

Preferencias de comunicación: a quién puedes enviar marketing (Delitbee + Brevo)

Última actualización: 25/09/2026 · <https://academy.delitbee.com>



Este artículo asume que ya conoces la integración básica de Brevo con Delitbee. Si todavía no la conoces, empieza por [Marketing con Brevo y Delitbee](#) y [Estrategias de segmentación con Brevo](#).



Novedad: preferencias de comunicación separadas por canal. Las preferencias de marketing ahora se guardan por canal: email, SMS y WhatsApp. Al finalizar el pedido, el cliente acepta todos los canales a la vez con un único check y, después, desde su perfil, puede activar o desactivar cada canal por separado. Si tienes Brevo integrado con Delitbee, cada canal tiene su propio atributo: `ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION`, `ALLOW_SMS_MARKETING_COMMUNICATION` y `ALLOW_WHATSAPP_MARKETING_COMMUNICATION`. El atributo antiguo `ALLOW_MARKETING_COMMUNICATION` queda en desuso y dejará de actualizarse. Si tienes segmentos o automatizaciones en Brevo que lo usan, cámbialo por `ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION` (ver el apartado 7).

Uno de los errores más habituales al hacer marketing es fijarse solo en un dato y olvidar el otro. Para saber si puedes enviarle una comunicación de marketing a un contacto por un canal concreto (email, SMS o WhatsApp) **tienen que cumplirse dos condiciones a la vez**, y cada una viene de un sitio distinto: una la decide el cliente en la tienda online (y te la envía Delitbee), y la otra la gestiona tu herramienta de envío. Este artículo explica qué es cada cosa, por qué existen las dos, y cómo combinarlas en un segmento sin dejar lugar a dudas.



¿Tienes Brevo integrado con Delitbee? Los apartados 1 a 8 son para ti: tus clientes, sus pedidos y sus preferencias por canal se sincronizan automáticamente con Brevo.

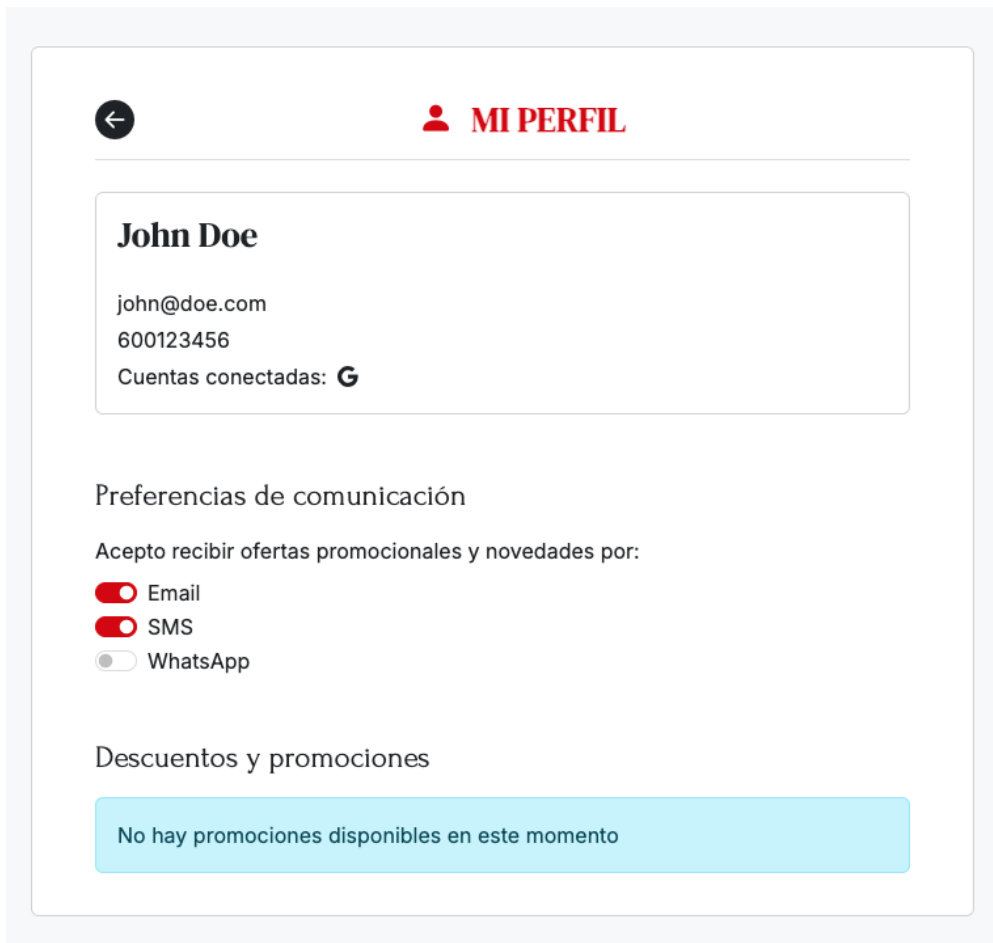
¿Usas Brevo sin integración u otra herramienta de email marketing? En ese caso no se sincroniza nada y Brevo funciona como cualquier otra herramienta. Ve directamente al [apartado 9](#).

1. Dos sistemas de preferencias que conviven

Delitbee tiene su propio sistema de preferencias de comunicación, que guarda el consentimiento **por canal**: email, SMS y WhatsApp. El cliente lo ve en dos momentos:

- **Al finalizar un pedido**, en un banner con un único check que indica de forma explícita los canales por los que podrá recibir comunicaciones (email, SMS y WhatsApp). Si lo marca, acepta todos los canales a la vez.
- **En su perfil de cliente**, donde tiene una opción independiente para cada canal. Desde ahí puede desactivar los canales que no le interesen, volver a activarlos o darse de baja de todos en cualquier momento.

Así, dar el consentimiento al pedir es rápido y sencillo, y después cada cliente elige en su perfil los canales que prefiere.



← **MI PERFIL**

John Doe

john@doe.com
600123456
Cuentas conectadas: 

Preferencias de comunicación

Acepto recibir ofertas promocionales y novedades por:

☒ Email
☒ SMS
☒ WhatsApp

Descuentos y promociones

No hay promociones disponibles en este momento

Además, Delitbee guarda internamente la fecha de cada cambio que hace el cliente en sus preferencias. Así queda registro de cuándo dio (o retiró) su consentimiento para cada canal, tal y como exige la normativa de protección de datos (RGPD).

Si tienes **Brevo integrado con Delitbee**, al sincronizar los contactos de tu tienda online estas preferencias llegan a Brevo automáticamente en tres atributos de contacto, uno por canal:

Canal	Atributo en Brevo
Email	ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION
SMS	ALLOW_SMS_MARKETING_COMMUNICATION
WhatsApp	ALLOW_WHATSAPP_MARKETING_COMMUNICATION

Brevo, por su parte, tiene su **propio sistema de suscripción** para cada canal (campañas de email, SMS y WhatsApp), completamente independiente. No lo gestiona Delitbee ni se sincroniza desde la tienda: lo controla Brevo directamente en función de lo que hace el propio contacto (por ejemplo, si se da de baja desde el enlace de un email).



Piénsalo así: el atributo **ALLOW_..._MARKETING_COMMUNICATION** de cada canal responde a la pregunta «¿me diste permiso para contactarte por aquí?» (lado Delitbee). La **suscripción en Brevo** de ese mismo canal responde a «¿sigues queriendo recibir mis mensajes por aquí?» (lado Brevo). Necesitas un sí en las dos, y del mismo canal, para poder enviar.

2. Los atributos de preferencia por canal (vienen de Delitbee)

Cada uno de los tres atributos puede tener tres valores en la ficha del contacto en Brevo:

Valor	Qué significa
Verdadero	El cliente ha aceptado recibir ofertas promocionales y novedades por ese canal, ya sea con el check al finalizar el pedido (que activa todos los canales a la vez) o desde su perfil.
Falso	El cliente ha indicado explícitamente que NO quiere recibir comunicaciones promocionales por ese canal (por ejemplo, desactivándolo en su perfil).
No introducida	El cliente todavía no ha marcado ni una cosa ni la otra para ese canal (por ejemplo, pedidos antiguos previos a activar el banner, o clientes que no interactuaron con él).

Aunque el check del pedido activa los tres canales a la vez, el cliente puede cambiarlos por separado desde su perfil, así que un mismo contacto puede tener valores distintos en cada canal: por ejemplo, email en Verdadero y WhatsApp en Falso. Por eso, en cada campaña fíjate siempre en el atributo del canal por el que vas a enviar.

El error más frecuente es asumir que «No introducida» equivale a «no puedo enviarle nada». No es así, y en el siguiente punto se explica por qué.

3. Por qué «No introducida» también permite enviar marketing (relación comercial previa)

La normativa española sobre comunicaciones comerciales electrónicas (LSSI-CE, art. 21) prohíbe por norma general enviar publicidad por email u otro medio de comunicación electrónica equivalente sin consentimiento previo. Pero el propio artículo 21.2 incluye una excepción pensada exactamente para este caso: la de clientes con los que ya existe una relación comercial. El texto es este:

«Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.»

Ley 34/2002 (LSSI-CE), artículo 21.2

Traducido a un caso real de Delitbee: si un cliente ha hecho un pedido en tu tienda (existe relación contractual/comercial) y todavía no ha dicho explícitamente ni que sí ni que no a recibir marketing por un canal, la ley te permite seguir enviándole comunicaciones sobre tu propio negocio (novedades, promociones, recordatorios) sin necesidad de un consentimiento expreso adicional. Eso es justo lo que representa el valor «**No introducida**».

Esta excepción no es un cheque en blanco: la propia ley exige dos condiciones que Delitbee y Brevo ya cubren por diseño, pero que conviene tener presentes:

- Las comunicaciones deben ser sobre **productos o servicios propios y similares** a los que el cliente ya contrató (tu carta, tu tienda, tus promociones), no sobre productos de terceros.
- Siempre hay que ofrecer al cliente una **forma sencilla y gratuita de darse de baja**, tanto al recoger el dato como en cada comunicación (los mecanismos de baja de Brevo y el perfil

de cliente de Delitbee, con su opción por canal, cumplen este requisito).



Lo importante para esta excepción es **si el contacto ha hecho al menos un pedido**, no en qué lista de Brevo esté. Un contacto puede haber entrado en Brevo como visitante (por ejemplo, en la lista `identified_contacts`) y más tarde haber hecho un pedido; en ese caso sí hay relación comercial, aunque siga apareciendo en esa lista. Por eso, para comprobarlo, usa siempre la condición «Se ha realizado un pedido» sobre el propio contacto, en vez de fijarte en la lista a la que pertenece. Si un contacto en «No introducida» no tiene ningún pedido, esta excepción no se aplica y hay que exigirle un «Verdadero» explícito en ese canal antes de incluirlo en campañas promocionales.

Y en el otro extremo: si el valor de un canal es **Falso**, el cliente ha ejercido activamente su derecho a no recibir marketing por ese canal. Ahí no hay excepción legal que valga: no se le debe incluir en ninguna comunicación promocional por ese canal, sin importar lo que diga su suscripción en Brevo.

4. La suscripción de cada canal (la gestiona Brevo)

El segundo dato es el estado de suscripción del contacto en Brevo para cada canal (por ejemplo, «Suscripciones a las campañas de email»). Vive únicamente en Brevo. No es algo que Delitbee sincronice ni que puedas editar desde la tienda online: refleja si el propio contacto sigue queriendo recibir campañas por ese canal, y cambia cuando el contacto se da de baja (por ejemplo, desde el enlace de un email), marca un mensaje como spam, o tú mismo lo gestionas manualmente dentro de Brevo.

Aunque Brevo ya bloquea automáticamente el envío de campañas a contactos que se han dado de baja, es una buena práctica incluir esta condición explícitamente en tus segmentos. Así el segmento refleja de forma fiable a quién vas a llegar realmente y tus métricas de entregabilidad no se ven infladas con contactos que nunca van a recibir el mensaje.

5. La regla combinada: cuándo SÍ puedes enviar marketing

Juntando los dos sistemas, la regla para saber si un contacto es apto para una comunicación de marketing/promocional por un canal es esta (el ejemplo es para email; para SMS o WhatsApp, cambia el atributo y la suscripción por los de ese canal):

☐ (ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION = **Verdadero** O (ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION = **No introducida** Y tiene al menos 1 pedido))

Y

Suscripción a campañas de email = **Suscrito**

Puesto en tabla, para cada combinación posible (vale igual para cualquier canal, usando su atributo y su suscripción):

Atributo del canal (Delitbee)	Suscripción del canal (Brevo)	¿Se puede enviar marketing?
Verdadero	Suscrito	☒ Sí
Verdadero	No suscrito / baja	☐ No — se dio de baja en Brevo
No introducida (con al menos 1 pedido)	Suscrito	☒ Sí — relación comercial previa
No introducida (con al menos 1 pedido)	No suscrito / baja	☐ No
No introducida (sin ningún pedido)	Suscrito	☐ No — no hay relación comercial ni consentimiento
Falso	Cualquiera	☐ No, nunca

6. Cómo construirlo como segmento en Brevo, paso a paso

Crea un segmento por cada canal que uses. El ejemplo es para email:

1. En Brevo, ve a **Contactos → Segmentos → Crear un segmento**.
2. Crea un primer grupo de condiciones unidas por «**O**»:
 - ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION es igual a Verdadero
 - Un subgrupo con «**Y**»: ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION no es igual a Falso (cubre «No introducida») **y** se ha realizado un pedido, al menos 1 vez
3. Combina ese grupo con el operador «**Y**» añadiendo la condición de suscripción: que el contacto esté suscrito a las campañas de email (o, de forma equivalente, que no figure como

dado de baja/blacklisted en Brevo).

4. No uses la lista `identified_contacts` como criterio: un contacto puede estar en esa lista y aun así tener pedidos (y viceversa). Fíate siempre de si tiene pedidos, no de la lista en la que aparece.
5. Guarda el segmento con un nombre claro, por ejemplo «*Aptos para marketing por email (Delitbee + Brevo)*», y utilízalo como audiencia base en todas tus campañas promocionales por email.
6. Si también haces campañas por SMS o WhatsApp, repite los pasos con `ALLOW_SMS_MARKETING_COMMUNICATION` o `ALLOW_WHATSAPP_MARKETING_COMMUNICATION` y la suscripción de ese canal, y guarda cada segmento con su propio nombre.



No envíes campañas promocionales directamente a las listas `Delitbee-sync` o `identified_contacts` completas: incluyen a todos los contactos sincronizados, también a quienes han dicho explícitamente que no. Usa siempre el segmento filtrado del canal correspondiente como audiencia.

7. Si usabas `ALLOW_MARKETING_COMMUNICATION`: qué tienes que cambiar

Hasta ahora existía un único atributo, `ALLOW_MARKETING_COMMUNICATION`, para todos los canales. Con la separación por canal, ese atributo **queda en desuso y Delitbee dejará de actualizarlo**. Seguirá apareciendo en tus contactos de Brevo, pero su valor ya no reflejará los cambios que hagan tus clientes, así que no debes seguir usándolo.

1. Revisa en Brevo tus **segmentos** y tus **automatizaciones** y localiza las condiciones que usan `ALLOW_MARKETING_COMMUNICATION`.
2. Sustitúyelas por `ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION` (manteniendo la misma lógica de valores) si son campañas o automatizaciones de email.
3. Si alguna envía SMS o WhatsApp, usa en su lugar el atributo de ese canal.

8. Una aclaración importante: marketing vs. comunicación transaccional

Todo lo anterior aplica a **comunicaciones comerciales/promocionales**: newsletters, ofertas, campañas de fidelización, recuperación de carritos, etc. No aplica a las **comunicaciones transaccionales** ligadas directamente a un pedido (confirmación de compra, estado del envío, factura), que son necesarias para prestar el servicio contratado y no dependen de estas preferencias de marketing. No confundas ambos tipos de comunicación a la hora de configurar tus automatizaciones.

9. ¿No tienes Brevo integrado con Delitbee? Usa el CSV de tu base de datos

Este apartado es para ti si usas **otra herramienta de email marketing** o si usas **Brevo sin integrarlo con Delitbee**. En ambos casos no hay sincronización automática: ni tus clientes, ni sus pedidos, ni sus preferencias por canal llegan solos a la herramienta. Brevo sin integración funciona como cualquier otro servicio de email marketing.

Las preferencias de tus clientes siguen estando disponibles: si exportas tu base de datos de clientes desde Delitbee en formato CSV, encontrarás las preferencias de comunicación de cada canal como columnas (con los valores Verdadero, Falso o vacío, equivalente a «No introducida»).

Antes de cada envío:

1. **Exporta el CSV actualizado desde Delitbee.** Tus clientes pueden darse de baja de un canal desde su perfil en cualquier momento, así que un CSV antiguo puede incluir a personas que ya no quieren recibir tus mensajes.
2. **Filtra por la columna del canal que vas a usar:** quédate con las filas donde sea Verdadero, o esté vacía y el cliente tenga al menos un pedido. Descarta siempre las que sean Falso.
3. **Importa o actualiza esos contactos en tu herramienta** y envía solo a ellos.

Recuerda que las bajas que se produzcan dentro de tu herramienta (por ejemplo, desde el enlace de baja de un email) las gestiona esa herramienta, no Delitbee. Respeta siempre las dos: la preferencia del CSV y el estado de suscripción en tu herramienta.

Resumen rápido

- **Cada canal va por separado:** el check del pedido activa email, SMS y WhatsApp a la vez, pero el cliente puede cambiarlos uno a uno en su perfil. Usa siempre la preferencia del canal por el que envías.
- **Envía** si la preferencia del canal es Verdadero, o si es No introducida y el contacto tiene al menos un pedido, **y** además está suscrito a ese canal en tu herramienta.
- **No envíes nunca** por un canal cuya preferencia sea Falso, sin excepciones.
- **No envíes nunca** si se ha dado de baja en tu herramienta, aunque Delitbee marque Verdadero.
- ⚠ **El filtro correcto es el pedido, no la lista:** si un contacto en No introducida no tiene ningún pedido (esté o no en identified_contacts), exígele un Verdadero explícito.
- **Con Brevo integrado:** todo se sincroniza solo. `ALLOW_MARKETING_COMMUNICATION` está en desuso: cámbialo por `ALLOW_EMAIL_MARKETING_COMMUNICATION` en tus segmentos y automatizaciones.
- **Sin integración (Brevo sin integrar u otra herramienta):** no se sincroniza nada. Exporta el CSV actualizado desde Delitbee antes de cada envío y filtra por el canal.