

Exporta**Digital**\_

APOYO AL ECOMMERCE  
EXPORTADOR

**11.**

**Las estadísticas más relevantes del  
eCommerce en 2018**



## Las estadísticas más relevantes del eCommerce en 2018

¿Buscas datos sólidos sobre comercio electrónico, optimización de la tasa de conversión (CRO), redes sociales y automatización? A continuación, te presentamos lo más relevante.

### Optimización de la tasa de conversión (CRO)

61% de las empresas realizan hasta 5 pruebas de páginas de inicio (landing page) al mes. (Econsultancy/MarketingSherpa, 2014)

El 42% de los profesionales de marketing afirman que la interpretación de los resultados es el mayor reto en la optimización de la conversión.

(Fireclick/MarketingSherpa/com, 2014)



El **63%** de los gerentes de marketing creen que el retorno de la inversión (ROI) será la "medida más importante de su éxito" para 2015. (IBM, 2011)

El **3,8%** es la tasa de conversión media para sitios web vistos en tabletas, frente al 1,9% para los dispositivos no móviles. (Affiliate Window, 2011)

El **57%** de los vendedores B2B dicen que la tasa de conversión es la métrica más útil para analizar el rendimiento de la página de destino. (Ascend2, 2013)

El **82%** de los profesionales de marketing afirman que saber cómo realizar pruebas de forma eficaz es un reto "algo" o "muy" difícil. (Adobe, 2014)

El **44%** de los compradores en línea le contarían a sus amigos sobre una mala experiencia web. (Akamai/Compuware, 2014)

El **uso de vídeos** en las páginas de inicio (landing page) puede aumentar las conversiones en un **86%**. (DSIM, 2017)

**Sólo el 52%** de las empresas y agencias que utilizan las páginas de inicio también las prueban para encontrar formas de mejorar las conversiones. (Wordstream, 2017)

**La tasa de conversión** media de un anuncio de Facebook es del **9,21%**.

(Wordstream, 2017)

**Las ventas** de comercio electrónico ya representan **el 10%** del total de las ventas al por menor en los EE.UU. (Smartinsights, 2017)

**Las ventas** de comercio electrónico **B2B superan en 2,4 veces las ventas B2C**, alcanzando los 7,7 billones de dólares en 2017. (CMS Connected, 2017)

**El gasto total** medio en comercio electrónico por cliente a lo largo del año se estima en 1.800 dólares en EE.UU. y 1.600 en el Reino Unido. (Statista, 2017)

**El 40% de los hombres** estadounidenses de entre 18 y 34 años dicen que lo ideal sería que compraran todo en línea, en comparación con **el 33% de las mujeres** del mismo grupo de edad. (DDB Mundial, 2017)

Las **tasas medias de conversión** de eCommerce varían de **3% a 4%**. (Monetate, 2017)

Las **tasas de conversión de los smartphones** (1,5% Promedio) son un tercio de las de los PC (4,4%). (Monetate, 2017)

Las **ventas de comercio electrónico** en Estados Unidos alcanzaron los **396.000 millones de dólares** en 2016 y se prevé que crezcan hasta alcanzar los 684.000 millones en 2020. (Statista, 2017)

**El 78%** de los usuarios de Internet están preocupados por los sitios en los que se registran para vender sus datos. (Altimer Group, 2017)

Una **política de devolución** inconveniente disuade **al 80%** de los compradores. (Comscore, 2017)

**30%** de los productos comprados en línea **son devueltos**. (Invesp, 2017)

**75% de las reseñas** en los sitios de comercio electrónico dan las 5 estrellas completas. (YOTPO, 2017)

Conseguir **un nuevo cliente** es siete veces más caro **que retener uno** ya existente. (Invesp, 2017)

El **42%** de los profesionales de marketing dijo que la interpretación de los resultados es el mayor desafío en la optimización de la conversión (CRO). (Fireclick/MarketingSherpa/com, 2014)

El **55%** de las empresas tienen un sitio web optimizado para móviles, una aplicación móvil o ambos. (Adobe, 2014)

El **62%** de los profesionales del marketing B2B afirman que el aumento de la generación de clientes potenciales es el objetivo más importante para las páginas de inicio (landing pages). (Ascendente2, 2013)

## **Búsqueda por voz**

**¿Crees que la búsqueda por voz es algo del futuro?**

**¡Para nada! Solo observa estos indicadores:**

**19%** de los usuarios han realizado una compra de voz a través de **Amazon Echo** u otro asistente de hogar digital. (Digitaldoughnut, 2017)

El **50%** de todas las búsquedas en línea **serán búsquedas de voz para 2020**. (Comscore, 2017)



Aproximadamente el **30% de las búsquedas** se realizarán sin pantalla en 2020. (Mediapos, 2018)

Se estima que habrá **21.4 millones de altavoces** inteligentes en los EE.UU. para el año 2020. (Activate, 2018)

El **40%** de los adultos utiliza la búsqueda por voz una vez al día. (Location World, 2018)

El **25%** de las personas de 16 a 24 años utilizan la búsqueda por voz en dispositivos móviles. (Web Global Index, 2018)

Hay más de **mil millones** de búsquedas de voz al mes. (Alpine.AI, 2018)

**19%** de las personas usan Siri a diario. (Hubspot, 2015)

Se estima que **Amazon** ha vendido **5,1 millones** de los altavoces inteligentes en los EE.UU. desde su lanzamiento en 2014. (Geekwire, 2018)

Alrededor de **un tercio** de los propietarios de smartphones utilizan regularmente a sus asistentes personales. (The Economist, 2018)

El **11%** de los encuestados que ya tienen un **Amazon Alexa** o un **Google Home Device** dijeron que también comprarían un dispositivo de la competencia (Voicelabs, 2018).

Entre el **20 y el 25%** de todas las consultas móviles son de voz (Search Engine Land).

El **21%** de los usuarios de servicios móviles de búsqueda de voz dijeron que utilizan la búsqueda de voz porque no les gusta escribir en sus dispositivos móviles (Statista, 2015).

El **78%** de los adolescentes dicen que utilizan la búsqueda por voz porque es más segura y eficiente.

El **52%** de las personas mantienen sus altavoces activados por voz en sus salas de estar (Google, 2018).

El **72%** de las personas que tienen altavoces activados por voz dicen que sus dispositivos se utilizan como parte de su rutina diaria. (Google, 2018)

**Google Assistant** ya está disponible en más de **400 millones** de dispositivos. (Google, 2018)

**Google** afirma que su precisión en el reconocimiento de voz es ahora del **92%**. (Itpro, 2017)

El mercado de realidad aumentada (AR) alcanzará los **83.000 millones** de dólares en 2021, impulsado principalmente por la AR en dispositivos móviles. (Techcrunch, 2018)

Los usuarios de asistentes de voz destinarán el **18%** de sus gastos totales a través de asistentes de voz en los próximos tres años, frente al 3% actual. (WSJ, 2018)

El **61%** de los usuarios declara que utiliza la voz principalmente cuando sus manos o su visión están ocupadas. (SearchEngineland, 2016)

El **número** de millenials que utilizan asistentes digitales con voz ascenderá al **39,3%** en 2019. (Emarketer, 2018)

La **búsqueda por voz** representa el **25%** de las búsquedas realizadas en la barra de tareas de Windows 10. (Microsoft, 2018)

**Amazon** y **Google** aportan el **94%** de todos los altavoces inteligentes en USO. (Strategy Analytics, 2018)

El **Echo Dot** fue el producto más vendido en **Amazon** en la temporada de vacaciones de 2018. (Techcrunch, 2018)

Las **compras de comestibles** representaron el **20%** de las compras de voz en 2017 (OC & C Strategy consultants, 2018).

Al **39%** de los usuarios de voz les gustaría recibir opciones para encontrar información empresarial (Google, 2018).

Al **52%** de los propietarios de altavoces activados por voz les gustaría recibir información sobre ofertas, ventas y promociones de las marcas. (Google, 2018)

El **23,8%** de los usuarios de voz utilizaban **Google Home** como altavoz habilitado para VOZ (Emarketer, 2018).

## Optimización para motores de búsqueda

¿Aún tiene dudas de si el SEO puede ser útil?

A continuación, presentamos algunos datos que te ayudarán a decidir:

**32,5%** es el promedio de **tráfico** que se obtiene con el primer resultado de búsqueda orgánica de **Google**. (Chitika, 2017)

El número medio de **resultados orgánicos** de búsqueda de escritorio que **Google** muestra en la página 1 es del **8,59%** (Searchmetrics, 2017).

**Gmail** cuenta con más de **900 millones** de usuarios activos (2015) (Techcrunch, 2016).

El **25%** de todos los sitios web a nivel mundial utilizan **WordPress** como plataforma de desarrollo. (W3Techs, 2015)



El **86%** de los consumidores dijeron que les gustaría recibir, al menos una vez al mes, **correos electrónicos promocionales** de compañías con las que hacen negocios (Statista, 2016).

**Google** registra más de **100.000 millones** de búsquedas al mes en todo el mundo (Mashable, 2016).

De las pequeñas empresas con un sitio web, el **10%** actualizan su sitio al menos una vez a la semana (EMarketer, 2016).

**4 de cada 5** consumidores utilizan los motores de búsqueda para encontrar información local. (Google, 2018)

El **71%** de los investigadores B2B inician su investigación con una búsqueda genérica (Google, 2016).

**34%** de los consumidores visitan una tienda un día después de su búsqueda local en un PC o tableta (Google, 2016).

El **18%** de las búsquedas locales en smartphones condujeron a una compra dentro de un día, en comparación con el 7% de las búsquedas no locales. (Google, 2016)

Los influenciadores (influencers) B2B realizan **12 búsquedas** antes de visitar el sitio de una marca específica (Google, 2016).

Más de **7 de cada 10** encuestados sienten que su efectividad SEO está mejorando significativamente. (Gráficos de marketing, 2016)

El **8%** de las consultas de búsqueda están redactadas como preguntas (Moz, 2018).

**43%** de los consumidores hacen investigación en línea mientras están en la tienda. (Wordstream, 2016)

El **65%** de las personas usan su teléfono en los momentos en que quieren comprar. (Google, 2018)

El **número de usuarios** de correo electrónico en todo el mundo en 2016 era de **2.760 millones**. (Statista, 2016)

El **49%** de los investigadores B2B que utilizan sus dispositivos móviles para la investigación de productos lo hacen en el trabajo. (Google, 2016)

El **45%** de los profesionales del marketing dicen que la publicación de blogs es la estrategia de contenido más importante. (Social Media Examiner, 2016)

El 43% de los encuestados afirmaron que el marketing de contenidos era una de las tácticas más efectivas para la generación de clientes potenciales (Emarketer, 2016).

21% de las búsquedas conducen a más de un clic en los resultados de **Google**. (Moz, 2018)

El **50%** de las consultas de búsqueda son de cuatro palabras o más. (Wordstream, 2016)

**Google** recibe más de **63.000 búsquedas** por segundo en un día determinado. (InternetLiveStats, 2018)

El **77%** de las búsquedas móviles se realizan en lugares donde se dispone de un PC. (Google, 2016)

**Google** representa más del **79%** de todo el tráfico global de búsqueda mediante PC (NetMarketShare, 2018).

El **48%** de los encuestados identificaron la investigación de palabras clave/frases como la táctica más efectiva. (Marketingprofs, 2016)



El **28%** de los compradores en línea abandonan los carritos debido a costos de envío inesperados (VWO, 2017).

En 2015, **Alibaba** representaba el **9,3%** del eCommerce B2B mundial. (Statista, 2017)

Los hombres gastan **un 28%** más en línea que las mujeres (BigCommerce, 2017).

El **24%** de los compradores están dispuestos a gastar más para calificar para el envío gratuito (VWO, 2017).

El **68%** de los consumidores consideran que las **devoluciones y los cambios gratuitos** son el incentivo número uno para comprar más en línea. (Walker Sands, 2017)

El **93%** de los consumidores considera que la **apariencia visual** es el factor decisivo en una decisión de compra (Justuno, 2017).

Es **siete veces** más caro adquirir un nuevo cliente que retener uno ya existente (Invesp, 2017).

El **46%** de los compradores en línea quieren más comparaciones de productos de sitios de comercio electrónico (BigCommerce, 2017).

El **73%** de los consumidores son más propensos a comprar un producto o servicio si pueden **ver un vídeo** que lo muestre o explique de antemano (Animoto, 2017).

El **68%** de los compradores en línea de EE.UU. enganchan si el sitio que visitan ofrece **chat en vivo** (Ladesk, 2017).

Las transacciones de **PayPal** tienen un **70% más de conversión** de pago que las transacciones que no se realizan con esa opción de pago. (PayPal, 2017)

**42%** de los compradores en línea quieren más testimonios de sitios de comercio electrónico (BigCommerce, 2017)

La tasa promedio de **abandono de carritos** de compras en línea es de **69.3%** (Baymard Institute, 2017).

Las ventas globales de comercio electrónico al por menor alcanzarán los **4,5 billones de dólares** en 2021. (Statista, 2017)

En 2017, **un 57%** de los compradores en línea hicieron compras en línea de un **minorista extranjero**. (Statista, 2017)

**54%** de los compradores comprarán productos si se ofrecen con **descuento** (VWO, 2017).

## Comercialización

**Manténgase al día en el siempre cambiante campo del marketing:**

**El 50%** de los resultados de Google de la página 1 son ahora en formato HTTPS. (Moz, 2017)

**61%** de los ejecutivos de marketing dicen que el crecimiento de SEO / presencia orgánica es una alta prioridad de **inbound marketing**. (Hubspot, 2017)



La **mitad de las pymes** sólo tienen un conocimiento básico de **SEO**. (Mayor visibilidad, 2017)

**65%** de los vendedores coinciden en que la construcción de enlaces (**link building**) es la táctica más difícil de realizar (SEO Stats Report, 2017)

El **39%** de los vendedores no creen que la estrategia de marketing de su organización sea efectiva (Hubspot, 2017).

El **48%** de los profesionales de marketing planean aumentar sus presupuestos de marketing de **influencers**. (Linqa, 2017)

El **vídeo** representará el **80%** del tráfico en línea de los consumidores en 2020. (Animoto, 2017)

El **marketing de influencers** se integrará con todas las actividades de marketing para la mayoría de los profesionales del marketing. (Traakr, 2017)

El **62%** de los vendedores planea aumentar su inversión en **Facebook Video** en el próximo año. (Animoto, 2017)

El **71%** de las marcas de lujo miden el éxito de sus influenciadores a través del tráfico web (Econsultancy, 2017).

El **21%** de los encuestados caracteriza la relación entre ventas y marketing como desalineada o "no sabe". (Hubspot, 2017)

El **40%** de los profesionales del marketing afirman que demostrar el retorno de la inversión (**ROI**) de sus actividades de marketing es su principal desafío de marketing. (Hubspot, 2017)

El **75%** de los consumidores tienen más probabilidades de comprar a minoristas que personalizan su contenido. (Accenture, 2017)

El **correo electrónico** es **40 veces** más efectivo para adquirir nuevos clientes que Facebook o Twitter. (McKinsey, 2017)

El **86%** de las mujeres recurre a las **redes sociales** antes de realizar una compra. (Diario Alist, 2016)

El **54%** de los consumidores compartiría su dirección de correo electrónico a cambio de precios más bajos (DMA, 2017).

El **53%** de los profesionales del marketing afirman que la creación de contenido de blogs es su principal prioridad de **inbound marketing**. (Hubspot, 2017)

**6 de cada 10** usuarios de correo electrónico dicen que reciben demasiados correos electrónicos promocionales (Adestra, 2018).

El **marketing por correo electrónico** tiene un retorno de la inversión (ROI) de **38 a 1**. (DMA, 2018)

El **80%** de los pequeños y medianos minoristas en los EE.UU. indican que el **email marketing** es su **mayor impulsor** tanto de la adquisición como de la retención de clientes (EMarketer, 2017).

El **75%** de los usuarios de Gmail acceden a sus correos electrónicos a través de dispositivos móviles (Techcrunch, 2018).

**91%** de los estadounidenses quieren recibir correos electrónicos promocionales (Marketing Sherpa, 2018)

**25%** de los anuncios de **Instagram** son videos individuales. (Sprout Social, 2017)

## ChatBots

¡Los Chatbots están experimentando una verdadera explosión!

Vea cómo:

El **95%** de los clientes valoran más el apoyo completo y de alta calidad que la velocidad (Growth Hackers, 2017).

El **63%** de los millenials prefieren que sus preguntas básicas de soporte al cliente sean **contestadas por chat** en comparación con los canales tradicionales. (Asesoramiento de software, 2015)



9% de las empresas piensan que los consumidores prefieren los medios sociales (Growth Hackers, 2017)

El **50%** de los compradores de más de 55 años nunca han utilizado el chat en vivo. MarTech (2017)

El **20%** de los consumidores han hablado con amigos o colegas sobre una mala experiencia de chat en vivo. (Crecimiento Hackers, 2017)

El **41%** de los compradores online confían en la marca cuando ven un chat en vivo. (MarTech, 2017)

El **69%** de los compradores de EE.UU. **demandan soporte de chat en vivo** (MarTech, 2017).

Las **tasas de adopción del chat** han aumentado del **38%** en 2009 al 58% en 2014, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 8,8% durante ese tiempo (Forrester, 2015).

El **21%** de los clientes afirma que el chat les ayuda a comprar mientras trabajan. El **51%** de los clientes lo prefieren para permitir una fácil multitarea mientras esperan durante su proceso de investigación de compras (MarTech, 2017)

En promedio, la tasa de crecimiento anual del **uso del chat** ha sido del **24%** entre 2014 y 2018. (Contact Babel, 2015)

El **tiempo de espera** promedio de **Amazon live chat** es de **15 minutos**. (MarTech, 2017)

**Los compradores** de sitios web que utilizan el chat valen **4,5** veces más que los que no lo hacen. (Boldchat, 2015)

Para los **clientes que chatean** antes de hacer una compra, hay un aumento del **10%** en el valor promedio del pedido, un aumento del **48%** en los ingresos por hora de chateo y una tasa de conversión del **40%**. (Forrester, 2015)

**52%** de los consumidores son más propensos a **recomprar** de una empresa que ofrece soporte de chat en vivo. (Growth Hackers, 2017)

De aquellos que prefieren el **chat en vivo**, el **79%** dijo que lo hacían porque sus preguntas eran respondidas rápidamente; el **51%** lo hacía porque podían realizar varias tareas a la vez, y el **46%** estaba de acuerdo en que era el método de comunicación más eficiente. (EConsultancy, 2015)

El **chat en vivo** tiene los niveles más altos de satisfacción para cualquier canal de servicio al cliente, con un **73%**, comparado con el **61%** para el correo electrónico y el **44%** para el teléfono. (EConsultancy, 2015)

El **62%** de los clientes esperan que el chat en vivo esté disponible en dispositivos móviles. (Maxie Software, 2015)

El **chat** se ha convertido en la **principal fuente de contacto** dentro del entorno en línea. (J.D. Power, 2015)

El **53%** de los clientes preferiría utilizar el chat en línea antes de llamar a una empresa para solicitar asistencia. (Harris Research, 2017)

El **63%** de las personas que gastan entre **250 y 500 dólares** al mes en línea son las más propensas a comprar y ser leales a las empresas que ofrecen chat en vivo. (Growth Hackers, 2017)

## Promoción de contenidos

Aquí te ofrecemos algunos datos duros para ayudarle a tomar decisiones de marketing de contenido respaldadas por datos:

Los **posts de blog** de mayor extensión generan nueve veces más contactos que los breves y de poca profundidad. (Curata, 2017)

Sólo el **55%** de los bloggers actualizan los posts antiguos y los que lo hacen tienen un **74%** más de probabilidades de obtener buenos resultados. (Orbit Media, 2017)



Las tres principales tácticas de **marketing de contenido** son los blogs (65%), los medios sociales (64%) y los estudios de caso (64%). (LinkedIn, 2017)

El **76%** de los blogs de marketing B2B y el **73%** publican casos prácticos. (Content Marketing Institute, 2017)

El **45%** de los profesionales del marketing afirman que el blogging es su estrategia de contenido más importante. (Social Media Examiner, 2017)

La media de entradas en el blog es de **1.142 palabras** (un 41% más que en 2014). (Orbit Media, 2017)

El lector promedio sólo pasa **37 segundos** leyendo un artículo o una entrada de blog. (NewsCred Insights, 2017)

## Generación de clientes potenciales

La generación de clientes potenciales no tiene que ser siempre utilizando el inbound marketing. A continuación, algunas métricas que muestran otras alternativas:

Las **páginas de destino** estratégicas son utilizadas por el **68%** de los negocios B2B para adquirir clientes potenciales (Marketo, 2016).

El **49%** de los compradores B2B prefieren utilizar sitios web de consumidores para compras relacionadas con el trabajo y esperan que se les ofrezca la misma gama de opciones de compra omnicanal que tienen como consumidores. (Futuro de Comercio, 2016)



Gracias al éxito del marketing de contenidos, el **49%** de los profesionales del marketing B2B realizan un seguimiento de los leads de ventas de calidad para su posterior evaluación. (Content Marketing Institute, 2016)

El **70%** de los profesionales de marketing B2B afirman que **los vídeos son más eficaces** que otros contenidos a la hora de convertir a los usuarios en clientes potenciales cualificados. (Vidyard, 2016)

El **93%** de las empresas B2B afirman que el marketing de contenidos **genera más contactos** que las estrategias de marketing tradicionales. (Forbes via Marketo, 2016)

El **49%** de los profesionales del marketing B2B consideran que las **redes sociales** son la actividad de marketing más difícil de implementar. (Emarketer, 2016)

Las **tasas de conversión** de prospectos de los medios sociales son un **13%** más altas que la tasa de conversión de prospectos promedio. (Hubspot, 2016)

La **generación de clientes** potenciales de **LinkedIn** fue un éxito para el **65%** de las empresas B2B. (LinkedIn, 2016)

**Twitter** es la mejor plataforma social para las **menciones de marca** B2B, con el **73%** de las menciones de marca B2B que ocurren en el sitio. (Brandwatch, 2016)

El **37%** de los profesionales de marketing afirman que las **limitaciones presupuestarias** les impiden llevar a cabo una estrategia de automatización del marketing eficaz. (Pepper Global, 2016)

El **68%** de las empresas B2B siguen luchando con la generación de clientes potenciales. (Perspectivas de las OSC, 2016)

Las **estrategias de generación de clientes** potenciales sólo tuvieron éxito en el **13%** de los negocios para alcanzar sus objetivos principales. (Ascendente2, 2016)

Los **prospectos salientes cuestan un 39% más** que los prospectos entrantes. Hubspot (2016)

Sólo el **56%** de las empresas B2B realizan la verificación de los clientes potenciales antes de pasarlos al equipo de ventas. (MarketingSherpa, 2016)

Más del **79%** de los prospectos de marketing no se convierten en ventas debido a la falta de cuidado de los prospectos. (MarketingSherpa, 2016)

La **conversión de clientes** potenciales es la principal prioridad de marketing para el **70%** de las organizaciones en 2017. (Hubspot, 2017)

Sólo el **56%** de las organizaciones B2B verifican los clientes potenciales antes de pasar a ventas. (MarketingSherpa, 2016)

## **Automatización de marketing**

**Es el próximo gran desafío en marketing. Observa cómo está explotando:**

El **91%** de los usuarios más exitosos están de acuerdo en que la **automatización del marketing** es "muy importante" para el éxito general de su marketing a través de los canales. (Ascendente2, 2015)

La industria de **software de automatización** de marketing de EE.UU. es un mercado de **3.300 millones de dólares** en 2017, con un crecimiento anual superior al 30%. (SharpSpring, 2018)



El **27%** de las empresas dicen que están en el nivel de madurez de automatización de marketing "nuevo". (LeadMD, 2016)

Sólo el **21%** de los encuestados informaron de un nivel de madurez individual superior a la media o superior con la automatización del marketing. (LeadMD, 2016)

El **63%** de las empresas que tienen éxito en la automatización del marketing planean aumentar su presupuesto de automatización del marketing. (Ascendente2 2015)

La **automatización del marketing** es utilizada por el **42%** de las empresas. (Ascendente2, 2015)

El **43%** de las empresas que utilizan una plataforma de automatización de marketing (MAP) lo hacen desde hace más de cuatro años. (Grupo Aberdeen, 2014)

El **26%** de los profesionales del marketing hacen un uso extensivo del software de marketing para gestionar la generación de clientes potenciales, **El 36%** hace un uso limitado del software de marketing para ello. (Ascendente2, 2014)

El **19%** indicó que había cambiado recientemente de proveedores de automatización de marketing (MAP) o que lo estaba haciendo en la actualidad. (Grupo Aberdeen, 2014)

El **66%** de las empresas B2B con un rendimiento medio indican que sus tecnologías actuales son suficientes para escalar el marketing de extremo a extremo durante los próximos 1 a 3 años. (Investigación Gleanster, 2015)

El **53%** de todos los encuestados están actualmente **usando** o aplicando automatización de marketing, mientras que otro **17%** está evaluando o considerando la automatización de marketing (Pepper Global, 2014).

El **58%** de las empresas de alto rendimiento, donde el marketing aporta más de la mitad de los canales de ventas, han adoptado la automatización del marketing. (Investigación Forrester, 2013)

El **63%** de los profesionales del marketing B2B destinan entre el **10 y el 29%** de su presupuesto de marketing a la automatización del marketing. (Pepper Global, 2014)

El **23%** de los vendedores no están usando software de marketing de generación de clientes potenciales en este momento, pero están planeando hacerlo en el futuro. (Ascendente2, 2014)

El **91%** de los compradores en 2013 estaban evaluando la automatización del marketing por primera vez. (Consejo de Software, 2014)

El **45%** de las agencias confían en las plataformas de automatización de marketing para mostrar el retorno de la inversión y el 42% utilizan la automatización de marketing para medir el rendimiento. (SharpSpring, 2017)

El **42%** de las agencias señalan la **captación de clientes** como uno de los principales objetivos de su estrategia de automatización del marketing. (SharpSpring, 2017)

Los profesionales del marketing B2B dicen que el **beneficio número uno** de la automatización del marketing es la **capacidad de generar** más y mejores **prospectos**. (Pepper Global, 2014)

Los **objetivos estratégicos** más importantes de una **estrategia de automatización** de marketing son el **aumento de la generación** de clientes potenciales (61%), la consolidación de clientes potenciales (57%) y los ingresos por ventas (47%). (Ascendente2, 2016)

Casi el **90%** de las agencias dicen que su estrategia de automatización de marketing es exitosa, mientras que sólo el 2% se consideran a sí mismas como "las peores de su clase". (SharpSpring, 2017)

Sólo el **8%** de las empresas ven un **aumento de los ingresos** en los seis meses siguientes a la adopción de la automatización del marketing. (Círculo de Investigación, 2015)

El **33%** de los encuestados de las empresas siguen considerando que sus **programas de marketing por correo electrónico** automatizado no tienen éxito, mientras que sólo el 8% considera que sus esfuerzos han sido muy exitosos. (EConsultoría, 2017)

El **80%** de los usuarios de automatización de marketing vieron aumentar el número de clientes potenciales y el 77% el número de conversiones. (vb Insight, 2015)

El **17%** dice que la automatización del marketing ha sido muy beneficiosa para su empresa. (Círculo de Investigación, 2015)

## Marketing en redes sociales

Los medios de comunicación social continúan siendo relevantes y eficaces. Y estas tres redes siguen gobernando:



### Facebook

**Menos del 50%** de los usuarios de Facebook de EE.UU. de entre 12 y 17 años se conectarán al menos una vez al mes en 2018. (Sproutsocial, 2018)

**Cuatro millones** de empresas pagan por la publicidad de los medios sociales en Facebook. (Forbes, 2018)

**El 68%** de los adultos estadounidenses de entre 18 y 29 años de edad están en Facebook. (Sproutsocial, 2018)

Sólo **el 20%** de los mensajes de Facebook **generan una respuesta emocional**, mientras que ningún anuncio lo hizo. (AdEspresso, 2018)

Se espera que los **ingresos por publicidad** en Facebook en EE.UU. **superen** el gasto total en publicidad impresa para 2019. (Sproutsocial, 2018)

En 2015, Facebook influyó en **el 52%** de las compras en línea y fuera de línea de los consumidores, frente al 36% en 2014. (The Drum, 2018)

La **mejor hora para publicar** en Facebook es a las **3:00 p.m. del miércoles**, otras horas óptimas son de 12:00 a 1:00 p.m. los sábados y domingos y de 1:00 a 4:00 p.m. los jueves y viernes. (HubSpot, 2018)

Se estima que Facebook generará **21.570 millones de dólares** en ingresos publicitarios en EE.UU. en 2018, lo que representaría el **83%** del total del gasto publicitario en medios sociales en todo el país. (Sproutsocial, 2018)

## Twitter

Los **clics de los enlaces** representan el **92%** de toda la interacción del usuario con los Tweets. (HubSpot, 2018)

El **72%** de los seguidores de la marca probablemente **comprarán en el futuro**. (Página webFX, 2018)

El **78%** de las personas que se quejan de una marca a través de Twitter esperan una respuesta en una hora. (Litio, 2018)

Hay un total de **1.300 millones de cuentas de Twitter**, pero sólo **328 millones están activas**. (BusinessInsider, 2018)

El último estudio de Locowise encontró **que la adición de hashtags no tuvo efecto** en las tasas de compromiso, de hecho, los Tweets sin hashtags superaron a los Tweets con hashtags. (Adweek, 2018)

Los **tweets promocionados aumentan las ventas fuera de línea en un 29%**. (Página webFX, 2018)

El **47%** de los profesionales del marketing coinciden en que **Twitter es el mejor canal** de comunicación social **para la captación de clientes**. (Sproutsocial, 2018)

Según EMarketer, casi el **66%** de las empresas que tienen 100 o más empleados tienen una cuenta de Twitter y esperan que aumente en 2018. (Zephoria, 2018)

El **77%** de los usuarios de Twitter se sienten mejor con una marca cuando ésta responde a su Tweet. (Página webFX, 2018)

Las empresas que utilizan Twitter para el servicio al cliente ven un aumento del **19%** en la satisfacción del cliente. (Página webFX, 2018)

## Instagram

Las principales marcas de Instagram están viendo una **tasa de compromiso por seguidor del 4,21%**, que es 58 veces mayor que en Facebook y 120 veces mayor que en Twitter. (Hootsuite, 2018)

El **70%** de los hashtags más utilizados son de marca. (Brandwatch, 2017)

El **50%** de los Instagrammers siguen marcas, lo que los convierte en las redes sociales más propensas a hacerlo. (Brandwatch, 2017)

Las comparaciones de género muestran que **las mujeres** en línea tienen un **38% más** de probabilidades de usar Instagram que los **hombres (26%)**. (Sproutsocial, 2018)

El **90%** de los usuarios de Instagram son **menores de 35 años**. (Diario de Ciencia, 2018)

Los **mensajes etiquetados** con otro usuario (**56%**) o ubicación (**79%**) tienen tasas de compromiso significativamente más altas. (Simplemente medido, 2018)

Aproximadamente el **25% de los anuncios** de Instagram son **videos** individuales. (Sproutsocial, 2018)

El **96%** de las **marcas de moda** de EE.UU. son activas en Instagram. (Brandwatch, 2017)

Fuente: Adi Suja, Essential Ecommerce Statistics for 2018

<https://ecommerce-platforms.com/articles/ecommerce-statistics>

Enero 2019