

DESORBITANTE

El estado de la prospección **B2B 2026**

Del cold outreach a la conversación real:
los datos y las estrategias que mueven la prospección moderna.

desorbitante.com



Construido con datos reales

Una radiografía de la prospección B2B en 2026, a partir de encuestas, rendimiento en vivo y la experiencia de quienes prospeccionan cada día.

250

responsables
B2B encuestados

2,1M

mensajes y toques
analizados

19

sectores
representados

8

años de datos
de campañas

Qué vas a encontrar

01

**Los retos de la
prospección**

Seis fuerzas que han
cambiado al comprador.

02

**El manual de
siempre se queda
corto**

Por qué la prospección
tradicional ya no
conecta.

03

**Los tres pilares del
outreach**

Cobertura, relevancia y
constancia.

04

**Benchmarks de
prospección**

Tasas reales por tamaño,
sector y mensaje.

05

**Tu motor de
prospección**

Convertir los datos en un
sistema conectado.

INTRODUCCIÓN

La prospección no está rota: se ha quedado atrás

La IA ha hecho más fácil que nunca enviar mensajes, y más difícil que nunca destacar.

El comprador investiga más antes de escribir una sola línea y decide antes de cualquier reunión. El reto ya no es llegar a la gente: es ser relevante en el momento justo.

Los equipos que mejor lo hacen saben a quién llegar, se mantienen visibles de forma constante y hacen que cada contacto resulte relevante y creíble. Sin esas bases, las tácticas dan igual.



RESUMEN

Cinco hallazgos clave

1

El comprador decide cuándo empieza

La decisión se forma antes de que respondan tu mensaje.

2

La marca familiar rinde más

Si te reconocen, suben respuestas, reuniones y velocidad.

3

Calidad por encima de cantidad

Listas más afinadas batan a envíos más grandes.

4

Integrar gana a acumular

Casi todos tienen herramientas; pocos las integran.

5

La gente compra a personas

La IA abre conversaciones; las personas las cierran.



Cómo está el terreno

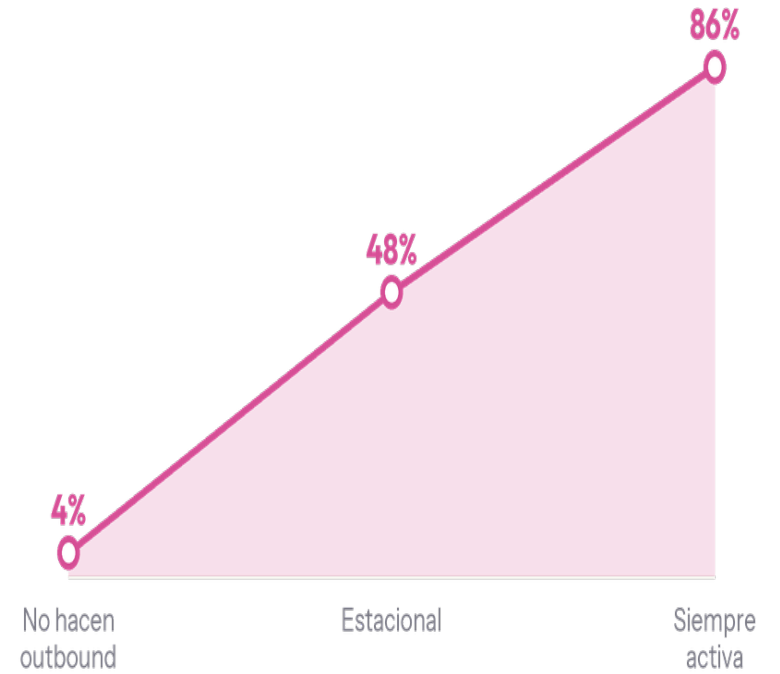


Dónde van a invertir el año que viene

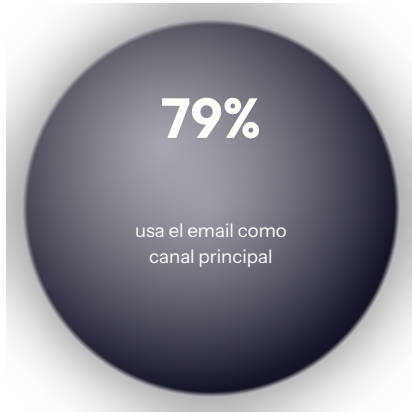


Madurez de la estrategia

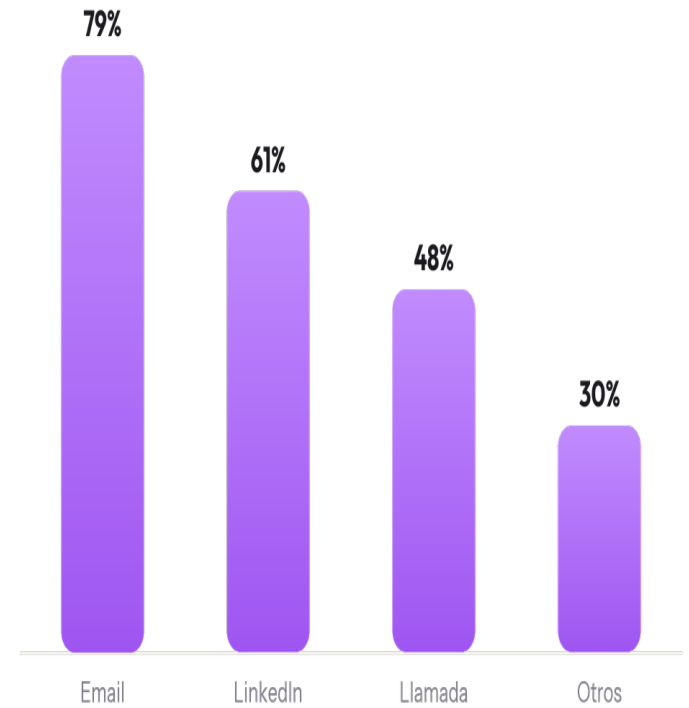
86% considera la prospección esencial y permanente.



Más canales, más competencia



Mix de canales usados

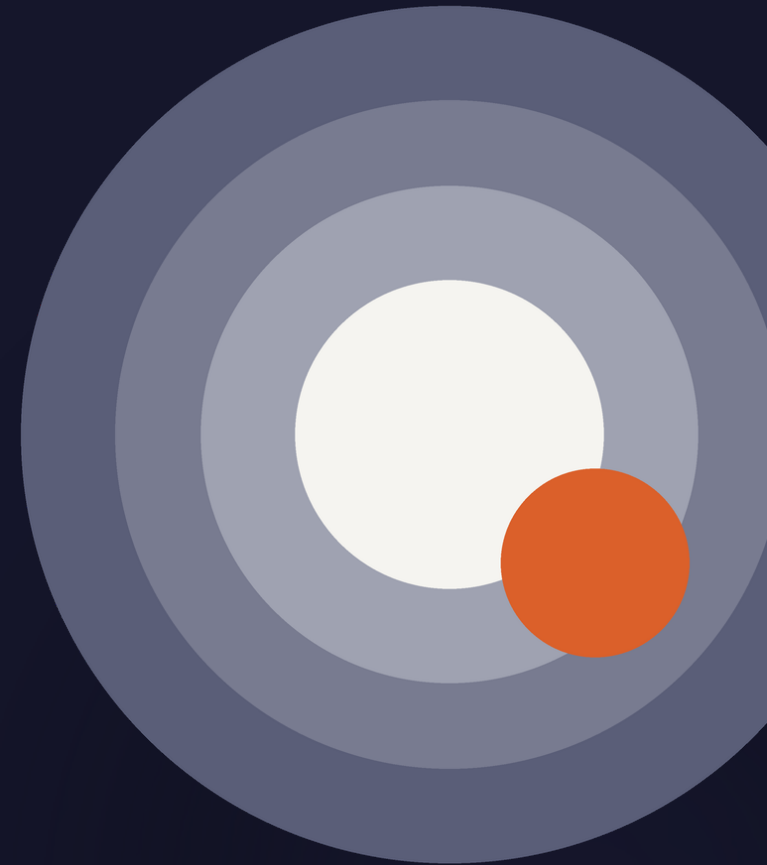


Capítulo uno

Los retos de la prospección

Por qué prospectar cuesta más que nunca

El comprador está mejor informado, es más difícil de alcanzar y desconfía más de ventas. La tecnología ha creado más formas de conectar pero también más ruido. Estos son los seis retos que están redibujando el outreach.



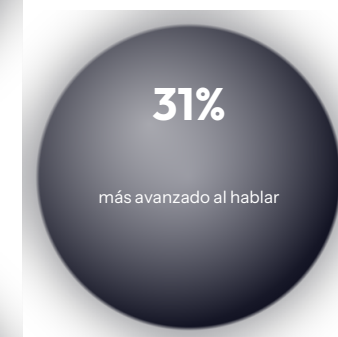
RETO 1

El comprador con el control

El comprador B2B de hoy está informado y es independiente: hace la mayor parte de su investigación por su cuenta, mucho antes de hablar con ventas.

La IA ha amplificado esa autonomía. Cuando por fin levanta la mano, sus preferencias ya están casi formadas.

Prospectar bien hoy es encajar con cómo ya se comporta el comprador, no pelear contra ello.



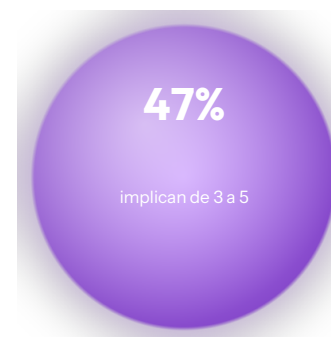
RETO 2

La complejidad: más gente, más lento

Las decisiones B2B son largas e intervienen varias personas: la media ronda las 4, y casi una de cada cinco empresas reporta seis o más.

El relevo generacional empuja la tendencia: los perfiles más jóvenes implican a más gente y usan más la IA.

Se suman presupuestos ajustados, más soluciones consideradas y leads que se apagan a mitad de proceso.



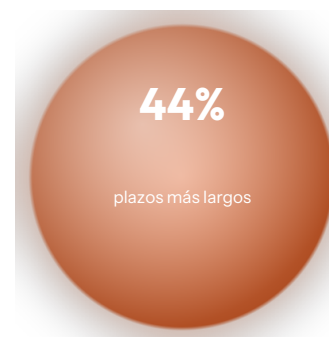
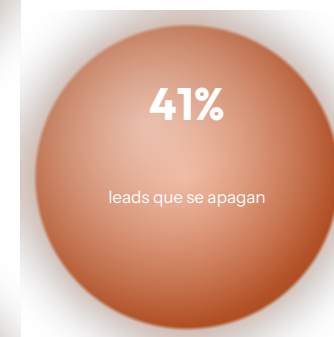
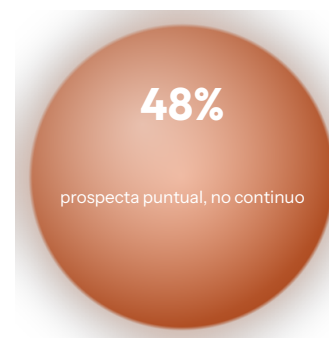
RETO 3

El desfase de tiempos

El ciclo B2B se alarga con la complejidad: una de cada cinco operaciones tarda más de un año en cerrarse.

Hay dos fases: selección (investigar y hacer la lista corta) y validación (contrastar la elección).

Las campañas por ráfagas terminan antes de que el comprador esté listo, y los leads se enfrían.



RETO 4

El exceso de ruido

La IA ha servido a muchos solo para enviar más mensajes, más rápido. El resultado es una avalancha de outreach genérico.

No es solo fatiga de bandeja: el volumen ha disparado reglas más estrictas y menos mensajes llegan siquiera a la bandeja.

La salida no es enviar menos por enviar menos: es enviar con un motivo creíble para cada persona.



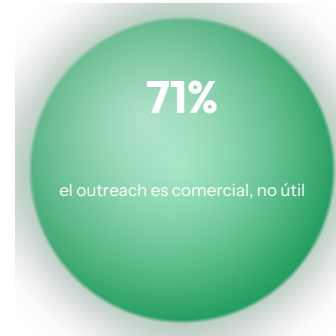
RETO 5

La erosión de la confianza

En un mercado saturado, la familiaridad lo es todo: el comprador interactúa mucho más con empresas que reconoce.

Muchos tratos se atascan por falta de confianza. Recomendaciones, casos de éxito y marca son lo que más pesa.

La notoriedad no solo crea preferencia: mejora el rendimiento.



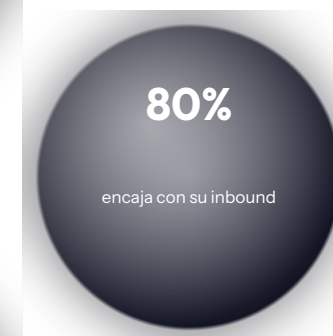
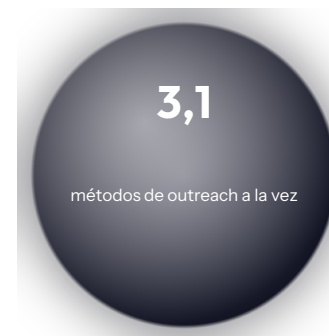
RETO 6

El desequilibrio tecnológico

La tecnología debería simplificar la prospección. Para muchos la ha complicado: muchas herramientas que no se conectan.

Lo que debería ser un proceso continuo se vuelve esfuerzos desconectados; lo que aprende un canal no llega a otro.

Integrar significa precisión: una sola vista del comprador, un flujo, una medición.



CASO DE ÉXITO



La respuesta fue desbordante, en el mejor sentido. Ampliamos relaciones con cuentas a las que antes no llegábamos.

Directora de Crecimiento · Cliente B2B del sector tecnológico

Capítulo dos

El manual de siempre se queda corto

Una guía escrita para otra época

El outreach no ha dejado de funcionar, pero el manual de siempre sí. Se diseñó para un comprador, una secuencia, un canal. El comprador de hoy decide en comité, investiga solo y espera relevancia.



Seis fallos del manual antiguo

El mito de educar

Ya investigó y tiene su opinión. No quiere aprender, quiere confianza.

El contacto único

Casi nunca decide una sola persona. Si no llegas al grupo, el trato se atasca.

La mentalidad cortoplacista

Las ráfagas terminan antes de que el comprador esté listo.

El déficit de credibilidad

La confianza no aparece en un solo mensaje: se construye con el tiempo.

El fallo de coordinación

Herramientas que no se hablan. El problema no es la tecnología, es la orquestación.

Cantidad sobre calidad

El outreach tradicional nunca se pensó para el comprador de hoy.

Capítulo tres

Los tres pilares del outreach

Construir una prospección que funcione hoy

El outreach moderno necesita una base nueva: un sistema conectado que refleje cómo quiere comprar el comprador. Son tres pilares: cobertura, relevancia y constancia.



01

Cobertura

Llegar a todo tu mercado, no a una franja

Alcanzar todo tu mercado direccionable: cada empresa relevante y cada persona que influye en la decisión. No es enviar más, es no dejar fuera ninguna parte de tu mercado.

- Trata tu mercado (TAM) como un sistema vivo, enriquecido con señales de intención.
- Mantén los datos limpios y al día para proteger la entregabilidad.
- Cubre todo el grupo de compra, no solo al decisor más visible.



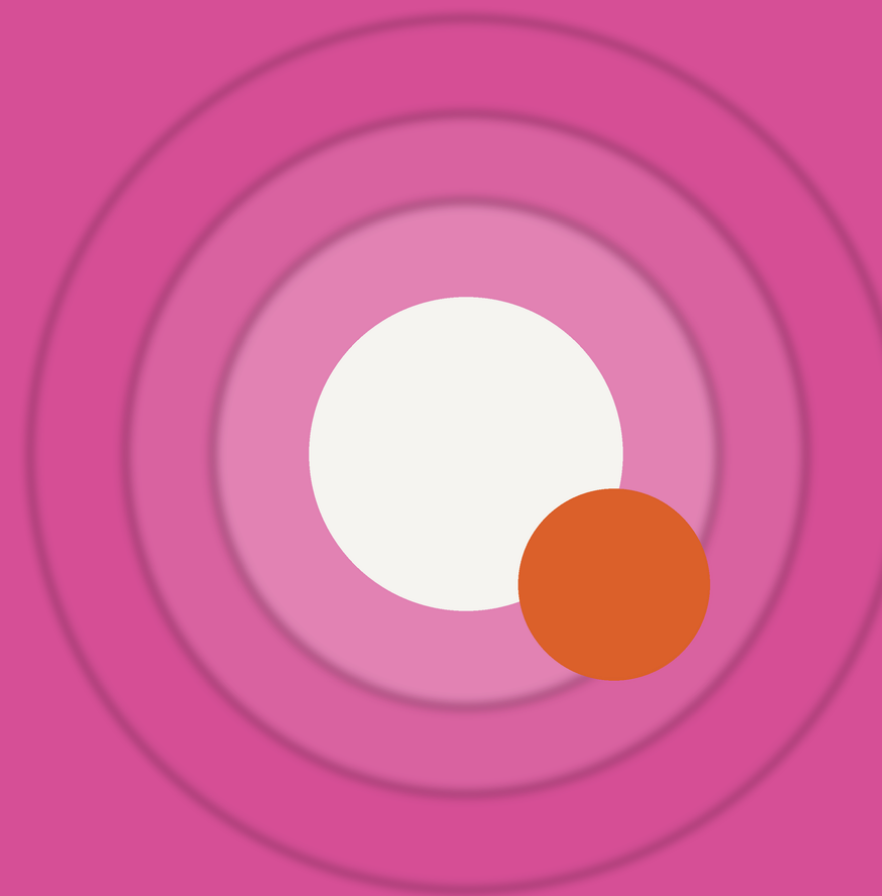
02

Relevancia

Personalización y credibilidad

En bandejas saturadas, la relevancia abre paso. Combina el dato y el criterio humano para que cada mensaje tenga contexto, momento y un motivo creíble para existir.

- Demuestra que entiendes su situación, no solo su nombre y cargo.
- Apoya cada contacto con prueba: casos parecidos y resultados concretos.
- Adapta el mensaje a la señal de intención y al momento de compra.



03

Constancia

Visibilidad siempre activa

Los ciclos B2B son largos. La constancia te mantiene visible cuando el comprador pasa del interés a la intención. El outreach es infraestructura, no una campaña.

- Un ritmo de fondo en bandeja, LinkedIn y donde tu comprador esté.
- Scoring de intención: baja a nurturing, alta directa a ventas.
- Refresca audiencias y mensajes con datos en vivo para mejorar, no repetir.



Capítulo cuatro

Benchmarks de prospección

De los pilares a los números reales

Los pilares describen cómo debería ser un buen outreach. Aquí vemos cómo rinde: datos de campañas de 2025 por tamaño de empresa, sector y tipo de mensaje.



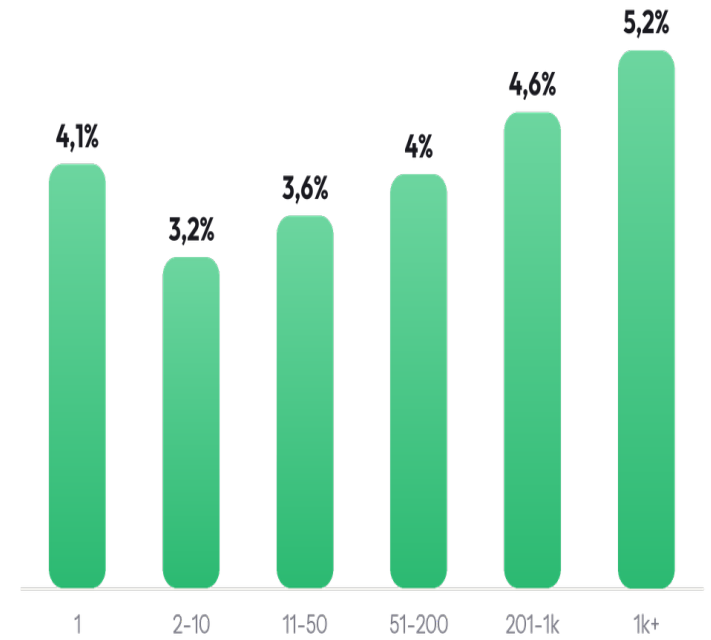
BENCHMARKS

Tasa de lead por tamaño de empresa

Por persona se mantiene estable; el autónomo destaca por su agilidad. A nivel de empresa, las grandes convierten más: llegar a todo el comité marca la diferencia.

Tamaño	Por persona	Por empresa
1 (autónomo)	4,1%	4,1%
2-10	2,8%	3,2%
11-50	2,6%	3,6%
51-200	2,5%	4,0%
201-1.000	2,4%	4,6%
1.001+	2,3%	5,2%

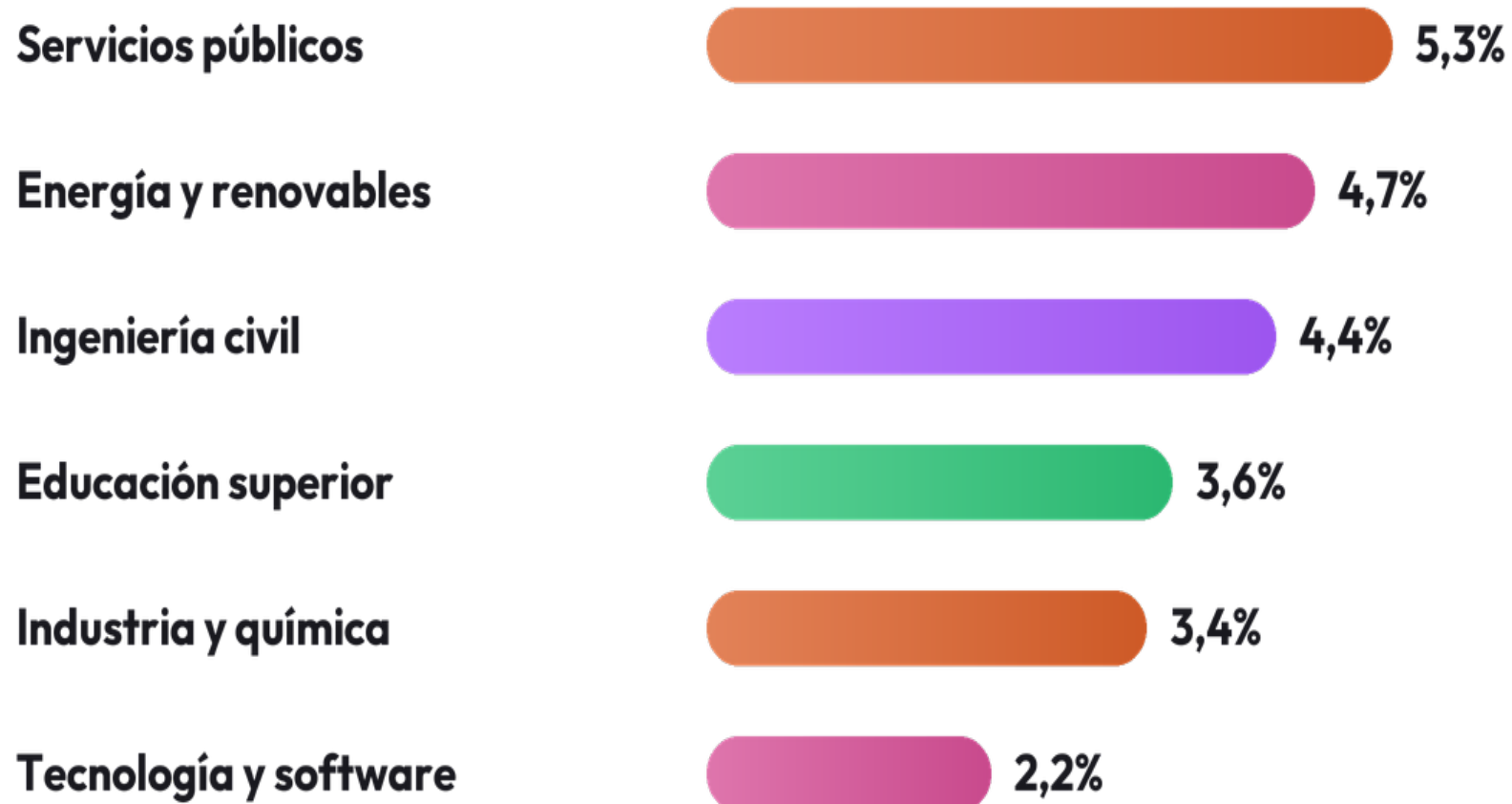
Tasa por empresa según tamaño



BENCHMARKS

Sectores con mayor tasa de lead

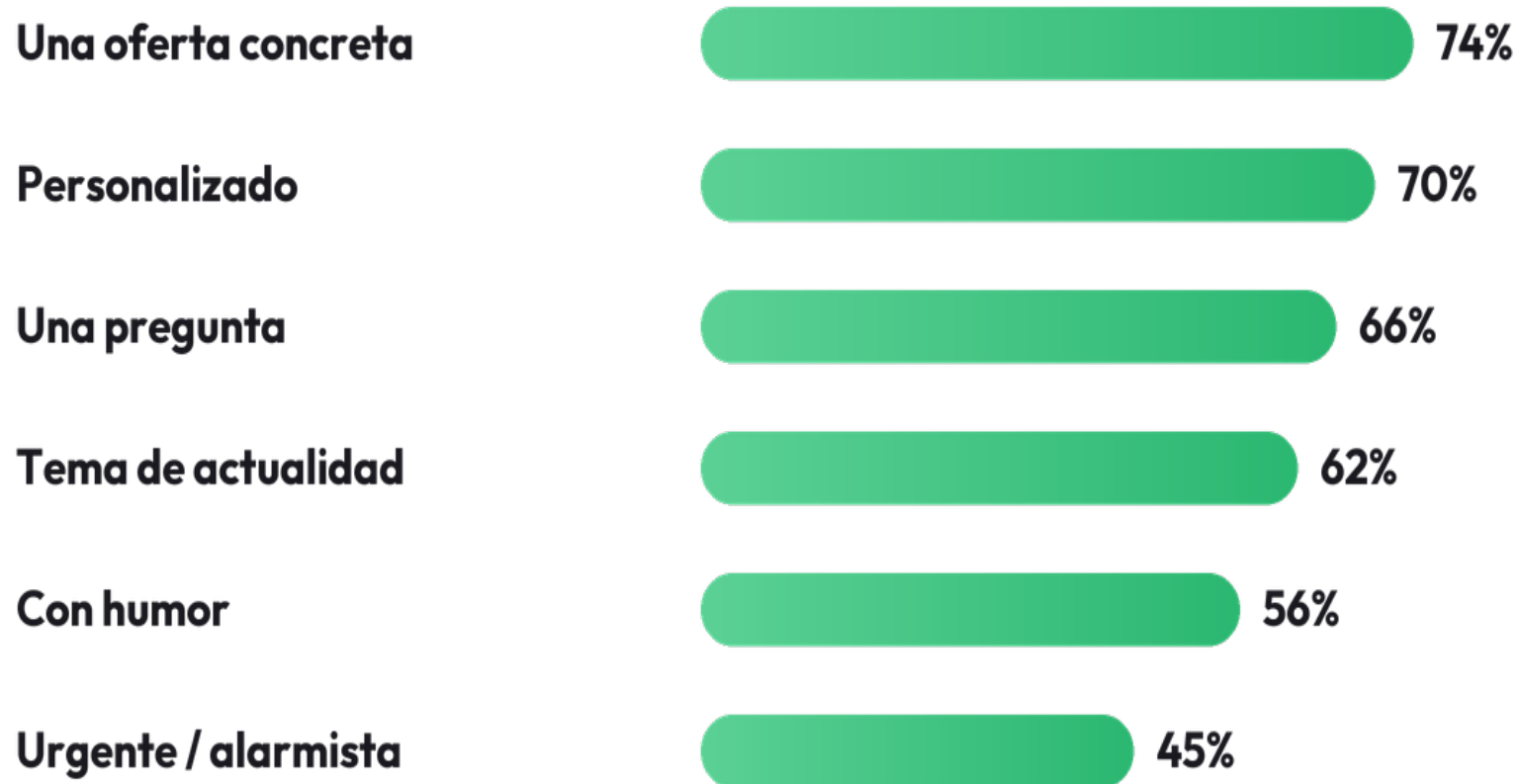
Los sectores con necesidades operativas claras generan tasas más altas. Cifras orientativas según oferta y encaje.



BENCHMARKS

Asuntos: de la bandeja a la apertura

Preguntamos a nuestro panel qué tipo de asunto abriría. Una oferta clara y la personalización ganan; lo alarmista pierde.



Lo que ayuda a que respondan

Colaboración

+14%

Aliados con un objetivo común: "lo resolvemos juntos".

Genera confianza y abre a participar.

Distintividad

+22%

Deja claro qué te hace único, sin exagerar.

Destaca en bandejas saturadas y crea credibilidad.

Tono optimista

+7%

Lenguaje realista orientado a la oportunidad.

Aporta energía y receptividad cuando es creíble.

Facilidad

+12%

La adopción como algo simple y natural.

La gente actúa cuando parece fácil y de bajo riesgo.

Lo que te resta respuestas

Sesgo de autoridad

-10%

Premios y reconocimientos para lucirte.

Suena a mí, mí, mí. Buscan relevancia, no reputación.

Tono educativo

-18%

Lecciones o datos como si no supiera.

No espera aprender en un correo frío.

Empatía excesiva

-15%

Validar de más las dificultades del lector.

Suena a fórmula y tarda en aportar valor.

Arrancar por el problema

-28%

Nombrar un problema que supones que tiene.

Pone a la defensiva y suena presuntuoso.

Capítulo cinco

Tu motor de prospección

El futuro de la prospección son las conexiones

Datos, señales, canales, contenido, ventas y éxito de cliente deben trabajar como un solo sistema. Cuando la información fluye, el outreach se coordina en vez de duplicarse.



Tres palancas, un solo sistema

Cobertura

- Mercado vivo y enriquecido con intención.
- Datos limpios y al día.
- Cubre todo el grupo de compra.

Relevancia

- IA y criterio humano combinados.
- Prueba: casos y resultados.
- Mensaje a la señal y al momento.

Constancia

- Ritmo de fondo, no ráfagas.
- Scoring de intención para el siguiente paso.
- Mejora con datos en vivo.

Somos Desorbitante

Ayudamos a empresas B2B a transformar cómo encuentran y convierten clientes: la audiencia adecuada, visibilidad en todos los canales y mensajes que importan.

- **Outreach multicanal por intención**
Mensajes personalizados en el momento justo.
- **Servicio totalmente gestionado**
Un equipo dedicado lanza y optimiza tus campañas.
- **En marcha en pocas semanas**
Una nueva fuente de leads sincronizada con tu CRM.
- **Datos en vivo y enriquecidos**
Encontramos y activamos tu mercado con señales.

Hablemos: desorbitante.com



Metodología

Encuesta

250 responsables de ventas y marketing B2B en España, cuestionario online, margen de error aprox. 4,7 puntos al 95% de confianza.

Datos de campañas

Campañas de Desorbitante 2016-2025: más de 2,1 millones de mensajes y toques multicanal (email, LinkedIn, visitas web, chat y ventas).

Sectores

Amplia gama de sectores B2B: tecnología, servicios profesionales y financieros, industria, salud y más, hasta 19 sectores.

Nota

Cifras propias de Desorbitante, de carácter orientativo. Tu mercado y tu ejecución pueden variar los resultados. No es asesoramiento legal ni financiero.

El estado de la prospección B2B 2026

desorbitante.com

