

Mensajería móvil

## WhatsApp no cala en las empresas

- Ocho de cada diez consumidores reciben un SMS de empresas.
- De aquí a 2018 el mercado crecerá hasta los 2.190 billones de mensajes y generará 50.000 millones de ingresos.

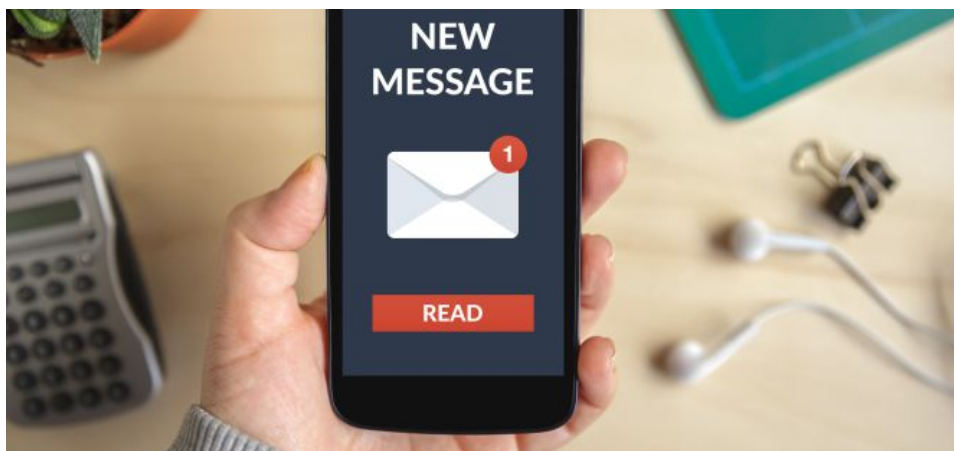
+ WhatsApp liquidó el SMS... y su empresa puede ser la siguiente

BEATRIZ TRIPER | MADRID | 07-09-2016 14:19



IMPRIMIR

Temas relacionados: [WhatsApp](#) [SMS](#) [Cortefiel](#) [Mensajería multimedia](#) [Telefónica](#) [Correo electrónico](#)  
[Apps](#) [Ciencia](#) [Facebook](#) [Aplicaciones informáticas](#) [Smartphone](#) [Redes sociales](#)



(Thinkstock)

Las palomitas de [WhatsApp](#) no pueden con los politonos del tradicional SMS. ¿Quién no ha recibido un mensaje del banco, de Hacienda o de su compañía de gas en las últimas 24 horas?

El informe de [Telefónica](#) *Una investigación sobre el continuo éxito y los motores de la economía del mercado de los SMS en 2015*, publicado a mediados del pasado mes de julio, subraya que el mercado de los SMS A2P -notificaciones que se envían desde una aplicación informática al usuario final- crecerá de aquí a 2018 hasta los 2.190 billones de mensajes y generará unos 50.000 millones de euros de ingresos.

Prueba de que este medio de comunicación sigue en boga en las relaciones empresa-cliente es que el negocio de SMS en la compañía que preside [José Manuel Álvarez Pallette](#) creció un 22% en el ejercicio 2015.

El secreto del éxito, la calidad y rapidez en la entrega. "Los mensajes llegan al consumidor de forma proactiva y en el momento indicado, sin necesidad de que el receptor se haya descargado o suscrito previamente a ninguna aplicación", recoge el informe.

Así se consigue un "mayor nivel de impacto", afirma Santi Ristol, director del centro de competencias de movilidad de Worldline, una empresa de medios de pago y servicios transaccionales e información tecnológica. "Se reciben muchos menos SMS, lo que eleva la tasa de atención y mejora la eficiencia", añade.

A ello se suma que el mensaje tradicional alcanza al 99,99% de los dispositivos móviles, "lo que garantiza que va a ser leído", aclara Ristol. Así, el 98% de estos son leídos por los usuarios, mientras que los que llegan a través de Twitter, correo electrónico o [Facebook](#), solo en un 29%, 20% y 12%, respectivamente, de acuerdo con datos aportados por la compañía.

Cabe destacar en este apartado que el 76% de los consumidores recibió algún SMS de empresa, tal y como recoge el *Informe de Mensajería Móvil 2016*, elaborado por el Foro del Ecosistema Móvil (MEF, por

Este servicio de mensajería tiene un mayor nivel de impacto en el usuario, indican en Worldline

en colaboración con:



BUSCAR DIRECTIVOS Y EMPRESAS

● Directivos ● Empresas

Aquí el nombre de tu búsqueda...



### Lo más leído

10 cosas que te cubre el seguro y tú no lo sabías

Apple presenta el nuevo iPhone 7

Apple y Dublín no quitan ojo a los abogados de Garrigues

Vuelve Paramés: el regreso del Warren Buffett español

¿Cuáles son los productos más vendidos por Lidl?

Ver+

### Destacamos



Detenidos dos ultras en Barcelona por patear una embarazada...



Motín "hooligan" contra los "parásitos ricos" en el...



"Estás con él por los followers": el brutal acoso a la...



Ocho 'hobbies' fuera de lo común para combatir el síndrome...

recomendado por



### LOS ESPECIALISTAS

1 de 3



Las cualidades de Trump no son empresariales: son de "reality show"  
**EEUU Y MERCADOS EMERGENTES**  
Jorge Díaz-Cardiel



Amancio Ortega vuelve a liderar Forbes. Análisis de Inditex y reflexión por David Galán  
**EL RINCÓN DEL TRADER**  
David Galán

sus siglas en inglés) y Mblox.

#### ▪ Muerte o vida

Pese a los buenos augurios, expertos en la materia discrepan de la eficiencia de esta herramienta. Es el caso de Enrique Dans, profesor de innovación en IE Business School, quien alega que han sido la “costumbre y las escasas capacidades de administración del resto de herramientas de mensajería instantánea” lo que ha favorecido la pervivencia del SMS.

“Es lo que tenemos implementado”, aseveran fuentes próximas a un destacado grupo editorial español cliente de Worldline, pero también afectan “las limitaciones que se derivan de la Ley de Protección de Datos, en relación con el uso de otras aplicaciones”.

Así y aunque para Dans “es un canal completamente muerto, el porcentaje de SMS comerciales que generan un contacto eficiente es bajísimo y las características como canal, en términos de seguridad y capacidad, resultan completamente anacrónicas a día de hoy”; pero las empresas no opinan lo mismo.

Fuentes del [grupo Cortefiel](#) explican que el canal SMS es el más directo con el cliente y el de menor coste, generando un nivel de respuesta muy alto. Prueba de ello son los resultados de la promoción *Cortefiel 70% de descuento*, que vía mensaje al móvil incrementó las ventas un 5%, registrando ratios de *cliqueo* de hasta el 10%, dice la empresa. Por su parte, el portavoz del grupo editorial insiste en que “el retorno compensa. En nuestro caso, el cliente espera la comunicación lo que hace que los mensajes no sean intrusivos”.

Ahora bien, ¿qué ocurrirá si Facebook logra superar las barreras legales para convertir WhatsApp en una herramienta de comunicación empresarial? Dans lo tiene claro. “Los escasos argumentos a favor del uso del SMS desaparecerán muy pronto, relegándolo a su lógica condición de herramienta obsoleta”.

## Los sectores más mensajeros

La seguridad es un peso pesado a la hora de justificar el uso del SMS como canal de comunicación con los clientes. Es por ello por lo que **la banca** se encuentra a la cabeza entre los usuarios de este servicio.

“El mercado de los servicios financieros está liderando el modo en que usamos los A2P en términos de uso general y nuestros datos demuestran que **los SMS se empiezan a usar más a menudo que los mensajes basados en apps** porque demuestran un mayor compromiso con el cliente”, señaló Joanne Lacey, directora de operaciones del Foro del Ecosistema Móvil (MEF) durante la presentación del informe de Telefónica.

Le siguen empresas de asistencia **sanitaria, seguros, ayuntamientos e instituciones públicas**. Colectivos a los que, tras la puesta en marcha del BuroSMS – servicio de mensajes de móvil certificados y avalados por el Consejo de la Abogacía Española- se empiezan a sumar los despachos de **abogados**. “Aunque por el momento no será sustitutivo del tradicional burofax, pagar 50 céntimos frente a 16 acabará compensando a las empresas”.



Otro tropiezo en el plan "septiembre existe".  
**EL PUENTE**  
Alexis Ortega


Innovación, tendencias tecnológicas, singularidad y el diseño de un mundo mejor (3ª parte)  
**CONVERTIR LA NOVEDAD EN VALOR**  
Francisco González Bree


La cotización sigue siempre el comportamiento de los beneficios  
**EL COLOR DE LOS MERCADOS**  
Renta 4



1 de 3

Ver+

## Última hora en Cinco Días

El triple de 'startups' espera cobrar más de 150.000 euros

Las 'startups', un ecosistema al alza

La falta de Gobierno enfriará la recuperación de la vivienda

Dos retos para el mercado laboral

Nichos de empleo: guistas y ayudantes a domicilio

Ver+