



GotoMarket
Lab

GUÍA DE CONSULTA · MASTER CLASS

Herramientas de prospección hipersegmentada B2B

Resumen de la master class: qué aporta cada plataforma, cuánto cuesta y cuál probar primero según el trabajo que necesitas resolver.

José Luis Montes · Informe actualizado en septiembre de 2026

Por dónde empezar

La elección empieza por concretar **qué necesita mejorar tu equipo y qué herramientas utiliza ya**. En nuestro trabajo, la combinación más habitual es Apollo con LinkedIn Sales Navigator: reúne datos y ejecución comercial con identificación de cuentas, seguimiento y relaciones. Otras plataformas pueden encajar mejor cuando la prioridad cambia.

01

ELEGIR SEGÚN EL TRABAJO QUE NECESITAS RESOLVER

Cuatro trabajos que conviene distinguir

Las bases de datos B2B están ampliando su alcance con inteligencia artificial, señales de compra y automatización del contacto. Para compararlas con criterio, conviene distinguir cuatro trabajos y decidir cuáles tienen más valor para tu empresa.

1 Identificar empresas y decisores

Encontrar empresas que encajen con tu perfil de cliente ideal y personas que desempeñen los roles de tu mapa de decisión de compra. El contexto importa: actividad, tamaño, tecnología instalada, cambios en la organización o señales que ayuden a priorizar.

2 Obtener datos de contacto

Conseguir un email profesional, un teléfono directo o móvil, o una vía para conversar dentro de LinkedIn. Identificar a una persona y disponer de un canal útil para llegar a ella son necesidades diferentes.

3 Ejecutar el contacto y el seguimiento

Organizar mensajes, llamadas, tareas y secuencias para abrir conversaciones que tengan sentido para ambas partes. La capacidad de obtener datos debe compararse por separado de la capacidad de ejecutar el contacto proactivo (outreach).

4 Actualizar y enriquecer la base existente

Revisar cargos, empresas y datos de contacto que ya tienes, y completar campos vacíos. Una base de miles de registros acumulados en el CRM puede recuperar utilidad comercial si se mantiene al día.

Una forma sencilla de empezar

Las extensiones de Chrome de Apollo y Lusha permiten consultar datos de personas concretas mientras navegas, por ejemplo en LinkedIn. En el vídeo muestro cómo desplegar la extensión y revelar los datos disponibles. Los créditos de sus cuentas gratuitas pueden servir para contactos puntuales, como un ponente de un congreso o un directivo que has identificado en una cuenta objetivo.

02

QUÉ APORTA CADA PLATAFORMA

Las ocho herramientas de un vistazo

Esta comparación sitúa el foco de cada herramienta y su encaje con la operativa comercial. Las funciones concretas dependen del plan, los módulos y las integraciones contratadas.

Herramienta	Datos y contacto comercial	Actualización de bases
<u>Apollo</u>	Búsqueda de empresas y personas, emails y teléfonos, señales, secuencias de email, tareas y llamadas según plan.	Archivos CSV y CRM conectado, según plan e integración.
<u>Lusha</u>	Búsqueda y datos de contacto. Engage añade secuencias de email. Interesa también como fuente complementaria de datos.	CSV e integración con CRM, según condiciones.
<u>ZoomInfo</u>	Especial atención a inteligencia de cuentas, compradores y señales. La ejecución comercial se amplía mediante módulos.	Actualización del CRM y procesos por lotes, según módulos.
<u>Cognism</u>	Foco en datos de contacto y verificación telefónica. Candidata cuando pesan mucho las llamadas a decisores en Europa.	CSV; conexión y enriquecimiento del CRM como prestación adicional.
<u>UpLead</u>	Obtención de datos para equipos que ya tienen resuelta la contactación con otras herramientas.	Enriquecimiento CSV desde Plus; API según plan.
<u>RocketReach</u>	Búsqueda de contactos, con incorporación de secuencias de email y datos de intención. Alternativa para contrastar cobertura y coste.	CSV y API según plan.
<u>Kaspr</u>	Obtención de emails y teléfonos de personas identificadas en LinkedIn. Encaja en una operativa centrada en esos perfiles.	CSV con URL de LinkedIn; exportación e integraciones.
<u>Sales Navigator</u>	Búsqueda, seguimiento de cuentas y contactos, relaciones, alertas y mensajes o InMail dentro de LinkedIn.	Contexto y actualización vinculados al CRM en Advanced Plus.

Lo que vemos en nuestras comparativas

Apollo destaca por la relación entre coste y utilidad. Lusha aporta cobertura complementaria, aunque en nuestro uso resulta más cara. RocketReach es una tercera opción interesante por precio; en las pruebas que comentamos, su cobertura y calidad quedan por detrás de Apollo y Lusha. Cognism requiere valorar un presupuesto superior.

Por qué combinamos Apollo y Sales Navigator

LINKEDIN · CUENTAS Y RELACIONES

Sales Navigator

Ayuda a identificar interlocutores, seguir cuentas y entender relaciones y novedades. Es especialmente útil al trabajar cuentas concretas.

EMAIL · DATOS Y SECUENCIAS

Apollo

Añade datos de contacto, segmentación y secuencias de email, además de llamadas según el plan.

La combinación permite trabajar LinkedIn y email con funciones complementarias.

En la sesión explico también el uso de conexiones con asistentes como ChatGPT o Claude para afinar la segmentación. Al elegir, comprueba qué integración está disponible en tu cuenta y qué operaciones permite: buscar, obtener datos, enriquecer o trasladar información a otras herramientas.

03

COSTES Y SEÑALES PARA COMPARAR

Qué estás comprando con cada cuota

La cuota debe leerse junto al volumen de datos y las funciones incluidas. Dos planes de precio parecido pueden ofrecer cantidades de créditos distintas y consumirlos de forma diferente al obtener emails, teléfonos o datos enriquecidos.

Herramienta	Equivalente mensual con pago anual	Condiciones que revisar
Apollo	Basic 49 · Professional 79 · Organization 119 USD por usuario.	Basic mensual: 59 USD. Organization: mínimo de 3 usuarios.
Lusha	Starter 37,45 · Pro 52,45 · Premium 299,95 USD.	Cuotas mensuales: 49,90 / 69,90 / 399,90 USD. Revisar paquete y plazas.
UpLead	Essentials 74 · Plus 149 USD.	Pago mensual: 99 / 199 USD. Enriquecimiento CSV desde Plus.
Kaspr	Starter 45 · Business 79 EUR por usuario.	Pago mensual: 59 / 99 EUR por usuario.
Sales Navigator	Core 90,74 · Advanced 141,16 EUR por licencia.	Pago mensual: 120,99 / 148,21 EUR. Advanced Plus: presupuesto.
RocketReach	Desde 19 USD en Essentials hasta 115 USD en Ultimate.	Referencia para 1 usuario. Revisar créditos y ampliaciones.
Cognism	Presupuesto para Standard y Pro.	5 usuarios incluidos; CRM adicional.
ZoomInfo	Presupuesto personalizado.	Concretar módulos, usuarios y volumen de uso.

Referencias de la presentación a 26 de septiembre de 2026. Verifica las condiciones vigentes, los impuestos y los posibles costes adicionales antes de contratar. Las cuotas en USD y EUR mantienen su moneda original.

El crédito cambia la comparación

49 USD al mes en Apollo Basic, el ejemplo del vídeo, con contratación anual	2.500 créditos incluidos en ese plan	1 crédito por ficha con email profesional, en el supuesto explicado
---	--	---

La búsqueda y la elaboración de listas se presentan como operaciones gratuitas. **Conviene comprobar cuántos contactos útiles puedes obtener con tu plan**, qué consume cada acción y si los teléfonos o el enriquecimiento necesitan créditos adicionales.

Reseñas e integraciones como referencias

Estas son las valoraciones, con su número aproximado de reseñas, en la fotografía de G2 (la plataforma de reseñas de software) que utilizamos en la sesión. Son señales de presencia y de satisfacción declarada que conviene complementar con una prueba en tu mercado.

4,7 / 5 Apollo · 9.830	4,5 / 5 ZoomInfo · 9.150	4,4 / 5 Sales Navigator · 2.210	4,7 / 5 UpLead · 830
----------------------------------	------------------------------------	---	--------------------------------

La conectividad aporta otro criterio: revisa qué enlaces nativos existen con tu CRM, tus asistentes de IA y tus herramientas de contacto. Su utilidad se concreta en el trabajo que ahorran y en la información que permiten mantener conectada.

04

RECUPERAR VALOR Y ELEGIR QUÉ PROBAR

Actualizar la base y elegir herramienta

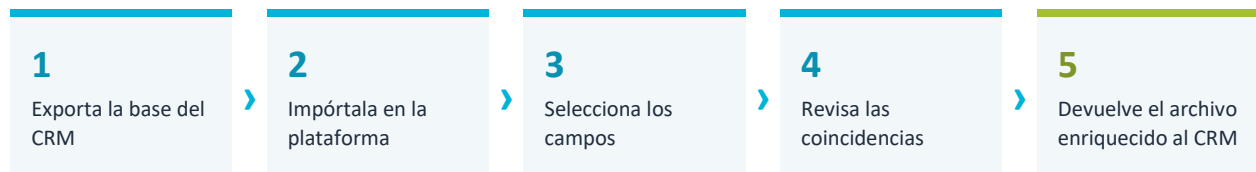
Antes de una campaña, una base de 3.000 contactos puede necesitar cargos y empresas vigentes, canales de contacto actualizados y campos como sector, tamaño o actividad.

Actualizar y enriquecer

Actualizar corrige lo que ha cambiado: cargos, empresas y canales de contacto. **Enriquecer** añade información que faltaba: sector, tamaño o actividad.

Dos formas de mantenerla al día

OPCIÓN 1 · MEDIANTE CSV



Apollo es la mejor opción para este trabajo por la relación entre coste y resultado que encontramos en su uso.

OPCIÓN 2 · MEDIANTE CONEXIÓN CON EL CRM

Una integración compatible permite mantener datos y, cuando lo admite, registrar actividad comercial de forma periódica. Comprueba el CRM concreto, la frecuencia y los campos que sincroniza. Salesforce y HubSpot aparecen con frecuencia entre las conexiones comentadas en la sesión; la disponibilidad depende de cada plataforma.

60–70 %

de reconocimiento automático con Apollo

Es donde sitúo en el vídeo nuestra experiencia con Apollo, con margen para completar más registros mediante revisión individual. Es una referencia de uso propio; el resultado depende de la base de partida.

Qué probaría primero según la prioridad

Necesidad principal	Primera candidata	Qué contrastar
Datos y secuencias de email	Apollo	Lusha; después RocketReach.
Inteligencia de cuentas y señales	ZoomInfo	Apollo y Cognism, valorando funciones y presupuesto.
Teléfonos de decisores en Europa	Cognism	Apollo, Kaspr y Lusha; probar cobertura y coste.
Relaciones y seguimiento en LinkedIn	Sales Navigator	Combinar con un proveedor de datos si necesitas otros canales.
Emails y teléfonos desde LinkedIn	Kaspr	Lusha y Apollo; revisar qué otras necesidades cubren.
Actualizar y enriquecer un CSV	Apollo	Lusha y UpLead Plus.
Datos con el outreach ya resuelto	UpLead o Lusha	Apollo y RocketReach; comprobar encaje con el CRM.

Órdenes de evaluación recomendados en la sesión. El resultado de la prueba con tus cuentas y contactos determinará el encaje.

Seguir trabajando en el GotoMarket Lab

En el GotoMarket Lab profundizamos en estas herramientas y te acompañamos para aplicarlas a la generación de negocio de tu empresa. www.gotomarketlab.es