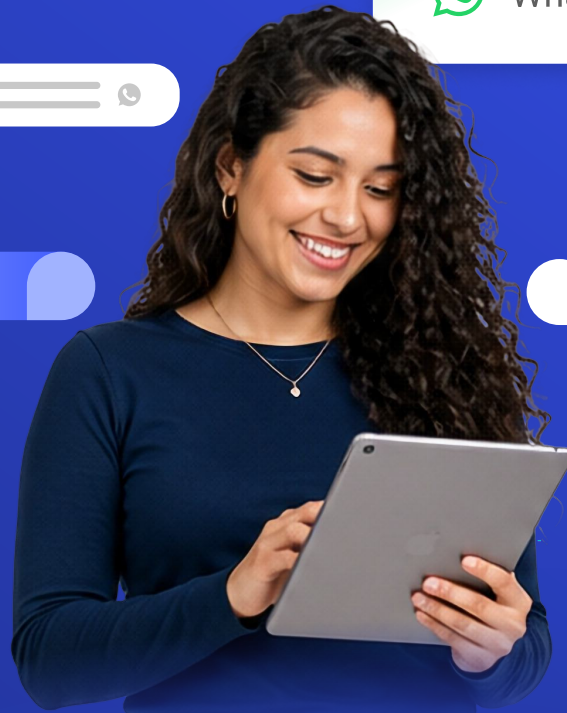




Playbook

Buenas prácticas de uso en WhatsApp

Un **bloqueo de cuenta** se debe a que Meta lee como riesgo: De dónde salen los contactos, qué les escribes o a qué ritmo.

Encuentra aquí nuestras **recomendaciones sobre qué hacer para prevenir futuros bloqueos.**

Contenido

1. Por qué Meta bloquea
2. Calidad del número y niveles de envío
3. Consentimiento y listas
4. Calentar un número nuevo
5. Cargas y campañas masivas
6. Plantillas: qué se aprueba y se sostiene
7. Bloqueos y reportes: primeras 24 horas
8. Recuperar un número bloqueado
9. Rutina operativa y responsables
10. Checklist de auditoría rápida



1. ¿Por qué Meta bloquea?

WhatsApp no penaliza el volumen por sí solo. **Penaliza la fricción:** personas que reciben un mensaje que no esperaban y responden bloqueando o reportando. Ese es el indicador que Meta observa; todo lo demás son formas de producirlo. Por eso dos empresas con el mismo volumen pueden tener destinos opuestos.

Estas son las causas reales, en orden de frecuencia:

01 Escribir a quien no ha dado permiso

Listas compradas, bases heredadas, contactos tomados de directorios o grupos.

02 Rápido aumento de volumen

Si un número enviaba 50 mensajes diarios y de pronto empieza a enviar 3000, se identifica como un envío automatizado de spam.

03 El mismo texto para miles

Sin segmento y sin motivo visible para quien lo recibe. Aunque el contenido sea inofensivo, la tasa de bloqueo se dispara.

04 Enviar y no responder

Conversaciones de una sola vía. Si nadie contesta desde tu lado, dejas de parecer un negocio conversando y pareces un emisor difundiendo.

05 Contenido fuera de política

Rubros prohibidos o restringidos, promesas médicas o financieras, urgencia falsa, premios. Revisa las políticas de WhatsApp antes de escribir la oferta.

06 Perfil incompleto o incoherente

Sin nombre real de empresa, sin sitio, sin categoría, o un nombre que no coincide con lo que se ofrece. Pesa en la verificación y en cada apelación.

07 Apps modificadas y automatizadores no oficiales

Versiones "plus" o extensiones que simulan escritura desde WhatsApp Web. Es baja directa, sin advertencia previa y con apelación difícil.

2. Calidad del número y niveles de envío

Todo número de empresa tiene una calificación de calidad que Meta calcula con el comportamiento de los últimos días: bloqueos, reportes y falta de respuesta. En la API oficial la ves en el Administrador de WhatsApp; en la app de Business no la ves, pero existe igual y se expresa en advertencias y limitaciones repentinas.

En esta tabla, identifica si vas bien, antes de que te bloqueen.

Estado	Qué significa	Qué debes hacer
Alta	Operación sana. Puedes crecer de nivel.	Sigue el plan de crecimiento gradual.
Media	Ya hay reportes o bloqueos por encima de lo normal.	Pausa campañas salientes 48 h. Revisa la última lista enviada y el copy.
Baja	Riesgo alto. Puede seguir una restricción de envío.	Detén todo envío proactivo. Solo respuestas a chats abiertos, 7 días.
Restringido / En revisión	Tope de envíos reducido o número inhabilitado.	Ir al capítulo 8.

Niveles de mensajería (API oficial)

Meta limita a cuántos clientes nuevos puedes iniciar conversación en 24 horas. Se sube automáticamente si la calidad es buena y el volumen crece de forma sostenida.

- Inicial: 250 unidades / 24h.
- Luego 1 000, 10 000, 100 000, ilimitado.
- La calidad baja te puede devolver al nivel anterior.

Si usas la app de Business

No hay niveles, y ahí está el riesgo porque no tienes aviso previo. Reglas para disminuir el riesgo:

- Nunca uses listas de difusión con contactos que no te tienen agendado.
- Un número, un equipo, un dispositivo estable.
- Perfil completo: nombre legal, categoría, sitio, dirección.
- Verificación en dos pasos activada.

3. Consentimientos y listas

La regla operativa es más sencilla de lo que crees: solo escribes primero a quien te dejó su número sabiendo que le vas a escribir por WhatsApp. Así, la persona no reportará el número, ya que tiene una conversación previa contigo.

Origen de contactos válido

- Formulario web con casilla de aceptación explícita.
- Clic en "Enviar mensaje" desde tu anuncio, web o perfil.
- Cliente activo que ya te escribió antes.
- Alta en punto de venta con firma o confirmación.
- Doble confirmación: primer mensaje que pide "responde SÍ para recibir novedades".

Origen de contactos que pone en riesgo el número

- Bases compradas o intercambiadas.
- Números extraídos de grupos, catálogos o redes.
- Contactos de hace más de 12 meses sin interacción.
- Listas de otra marca del mismo dueño.
- Permiso dado para email o llamada, usado en WhatsApp.

Es importante limpiar la base de datos antes de cada envío:

1. Registra para cada contacto de dónde salió y en qué fecha. Si un contacto no puede responder eso, no se envía.
2. Elimina duplicados y guarda los contactos con un estándar internacional (código de país, sin espacios ni signos).
3. Depura números inválidos o que ya no tienen WhatsApp: los rebotes masivos son señal de lista comprada.
4. Ten una lista con quienes pidieron no recibir más mensajes, quienes te bloquearon y quienes nunca abrieron nada en 90 días. A ellos no se les envía.
5. Ofrece salida en todo mensaje promocional: "Responde BAJA para no recibir más". Y cumplo en menos de 24 horas.

4. Crear historial con un número nuevo

Un número recién activado no tiene historial. Cualquier volumen le parece sospechoso a Meta. Calentar un número nuevo consiste en construir historial de conversaciones recibidas y respondidas antes de iniciar conversaciones en frío.

Al activar tu API oficial, te recomendamos un flujo de 4 semanas antes de iniciar una campaña:

Semana	A quién le escribes	Máximo diario sugerido
1	Solo respondes chats entrantes. Equipo interno y clientes que te escriban. Publica el número en tu web, bio y firma.	20–30 conversaciones.
2	Clientes activos y recientes, con mensajes útiles (estado de pedido, recordatorio de cita, seguimiento).	50–80.
3	Base propia segmentada con opt-in claro. Primera campaña pequeña, dividida en tandas.	150–250.
4+	Crecimiento gradual, subiendo como máximo un 50–70 % por semana, siempre con calidad en verde.	Según nivel asignado.

Antes del primer mensaje, asegúrate de configurar:

- Perfil completo: nombre comercial, categoría, descripción, sitio, horario.
- Foto y catálogo si aplica.
- Cuenta de empresa verificada en el Administrador comercial.
- Utilizar un número que no haya sido dado de baja antes.

Errores comunes:

- Estrenar el número con una campaña grande.
- Rotar números para esquivar límites: Meta relaciona cuentas del mismo negocio.
- Migrar un número ya sancionado esperando que la API lo limpie.
- Crear historial con chats falsos entre empleados que nadie responde de verdad.

5. Cargas y campañas masivas

¿Cómo enviar un mensaje a muchos contactos sin parecer spam? Aquí te dejamos algunos consejos:

1 Divide en grupos

Nunca envíes todo de golpe. Envía en grupos de 100 a 300 con pausas entre ellas, distribuidas a lo largo del día.

2 Personaliza de verdad

Nombre, producto que compró, sucursal, fecha de su cita. Un mensaje que solo esa persona podría recibir casi nunca se reporta.

3 Respeta horarios

Entre 9:00 y 20:00, hora local del destinatario. Nunca domingos ni feriados para promociones.

4 Frecuencia con límite

Máximo un mensaje promocional por contacto cada 7 días, y no más de 2-4 al mes. Cuenta el total, no por campaña.

5 Ten alguien atendiendo

Toda campaña genera respuestas. Si llegan y nadie contesta en minutos, subes tu tasa de bloqueo y bajas tu conversión al mismo tiempo.

6 Prueba con el 5 %

Envía primero a una muestra pequeña y espera 2 horas. Si hay bloqueos o respuestas de molestia, no sigas: corrige el mensaje.

7 Un archivo limpio

Antes de cargar: formato internacional, columnas de variables completas (una variable vacía genera mensajes rotos y reportes), sin filas duplicadas, sin lista negra dentro.

La regla más importante: Si tuvieras que explicarle a la persona por qué le llegó ese mensaje y la explicación no cabe en una frase creíble, la campaña está mal armada. Corrige el segmento, no el copy.

6. Plantillas: qué se aprueba

En la API oficial, todo mensaje que inicia una conversación usa una plantilla aprobada por Meta. Cada plantilla tiene su propia calificación de calidad: si acumula reportes, se pausa o se inhabilita sola, aunque el número esté bien.

Que aprueben tu mensaje es fácil, que no te reporten es el objetivo real.

Escribe así

- Identifícate en la primera línea: quién eres y por qué escribes.
- Un solo objetivo por plantilla, una sola acción.
- Variables con contenido real: nombre, pedido, fecha, monto.
- Botón de respuesta rápida y botón de baja cuando es promocional.
- Español neutro, sin mayúsculas sostenidas ni exceso de emojis.
- Categoría correcta: utilidad, autenticación o marketing.

Evita esto

- Marcar como "utilidad" algo que es promoción: recategorización y penalización.
- Urgencia falsa: "última oportunidad", "solo por hoy" repetido cada semana.
- Promesas de resultado, ingresos o salud.
- Enlaces acortados desconocidos o dominios que no son tuyos.
- Textos de más de 4 líneas sin contexto.
- Reutilizar una plantilla de otro rubro cambiando dos palabras

Ejemplo de cómo debe ser un mensaje

"Hola {{nombre}}, te escribe Ana de Clínica Sur. Tu control anual vence el {{fecha}}.
¿Quieres que te reserve un turno esta semana?"

Botones: Sí, reservar · Más adelante · No recibir más

Ejemplo de cómo no debe ser un mensaje

"¡¡OFERTA IMPERDIBLE!! 50% OFF SOLO HOY 🔥 Haz clic aquí ya: bit.ly/xxxx"

7. Bloqueos y reportes: primeras 24 horas

¿Qué hacer cuando aparece la primera señal de alerta? Estas son las señales a las que debes estar atento en las primeras 24 horas después de haber enviado la campaña.

- La calidad pasa de alta a media, aunque no haya restricción.
- Respuestas como "¿quién es?", "no pedí esto", "cómo consiguieron mi número".
- Mensajes que quedan en un solo check por horas en muchos contactos.
- Caída fuerte de la tasa de respuesta respecto de campañas anteriores.
- Una plantilla que pasa a estado pausada.

Lo que debes de hacer ante estas señales de alerta apenas las notes:

Hora 0–1

Pausa todo envío proactivo. No "solo esta campaña": todo.

Hora 1–4

Identifica el envío que disparó la señal: qué lista, qué origen, qué plantilla, qué volumen y a qué hora.

Hora 4–8

Pasa a lista negra a los contactos de ese envío que no respondieron y a todos los que se quejaron. Responde una por una las quejas, con disculpa y baja inmediata.

Día 1–7

Solo conversaciones entrantes y respuestas. Es la forma más rápida de recuperar calidad: WhatsApp premia la interacción de dos vías.

Día 7+

Reinicia envíos al 30 % del volumen anterior y sube gradualmente, con la causa ya corregida por escrito.

8. Recuperar un número bloqueado

Lo más importante al momento de buscar recuperar un número bloqueado es identificar qué pasó:

- **Restricción temporal:** puedes responder pero no iniciar. Se levanta sola si mejora la calidad.
- **Límite reducido:** bajaste de nivel. Se recupera con buen comportamiento.
- **Inhabilitación:** el número queda bloqueado. Requiere apelación.
- **Baja de la cuenta comercial:** afecta a todos tus números. El caso más grave.

Cómo apelar:

- 1 Entra al Administrador de WhatsApp o al Centro de cuentas y busca el aviso con el motivo.
- 2 Usa el formulario de revisión del propio aviso. No abras varios casos en paralelo.
- 3 Explica en pocas líneas: qué hace tu empresa, de dónde salen los contactos, qué corregiste.
- 4 Adjunta evidencia: captura del formulario con casilla de opt-in, tu política de privacidad, tu web.
- 5 Espera la respuesta (suele ser de 24 a 72 horas). Si la rechazan, puedes insistir una vez con evidencia nueva y mejor.

Mientras dura el bloqueo

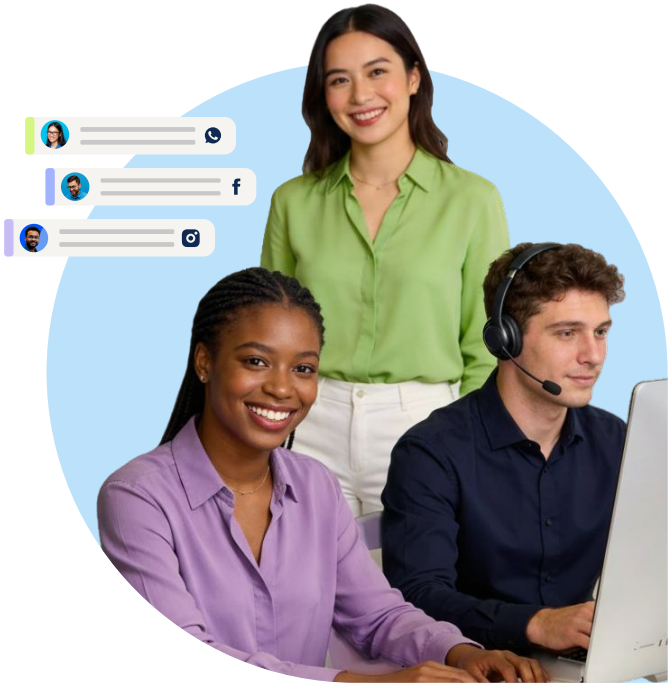
No pierdas la operación. Deriva la atención a un canal alternativo y avisa a tus clientes activos por correo o redes. Si activas un número de respaldo, empieza su calentamiento desde cero: si lo estrenas con el volumen del anterior, caerá igual.

Lo que no hay que hacer: crear cuentas nuevas para esquivar la sanción, comprar números "listos", usar apps modificadas o mover la misma lista a otro número. Meta relaciona números, dispositivos, dominios y medios de pago, el patrón se detecta y agrava el caso.

9. Rutina operativa

Convierte estas reglas en un hábito para reducir el riesgo de bloqueo:

Cuándo	Qué debes revisar	Quién
Diario	Chats sin responder, quejas y solicitudes de baja atendidas en menos de 24 h.	Líder de atención.
Semanal	Calidad del número, nivel de envío, estado de plantillas, volumen enviado vs. techo.	Administrador de la cuenta.
Por campaña	Origen y fecha de opt-in de la lista, prueba del 5 %, tandas, horario, cobertura de atención.	Responsable de campañas.
Mensual	Depuración de la base, lista negra, frecuencia por contacto, revisión de plantillas activas.	Marketing.
Trimestral	Auditoría completa (sección 10) y capacitación del equipo nuevo.	Dueño del canal.



10. Checklist de auditoría rápida

Doce preguntas para identificar el estado de tu cuenta. Si tres o más son “no”, tu número está en riesgo.

- ☐ Cada contacto de mi base tiene origen y fecha registrados.
- ☐ Ningún envío usa listas compradas o heredadas.
- ☐ Todo mensaje promocional ofrece una forma de baja.
- ☐ La lista negra se respeta en cada carga.
- ☐ Sé cuál es la calidad actual de mi número.
- ☐ Mi perfil de empresa está completo y verificado.
- ☐ Los envíos van en tandas, nunca todos a la vez.
- ☐ Hago prueba con muestra antes de cada campaña grande.
- ☐ Hay alguien atendiendo las respuestas durante y después.
- ☐ Ningún contacto recibe más de 4 promociones al mes.
- ☐ No usamos apps modificadas ni automatizadores no oficiales.
- ☐ El equipo conoce el protocolo de las primeras 24 horas.

Cuando el flujo funciona, los clientes confían

Ninguna herramienta reemplaza estas prácticas, y ninguna práctica se sostiene sin orden.

Whaticket te da la parte operativa: origen de cada contacto a la vista, envíos por tandas con topes, respuestas distribuidas entre tu equipo y estado del número visible antes de que haya problema. El criterio sobre a quién escribir y qué decirle sigue siendo tuyo, y es el que decide el resultado.