo que necesita, reduciendo la carga de trabajo a la pyme para aspectos más tediosos. **No se trata de prescindir de una opción telefónica** que puede ser necesaria y preferible para muchas cuestiones, sino de proporcionar una ayuda extra constante, que resuelve gran parte de dudas de manera directa.

Existen en el mercado **múltiples herramientas**, muchas de ellas con opciones de **prueba gratuitas** y sin necesidad de contar con desarrolladores, que permiten la creación de chatbots para pymes.

Dar el salto hacia la innovación es más fácil que nunca, pudiendo ampliar las opciones a los clientes en su atención y facilitándoles un nuevo servicio a su disposición.

8. Referencias

[REF-01] – “State of the connected customer Report”, Third Edition, Salesforce Research, 2019

https://c1.sfdcstatic.com/content/dam/web/en_us/www/assets/pdf/salesforce-state-of-the-connected-customer-report-2019.pdf

[REF-02] – Juanita Moreno, “Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia”, Hubspot, Abril de 2023

<https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>

[REF-03] – Almudena Galán “Cómo los chatbots ayudan a las pequeñas empresas”, Holded

https://www.holded.com/es/blog/chatbot-para-pequenas-empresas?utm_adgroupid=61706694846&utm_keyword=&campaignid=1330918973&adgroupid=61706694846&adid=525565262824&hld_device=c&hld_network=g&hld_matchtype=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=dsa_1330918973&utm_term=&utm_content=61706694846_525565262824&hsa_src=g&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_acc=7276020979&hsa_grp=61706694846&hsa_ad=525565262824&hsa_cam=1330918973&hsa_tgt=aud-713037734541:dsa-1655361018937&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjw5_GmBhBIEiwA5QSMxER_KB1Cpwzs8VFW-0sGQGnHVUXV6uUfuVjBB8rtn_ijtiCQYJI2nBoCu8EQAvD_BwE

[REF-04] – “Beneficios y necesidades de implementar chatbots para PYMES”, Centribal

<https://centribal.com/es/beneficios-y-necesidades-de-implementar-chatbots-para-pymes/>

[REF-05] – “¿Cómo impulsar la experiencia de cliente con un chatbot?”, Acelera pyme, Junio 2022

<https://www.acelerapyme.gob.es/ca/node/17886>

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



red.es



UNIÓN EUROPEA

[REF-06] – Chandan Kumar, “9 herramientas para crear tu chatbot personal o empresarial”, Geekflare, Febrero de 2023

<https://geekflare.com/es/create-chatbot/>

[REF-07] – Alejandro Lenis, “¿Cómo crear un bot para WhatsApp? Guía paso a paso”, Hubspot

<https://blog.hubspot.es/marketing/whatsapp-bot>

[REF-08] – Carlos Ferrer-Bonsoms Cruz, “Así puedes crear un chatbot con ChatGPT para tu web en apenas minutos”, Business Insider, Febrero 2023

<https://www.businessinsider.es/puedes-crear-chatbot-chatgpt-web-apenas-minutos-1203158>

[REF-09] – “What is eva?”, Eva Bot

<https://eva.bot/product/#what-is-eva>

[REF-10] – ManyChat. <https://manychat.com/>.

[REF-11] – Manybot . <https://manybot.io/>.

[REF-12] – Collect.chat. <https://collect.chat/>.

[REF-13] – HubSpot. <https://www.hubspot.es/>.

[REF-14] – Chatfuel. <https://chatfuel.com/>.

[REF-15] – SnatchBot. <https://es.snatchbot.me/>.

[REF-16] – Botsify. <https://botsify.com/>.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”

Acelera *pyme*

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA