ATRIBUCIÓN

Posted on 6. abril 2026 by Tomás

¿QUÉ ES LA ATRIBUCIÓN?

La atribución explica **cómo se reparte** el valor de una conversión entre los distintos puntos de contacto que ha tenido un usuario antes de realizar una acción.

Ejemplo:
Un cliente ve primero un anuncio en Instagram, más tarde hace clic en un anuncio de Google y después envía una consulta. La atribución ayuda a determinar **qué canal o acción** ha influido más en ese resultado.

Qué debe tener en cuenta:
Existen distintos modelos de atribución. Por ejemplo, *Last Click* da **todo el valor** al último contacto, mientras que *Linear* **reparte** ese valor entre todos los puntos de contacto por igual.

Importante:
El modelo de atribución que elija influirá directamente en **cómo** interpreta y **optimiza** sus acciones de marketing.