[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 03/08/2022

# [HubSpot presenta un video como una poderosa herramienta de Marketing; 25% de los usuarios lo prefiere](http://www.notasdeprensa.es)

## De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), 51% de la población en México ve contenidos por internet y dedica aproximadamente tres horas diarias a esa actividad. HubSpot, plataforma de CRM para empresas en expansión, realizó recientemente una encuesta a 600 usuarios de internet, en la que destaca que 62% de ellos ven videos a través de su teléfono móvil.

Tras la pandemia por COVID-19, los hábitos de consumo cambiaron radicalmente, en particular si se habla de compras en línea o contenido digital. Desde luego, esto ha impactado en los planes de video marketing. HubSpot, la plataforma líder de CRM para empresas en expansión, recientemente realizó una encuesta a 600 usuarios sobre sus preferencias en relación con el consumo de contenidos en línea. En ella, se revela que 25.10% de los participantes prefieren los videos, mientras que 13% se siente más atraído por los posts de redes sociales que encuentran al navegar. La gente está viendo más videos en línea que nunca, de hecho, la cantidad de videos en línea que ven casi se ha duplicado desde 2018. "El video es útil no solo para el entretenimiento, lo que en los últimos años ha sido bastante notorio. Este formato en una landing page puede incrementar las tasas de conversión hasta en un 80%. Además, 90% de los clientes afirman que los videos influyen positivamente en su decisión de compra final; razón por la cual es necesario que los responsables de marketing en la región no pierdan de vista el impacto y beneficio de estos formatos audiovisuales, dentro de sus estrategias" afirma Shelley Pursell, Directora de Marketing de HubSpot para Latinoamérica e Iberia. Un dato revelador, es que, a pesar de que algunos usuarios podrían percibir que Facebook es una red social ya poco utilizada, en realidad, aún un gran número de consumidores acude a ella, pues 41.05% continúa usándola activamente, apenas por debajo del 42.11% de TikTok. "El video es una herramienta sumamente poderosa para conectar con las audiencias más allá del entretenimiento. Lo que nos han enseñado las redes sociales es que la transformación digital es ineludible en las estrategias de engagement. Ahora son la principal fuente de consulta de videos con contenido de negocios y entretenimiento para el 44.84% de los usuarios en México, y no solo eso, el teléfono móvil es la herramienta que le ha dado ese poder, pues 70.62% de los encuestados lo consume a través de este dispositivo", indica Pursell. No se puede dejar de lado que el formato en que se presenta el video influye mucho en las decisiones de los consumidores. 70% de las personas prefieren un formato corto, mientras que 21.64% prefieren un formato largo, y apenas un 8.25% asegura tener predilección por los contenidos en vivo. Destaca también que 43.64% de los encuestados reproduce los videos por el título, frente al 29.09% que lo hace por la descripción que encuentran de ellos. www.hubspot.es

**Datos de contacto:**

Fabiola Martínez

55 47 88 84 83

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/hubspot-presenta-un-video-como-una-poderosa](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce Ciudad de México

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)