

El impacto de la IA en el email marketing: Tendencias y datos

La inteligencia artificial (IA) se está convirtiendo en una pieza clave para optimizar campañas de email marketing. Lejos de promesas futuristas, los datos indican cambios concretos en cómo se crean, personalizan y miden los correos.

En este artículo reviso estudios sólidos de empresas como HubSpot, Litmus y McKinsey y explico qué significa esto para profesionales y empresas en contextos emergentes.

Insights clave de los estudios

IA en campañas de email

- Según el *State of AI Trends for Marketers* de HubSpot, **50,77 % de los marketers** ya utilizan IA para email marketing—más que en ninguna otra área de contenido.
- Ese mismo reporte indica que el uso más común de IA es para “creación de contenido” (52 %), seguido por investigación (34 %) y generación de ideas (26,96 %).

Automatización predictiva

- Litmus en su *State of Email 2025* destaca un aumento del **340 % en el uso de IA generativa para crear imágenes** dentro de emails entre 2024 y 2025.
- Además, el 29 % de los marketers considera que **la IA en generación de contenido y análisis** será el avance más significativo en email este año, y se espera que para 2026, el **70 % de las operaciones de email marketing**

estén impulsadas por IA.

- Otra fuente indica que el **41,29 % de los marketers** afirman que el uso de IA en email marketing **aumenta los ingresos de mercado.**

Preparación operativa y liderazgo

- Según McKinsey, muchas empresas están rediseñando flujos de trabajo para capitalizar IA, aunque sólo un pequeño porcentaje ha logrado escalar su uso de manera efectiva. El liderazgo aparece como la principal barrera para una adopción exitosa.

Interpretación práctica

1. Automatización creativa es prioridad

El hecho de que más de un 50 % de profesionales ya utilice IA para generar textos de emails revela un cambio tangible. Hoy, quien no adopta IA para copys, pruebas A/B o segmentación predictiva, queda fuera de escala.

2. Imágenes generadas por IA son disruptivas

El incremento de 340 % es un cambio radical: la personalización ya no está limitada al texto ni a segmentación. Significa que la experiencia visual de los emails será un diferenciador masivo.

3. ROI tangible hoy, escasez en escala real

Aunque el 41 % indica un impacto positivo en ingresos, McKinsey alerta que sólo un 1 % de empresas ha logrado escalar

realmente. Esto recalca que **no basta integrar IA: la estructura y liderazgo deben adaptarse.**

Acciones concretas para aplicar

1. Utiliza IA para generar líneas de asunto y contenido dinámico (copy + visual).
2. Integra dinámicamente imágenes personalizadas (ej.: productos relacionados con historial de usuario).
3. Prueba campañas automatizadas con flujos condicionados a acciones de usuarios (ej.: abandono, conversión).
4. Implementa dashboards semanales para medir impacto en CTR, apertura, conversión.
5. Evalúa el readiness de tu equipo: ¿tienen roles y conocimientos para escalar IA o necesitan capacitación?

Preguntas frecuentes

Pregunta	Respuesta
¿IA sustituirá al email marketer?	No. Datos de HubSpot muestran uso creciente, pero éxito depende de estrategia y estructura, no de automatización por sí sola.
¿La IA está disponible para pymes?	Sí: plataformas como Mailchimp y HubSpot ofrecen IA integrada para copy, segmentación y pruebas.
¿Se puede aplicar en mercados como El Salvador?	Totalmente. Primero con herramientas accesibles, luego escalando según capacidad operativa.
¿La IA ya impacta ROI real?	Sí: el 41 % de marketers reporta aumento en ingresos gracias a IA aplicada a emails.

Puntos clave

- Más del 50 % de marketers usa IA en email; el contenido es el escenario más común.
- Uso de IA generativa para imágenes en emails creció 340 %.
- El 41 % reporta mayor ingreso por IA; solo 1 % ha escalado efectivamente.
- La IA es útil, pero el liderazgo y la estructura son esenciales para escalar.

Conclusión

La IA ya no es una promesa: es una herramienta estratégica que transforma cómo diseñamos, entregamos y evaluamos campañas por email. El salto ya no está en si usar IA, sino en cómo hacerlo con liderazgo, datos y visión de negocio. ¿Listo para dar ese salto?

Fuentes

HubSpot. (2025, febrero). *How Marketers Are Using AI in 2025: Email Marketing and Beyond.*
<https://blog.hubspot.com/marketing/ai-email-marketing>

Litmus. (2024). *The 2024 State of Email: Benchmark Report.*
<https://www.litmus.com/resources/state-of-email/>

Mailchimp. (2025). *Email Marketing Benchmarks and AI Personalization Trends.*
<https://mailchimp.com/resources/email-marketing-benchmarks/>

Campaign Monitor. (2024). *How AI Is Transforming Email Marketing: From Segmentation to Automation.*
<https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/ai-email-marketing/>

Salesforce. (2025). *State of Marketing Report*.
<https://www.salesforce.com/resources/research-reports/state-of-marketing/>

McKinsey & Company. (2024, diciembre). *How Generative AI Is Reshaping Marketing Efficiency*.
<https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-is-reshaping-marketing-efficiency>