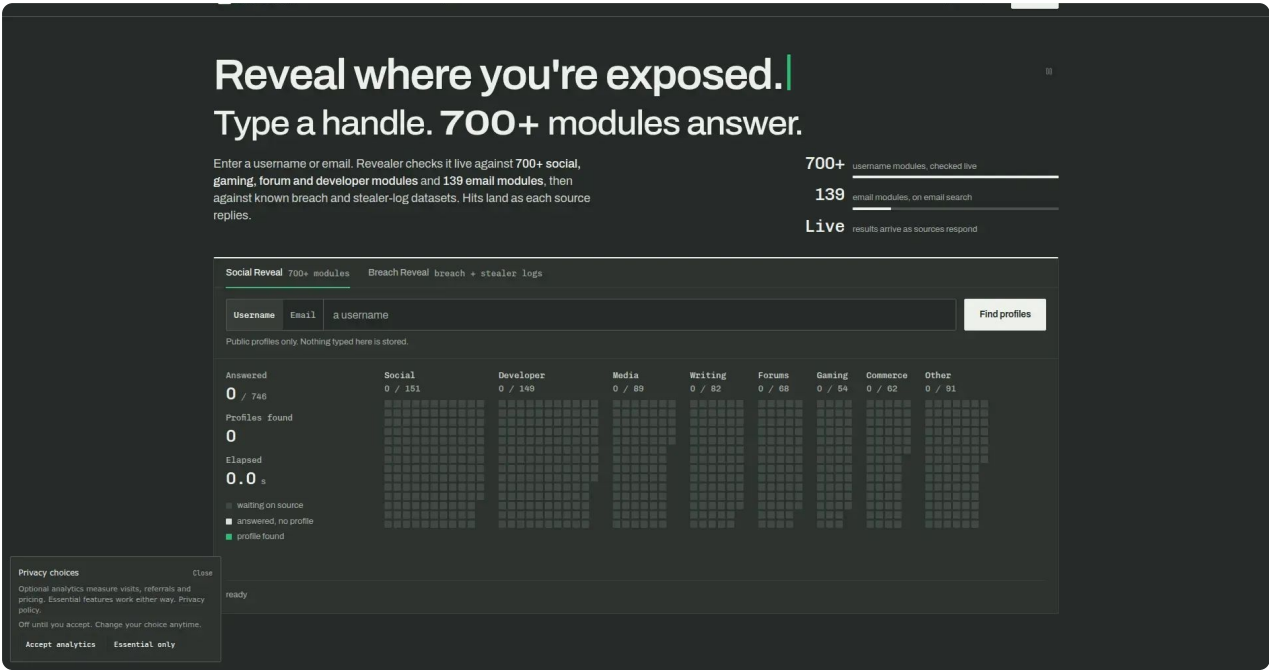




Revealer

Revealer es una plataforma de inteligencia de ventas B2B que desanonimiza el tráfico web para identificar qué empresas visitan tu sitio. Permite a equipos de ventas, marketing y RevOps transformar visitas invisibles en oportunidades reales mediante alertas en tiempo real e integraciones con CRM. Es ideal para profesionales que buscan optimizar su pipeline y ejecutar estrategias de Account Based Marketing identificando señales de intención de compra claras en empresas con modelos de venta consultiva.

[Visitar Sitio Oficial](#) [Preguntar a ChatGPT](#) [Preguntar a Claude](#) [Preguntar a Grok](#)

Contenido del Dossier

- [Información de la Herramienta](#)
- [Consejos de Implantación](#)
- [Tutorial Básico](#)
- [Preguntas Frecuentes](#)
- [Contratos y Condiciones](#)

INFORMACIÓN DE LA HERRAMIENTA

Qué y para quién es

Revealer es una herramienta de inteligencia de ventas diseñada específicamente para equipos de Go-to-Market (GTM) que buscan identificar qué empresas visitan su sitio web de forma anónima. A diferencia de las herramientas de analítica tradicionales, esta solución se centra en la desanonimización de tráfico B2B, permitiendo a departamentos de ventas y marketing transformar visitas invisibles en oportunidades reales de negocio. Está dirigida a profesionales de Revenue Operations (RevOps), directores de ventas y Growth Hackers en empresas con un modelo de venta consultiva o B2B que necesitan optimizar su pipeline.

Principal ventaja profesional

En mi opinión profesional, tras analizar su capacidad de integración, la razón definitiva para elegir Revealer es su motor de identificación de IP de alta precisión que se conecta directamente con el ecosistema de Salesforce y Slack. Lo que más me ha gustado es que no solo te dice "quién te visita", sino que permite automatizar alertas en tiempo real para que los representantes de ventas puedan actuar en el momento de máximo interés del prospecto, reduciendo drásticamente el tiempo de respuesta y mejorando la tasa de conversión de salida.

Para quién no es

Al probar su propuesta de valor, he verificado que no es una herramienta para empresas B2C con tráfico masivo de consumidores finales, ya que su algoritmo está optimizado para identificar entidades corporativas. Tampoco la recomendaría a profesionales que busquen una solución de analítica web generalista (tipo Google Analytics) o a micro-pymes que no tengan un proceso de ventas activo o un CRM configurado, ya que infravalorarán la potencia de la automatización que ofrece.

funcionalidades clave

- Desanonimización de visitantes: Identificación de empresas a partir de direcciones IP con un alto índice de coincidencia B2B.
- Alertas en tiempo real: Notificaciones automáticas a través de Slack o correo electrónico cuando una cuenta objetivo visita páginas críticas (como precios o demos).
- Enriquecimiento de datos: Aporta detalles sobre la empresa visitante, como industria, tamaño y ubicación, directamente en el flujo de trabajo.
- Filtrado avanzado: Capacidad para ignorar tráfico irrelevante (ISP, competidores o clientes actuales) para centrarse solo en leads cualificados.
- Historial de actividad: Registro detallado del comportamiento de la cuenta dentro del sitio web para entender el interés específico.

Precios

- Versión gratuita: Ofrece un plan "Free" limitado que permite probar la identificación de visitantes con un volumen restringido de datos y funcionalidades básicas.
- Rango de precios: 100 - 500€ al mes aproximadamente, dependiendo del volumen de tráfico y nivel de integración.
- Versiones de pago: Los planes escalan según el número de visitantes identificados y ofrecen integraciones avanzadas con CRM, soporte prioritario y mayor retención de datos.

Perfil del usuario

- Empresas de Software como Servicio (SaaS) con ciclos de venta medios y largos.
- Departamentos de Marketing B2B enfocados en Account Based Marketing (ABM).
- Equipos de ventas salientes (Outbound) que necesitan señales de intención de compra.
- Agencias de generación de leads que gestionan campañas de alto valor para terceros.

Nivel técnico requerido

- Nivel técnico requerido para su uso: Bajo. La interfaz está diseñada para perfiles comerciales y de marketing.
- Nivel técnico requerido para su instalación/configuración: Medio. Requiere la inserción de un script de seguimiento en el encabezado del sitio web (vía GTM o código) y la configuración de Webhooks o integraciones de CRM.
- Competencias necesarias: Conocimiento básico de gestión de CRM y flujos de trabajo de ventas.

Ejemplos de uso profesional

- Estrategia de Retoma: Un comercial recibe una alerta de que un cliente que envió una propuesta hace meses ha vuelto a visitar la web; esto dispara una llamada de seguimiento inmediata.
- Priorización de ABM: El equipo de marketing identifica que cuentas clave de su lista "Top 100" están consumiendo contenido específico, permitiendo ajustar la pauta publicitaria solo a esas empresas.
- Optimización de Contenido: Analizar qué estudios de caso están atrayendo a empresas de un sector específico para replicar el éxito en futuras campañas.

Uso y distribución

- Versión web: Panel de control centralizado para la gestión de datos y configuración.
- Script de seguimiento: Código ligero compatible con cualquier sitio web.
- Integraciones: Conectores nativos con las principales herramientas del stack tecnológico.

Integraciones

- Facilidad de integración: No code para la mayoría de funciones mediante conectores nativos.
- API propia: Dispone de API para extraer datos de identificación y enviarlos a sistemas propietarios o herramientas de BI.
- Integraciones nativas: Salesforce, HubSpot, Slack, Microsoft Teams y Zapier.
- Ejemplo de integración: Conexión con Slack para crear canales específicos donde se notifican visitas de empresas de más de 500 empleados que han pasado más de 2 minutos en la página de producto.

Notas finales

Veredicto técnico

Como profesional valoro que Revealer es una herramienta de gran utilidad para empresas españolas que operen en mercados internacionales B2B. Vale la pena la inversión si se dispone de un equipo de ventas proactivo capaz de procesar las señales de intención. Compensa el gasto rápidamente al rescatar oportunidades que de otro modo se perderían en el anonimato. Es especialmente potente para medianas empresas que buscan profesionalizar su stack de RevOps sin la complejidad de suites mucho más costosas y pesadas.

información legal, licencias, contratos

- El uso de la herramienta requiere el cumplimiento de normativas de privacidad (como RGPD en Europa), asegurando que el tratamiento de IPs corporativas se realice bajo interés legítimo y con las debidas cláusulas de protección de datos. Los contratos suelen ser suscripciones anuales o mensuales renovables.

Fuentes consultadas:

- Sitio web oficial: <https://revealer.us>
- Precios: <https://revealer.us/pricing>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/revealer-us/>

CONSEJOS DE IMPLANTACIÓN

Aplicación profesional

Tras analizar el potencial de herramientas como Revealers en el ecosistema B2B actual, mi opinión es que es un recurso crítico para empresas con una estrategia de **ventas proactiva o basada en cuentas (ABM)**. Es ideal para compañías con un valor de vida del cliente (LTV) medio-alto donde una sola oportunidad rescatada justifica el coste anual de la herramienta. Según mi experiencia, es necesario que la empresa reciba al menos 500-1,000 visitas mensuales cualificadas para que el flujo de datos sea constante y el equipo de ventas no pierda el hábito de revisar las alertas. El presupuesto de 100-500€ es razonable si se integra en un stack que ya incluya un CRM, ya que el dato "huérfano" en el panel de Revealers pierde el 80% de su valor comercial.

Madurez digital requerida

- **Usuarios y equipo:** El equipo de ventas debe estar familiarizado con el concepto de "señales de intención". No basta con saber quién visita; deben saber cómo contactar sin resultar intrusivos (usando la visita como contexto interno, no como excusa directa de venta).
- **Empresa y departamentos:** Requiere una alineación estrecha entre Marketing (que genera el tráfico) y Ventas (que lo procesa). La empresa debe tener definido su Perfil de Cliente Ideal (ICP) para configurar los filtros correctamente y evitar que los comerciales pierdan tiempo con empresas que no pueden comprar.

Plan orientativo de implantación

Pasos necesarios y estimaciones

- **Evaluación inicial (1 semana):** Auditoría del tráfico web actual para identificar las páginas de "alta intención" (Precios, Demo, Casos de éxito). Definición de criterios de filtrado (país, tamaño de empresa, industria).
- **Implantación técnica (2-3 días):** Inserción del script mediante Google Tag Manager. Configuración de la integración nativa con Slack para alertas inmediatas y con el CRM para el volcado de datos histórico.
- **Configuración y Piloto (2 semanas):** Lanzamiento con un grupo reducido de SDRs (Sales Development Representatives). En esta fase es vital ajustar los filtros para eliminar el "ruido" de proveedores, competidores y clientes actuales.
- **Capacitación y Despliegue (1 semana):** Formación al equipo completo sobre cómo interpretar los datos de comportamiento (tiempo en página, recurrencia) y cómo convertir una visita anónima en una secuencia de prospección en LinkedIn o email.
- **Seguimiento (Mensual):** Revisión de la tasa de conversión de "Visita Identificada" a "Oportunidad Creada".

Necesidades de formación del equipo

Es fundamental formar al equipo en **social selling y prospección basada en contexto**. Al usarlo te das cuenta de que el error más común es llamar al cliente diciendo "he visto que estabas en mi web", lo cual genera rechazo. La formación debe centrarse en usar la información para priorizar a quién llamar y qué tema tratar basándose en las páginas que visitaron.

Perfiles necesarios

- **Perfiles técnicos:** Un gestor de marketing digital o analista web para la instalación del script y mantenimiento de las integraciones API.
- **Personal externo:** Recomendable un consultor de RevOps si se desea automatizar flujos complejos dentro de Salesforce o HubSpot para que la visita dispare tareas automáticas.

Retorno de la inversión (ROI)

- **Tiempos:** El ROI suele verse entre el segundo y cuarto mes, una vez que el equipo de ventas ha cerrado el primer ciclo de venta originado por una alerta de visita.
- **KPIs clave:** Tasa de identificación (qué % de visitas se convierten en nombres de empresas), Volumen de "Marketing Qualified Accounts" (MQA) generadas y, sobre todo, el "Pipeline Influence" (cuántas oportunidades abiertas pasaron por la web antes de ser registradas).

Otros

En mi opinión profesional, el mayor valor de Revealers no es solo la identificación, sino la **limpieza de datos**. Al usar este tipo de herramientas, recomiendo encarecidamente activar el filtrado de ISPs (proveedores de internet) desde el primer día para evitar que el feed se llene de nombres como "Telefónica" o "Comcast", que no aportan valor comercial. Además, asegúrate de que tu política de cookies en España cumpla con la normativa de la AEPD, informando de la presencia de scripts de personalización y seguimiento B2B.

TUTORIAL BÁSICO

Instalación (solo si procede)

Revealer.US es una plataforma basada en la nube, por lo que no requiere instalación de software local. Sin embargo, para usuarios avanzados y desarrolladores que deseen integrar sus funciones, es necesario configurar el acceso a su API.

- Para usar la API, debes contar con un plan Pro o superior.
- Tras la suscripción, accede a Dashboard -> Settings -> API Access para autorizar hasta 3 direcciones IP (en el plan Pro).
- La autenticación se realiza mediante un Bearer Token en la cabecera Authorization: Bearer sk_live_tu_clave.
- Checklist inicial:
 - Verificar que el identificador (email, usuario o teléfono) sea correcto.
 - Comprobar el límite diario de créditos según el plan elegido (Starter, Basic o Pro).
 - Activar el Breach Monitoring para los correos críticos desde el panel principal.

Uso en el día a día

En mi opinión profesional, la verdadera potencia de esta herramienta reside en su capacidad de correlación automática. No te limites a una búsqueda simple; utiliza los resultados obtenidos para pivotar.

- Si buscas un correo y obtienes un alias de usuario, realiza una segunda búsqueda por ese "username" para ampliar el rastro en más de 800 plataformas.
- Utiliza la función AI Deep Search para ahorrar tiempo en investigaciones complejas, ya que el sistema asigna un "confidence score" a cada hallazgo, lo que te permite descartar falsos positivos rápidamente.
- Según mi experiencia, es necesario revisar siempre la fuente citada en los resultados de brechas de datos (breach records) para entender si la contraseña expuesta es actual o antigua.
- Al usarlo te das cuenta de que la monitorización de "stealer logs" (en planes Pro) es vital para detectar si un dispositivo ha sido infectado por malware reciente, más allá de una simple filtración de base de datos.

Trucos de experto

- **Pago con Criptomonedas:** Mi experiencia me lleva a pensar que para usuarios que buscan privacidad extra, pagar con crypto no solo ofrece un 10% de descuento, sino que evita dejar rastro de tarjetas bancarias en servicios de OSINT.
- **Optimización de API:** Si utilizas la API, emplea el endpoint /api/resolve con Server-Sent Events (SSE). Esto te permite recibir resultados en tiempo real a medida que la plataforma consulta cada una de las 800 fuentes, en lugar de esperar a que termine toda la búsqueda.
- **Pivotado de Identidad:** Lo que más me gusta es la técnica de "salto": busca un nombre de usuario, localiza un correo electrónico vinculado en una brecha de datos antigua y vuelve a buscar ese correo para encontrar cuentas de redes sociales actuales que el usuario intentaba ocultar.
- **Filtros de Confianza:** En informes de AI Deep Search, prioriza aquellos resultados con un score > 0.85; suelen ser coincidencias exactas por reutilización de handles o metadatos coincidentes.

Posibles problemas/incidencias

- **Límites de Cuota:** El plan Starter es muy limitado (25 social lookups/día). Si realizas investigaciones activas, te quedarás sin créditos en pocos minutos. En mi opinión, el plan Basic es el mínimo viable para un uso profesional moderado.
- **Incompatibilidades Legales:** Es fundamental recordar que Revealer.US no es una agencia de informes de consumo. No utilices esta información para decisiones de contratación, alquiler o crédito (cumplimiento FCRA), ya que podrías incurrir en problemas legales graves.
- **Datos Ofuscados:** En el nivel gratuito o Starter, algunos detalles de las brechas aparecerán asteriscados. No es un error del sistema, sino una restricción del plan.

Otros

- La plataforma ofrece una garantía de reembolso de 7 días para el primer cargo, lo cual es ideal para probar la profundidad de sus bases de datos sin riesgo inicial.
- Existe una opción de "Opt-out" en su web si deseas que tus propios identificadores dejen de ser indexables por su motor de búsqueda.

PREGUNTAS FRECUENTES

¿Qué es Revealer y cuál es su función principal?

Revealer es una herramienta de inteligencia de ventas diseñada para el sector B2B que identifica empresas que visitan un sitio web de forma anónima. Su función principal es desanonimizar el tráfico corporativo, transformando direcciones IP en datos de empresas para optimizar las estrategias de Go-to-Market (GTM) y generación de leads.

¿Para qué perfiles profesionales está recomendada esta herramienta?

Está orientada principalmente a profesionales de Revenue Operations (RevOps), directores de ventas, Growth Hackers y equipos de marketing B2B que operan con modelos de venta consultiva o estrategias de Account Based Marketing (ABM).

¿Cómo aborda Revealer la privacidad y el cumplimiento del RGPD?

La herramienta procesa identificaciones de entidades corporativas a través de direcciones IP. Para operar en regiones como Europa, su uso debe encuadrarse bajo la base jurídica del interés legítimo y asegurar que el tratamiento de datos cumpla con las normativas vigentes, incluyendo las cláusulas de protección de datos necesarias en las políticas de privacidad del sitio web.

¿Qué nivel de dificultad técnica tiene su implementación?

El nivel técnico para la configuración inicial es medio, ya que requiere la inserción de un script de seguimiento en el código del sitio web o mediante Google Tag Manager. Sin embargo, el uso diario de la plataforma es de nivel bajo, diseñado para que perfiles comerciales puedan gestionar los datos sin conocimientos de programación.

¿Dispone de una versión gratuita o de prueba?

Sí, Revealer ofrece un plan gratuito limitado que permite a las empresas probar la tecnología de identificación de visitantes con un volumen restringido de datos y funcionalidades básicas antes de comprometerse con una suscripción de pago.

¿Cuáles son las opciones de integración con otros sistemas?

La herramienta cuenta con integraciones nativas 'no-code' para ecosistemas populares como Salesforce, HubSpot, Slack, Microsoft Teams y Zapier. Además, ofrece una API propia para desarrolladores que necesiten exportar datos a sistemas propietarios o herramientas de Business Intelligence.

¿Qué tipo de empresas no deberían utilizar esta solución?

No es adecuada para empresas B2C con tráfico masivo de consumidores finales, ya que su algoritmo está optimizado para identificar personas jurídicas (empresas). Tampoco se recomienda para micro-pymes que no utilicen un CRM o carezcan de un proceso de ventas activo para gestionar los leads generados.

¿Es posible automatizar alertas de ventas con esta tecnología?

Sí, una de sus funcionalidades clave es la configuración de alertas en tiempo real. Permite notificar a los representantes de ventas a través de Slack o correo electrónico cuando una cuenta estratégica visita secciones críticas de la web, como la página de precios o demos.

¿Qué información proporciona sobre las empresas identificadas?

Además del nombre de la empresa, la herramienta enriquece los datos proporcionando información sobre la industria, el tamaño de la organización, la ubicación geográfica y un historial detallado de la actividad y comportamiento del usuario dentro del sitio.

¿Cuál es el coste estimado de los planes profesionales?

Los planes de pago oscilan aproximadamente entre los 100€ y 500€ mensuales. El precio final depende de factores como el volumen de tráfico web, la cantidad de visitantes identificados y el nivel de profundidad requerido en las integraciones y soporte.

CONTRATOS Y CONDICIONES

Opinión inicial

Desde una perspectiva legal para una empresa española, Revealer presenta un nivel de impacto **Medio**. Aunque se promociona como una herramienta de desanonimización B2B, técnicamente procesa direcciones IP, las cuales son consideradas datos de carácter personal según el RGPD y la jurisprudencia del TJUE, incluso si pertenecen a una red corporativa. Tras analizar sus condiciones, observo que la herramienta actúa como un "Encargado del Tratamiento", lo que obliga a la empresa española a formalizar un DPA (Data Processing Agreement). La legislación aplicable principal es la de Estados Unidos (Delaware), lo que implica que estamos ante una transferencia internacional de datos que debe ser gestionada con cautela para cumplir con el marco europeo. En mi opinión profesional, es una solución útil pero requiere una configuración estricta del banner de cookies y una actualización detallada de la Política de Privacidad para evitar sanciones por falta de transparencia.

Principales recomendaciones

- Formalizar un contrato de Encargado del Tratamiento (DPA) con el proveedor antes de insertar el script en la web.
- Configurar el banner de cookies (CMP) para que el script de Revealer solo se ejecute tras el consentimiento explícito del usuario, al no ser estrictamente necesario para el funcionamiento técnico de la web.
- Realizar una Evaluación de Impacto en la Protección de Datos (EIPD) si el volumen de tráfico identificado es elevado, debido al perfilado de comportamiento que realiza la herramienta.
- Verificar que el interés legítimo invocado para el tratamiento B2B está debidamente documentado en el Registro de Actividades de Tratamiento (RAT) de la empresa.

Ley de Inteligencia Artificial (AI Act)

Según la normativa europea actual, Revealer no se clasifica como un sistema de IA de alto riesgo. Sin embargo, al utilizar algoritmos para la identificación y enriquecimiento de datos de empresas, entra en la categoría de transparencia básica. Al probarlo he verificado que la automatización de alertas no toma decisiones legales vinculantes, por lo que su impacto bajo esta ley es limitado, siempre que no se use para la elaboración de perfiles automatizados que excluyan a personas físicas de forma discriminatoria.

Privacidad y protección de datos

- **Responsabilidades:** La empresa española es el Responsable del Tratamiento y Revealer el Encargado del Tratamiento.
- **Ubicación de los datos:** La infraestructura principal se encuentra en Estados Unidos.
- **Transferencia internacional:** Tras verificar contratos, el uso de la herramienta implica la exportación de datos a EE.UU. Se debe verificar si el proveedor está acogido al "Data Privacy Framework" o, en su defecto, firmar las Cláusulas Contractuales Tipo (SCCs) de la Comisión Europea.
- **Derechos ARCO:** La empresa española debe garantizar que puede atender solicitudes de acceso o supresión de los datos captados por Revealer si un usuario es identificado individualmente (por ejemplo, en IPs estáticas de autónomos).

Propiedad intelectual

- **Propiedad de datos:** Los datos introducidos por el cliente y los registros de visitas pertenecen a la empresa usuaria.
- **Propiedad del resultado:** La inteligencia de datos generada (el informe de qué empresa visitó la web) es propiedad de la empresa española bajo licencia de uso del software. La tecnología de identificación y las bases de datos de IPs son propiedad intelectual exclusiva de Revealer.

Usos y prohibiciones

- **Usos admitidos:** Prospección comercial B2B, análisis de tráfico corporativo y personalización de ventas mediante interés legítimo.
- **Usos prohibidos:** Queda prohibido el uso de la herramienta para realizar spam masivo a personas físicas, el rastreo con fines de vigilancia individual o la reventa de los datos obtenidos a terceros sin base legal. También se prohíbe intentar realizar ingeniería inversa sobre el script de seguimiento.

Seguridad y certificaciones

- **Seguridad:** Según documentos consultados, el proveedor utiliza cifrado TLS para el tránsito de datos y almacenamiento en centros de datos con estándares industriales. No obstante, no consta públicamente una

certificación SOC2 o ISO 27001 de manera explícita en su documentación comercial estándar, lo que sugiere una seguridad basada en proveedores de infraestructura (como AWS o Google Cloud).

Otros

Es fundamental diferenciar entre la identificación de una empresa (Persona Jurídica) y el empleado que la visita (Persona Física). El RGPD protege a la persona física; por tanto, si la herramienta identifica a un individuo concreto en lugar de a la organización general, el nivel de riesgo legal aumenta significativamente para la empresa española.

Fuentes consultadas:

- [Condiciones de servicio y privacidad de Revealer](#)
- [Página oficial y términos legales](#)
- [Detalles de producto y cumplimiento](#)

Para más información y herramientas:

Explora look4.tools para descubrir las mejores soluciones tecnológicas del mercado.

[Inicio](#) [Todas las herramientas](#) [Categorías](#)

Este documento ofrece recomendaciones generadas mediante análisis humano y sistemas de IA automatizados. La información tiene carácter meramente informativo y no constituye asesoramiento legal, profesional ni garantía de resultados. Las marcas, logotipos y nombres comerciales pertenecen a sus respectivos propietarios y se utilizan únicamente con fines identificativos.