

Carlos  
Jiménez

# Tendencias del Marketing **2025-2026**

3era. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**Marketing  
bajo fuego**

**Estrategias  
en acción**

**La ola que  
se viene**

**Tendencias  
2025-2026**

usofu//



tendencias digitales



# Encuesta de Prácticas de Marketing

## 3era. Edición

Hemos querido conocer las prácticas actuales del marketing consultando a una muestra de **+120 profesionales** para que nos den su percepción acerca de:

- Gestión actual del marketing
- Objetivos y estrategias de marketing
- Herramientas de marketing y su efectividad
- Presupuesto de marketing
- Impacto de la tecnología en el marketing

usofu//

 tendencias digitales

Carlos  
Jiménez

# Tendencias del Marketing **2025-2026**

3era. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**Marketing  
bajo fuego**

**Estrategias  
en acción**

**La ola que  
se viene**

**Tendencias  
2025-2026**

usofu//

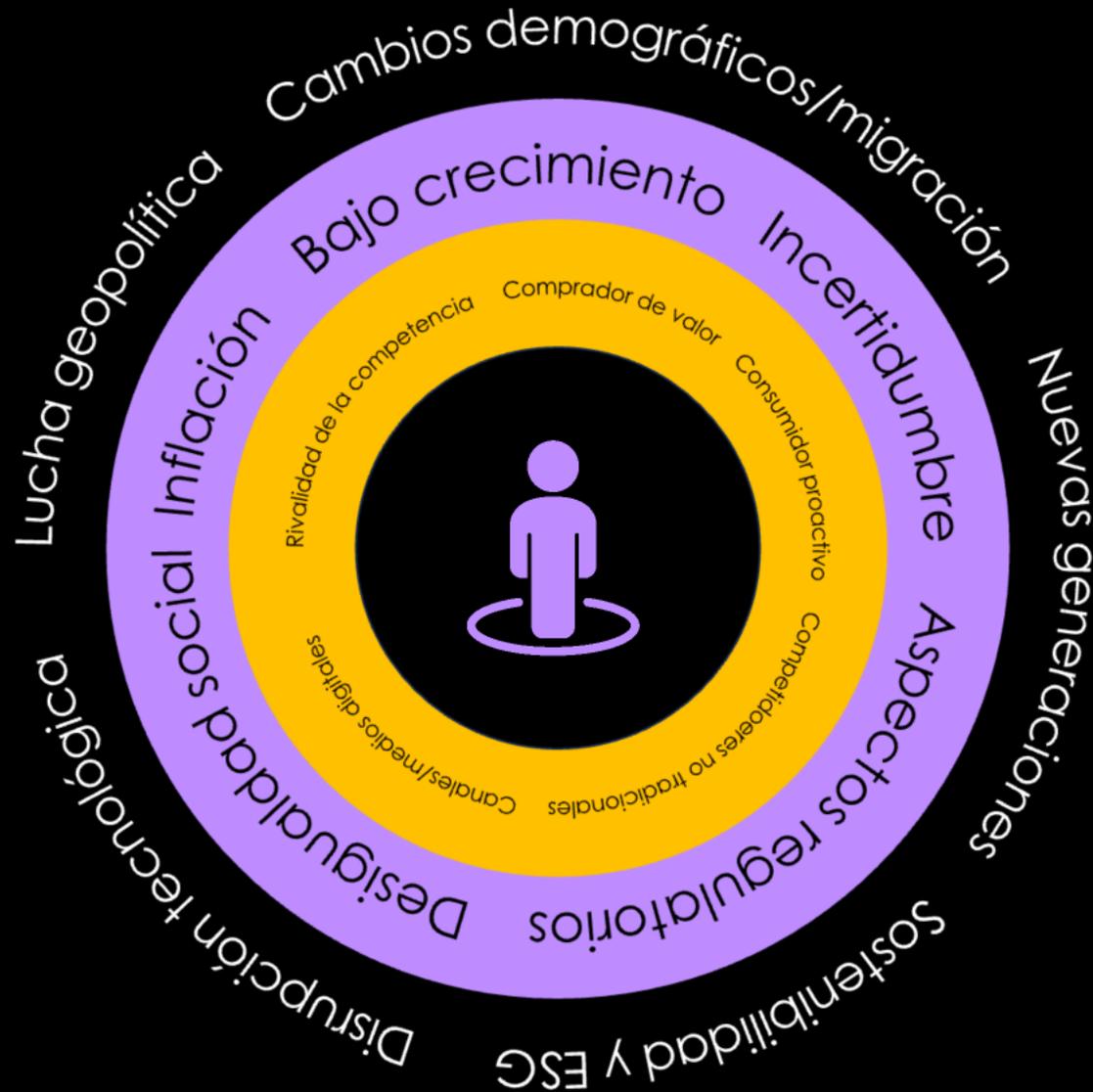


tendencias digitales



**Dónde estamos parados:  
el contexto, retos y  
prioridades del marketing**

# El contexto del marketing está que arde



**F**ragmentado

**I**ncierto

**R**ivalizado

**E**xigente

**Oportunidades  
y riesgos**

# Las piedras en el zapato

¿Qué está dificultando el trabajo de los marketers?



\* Retos que crecen

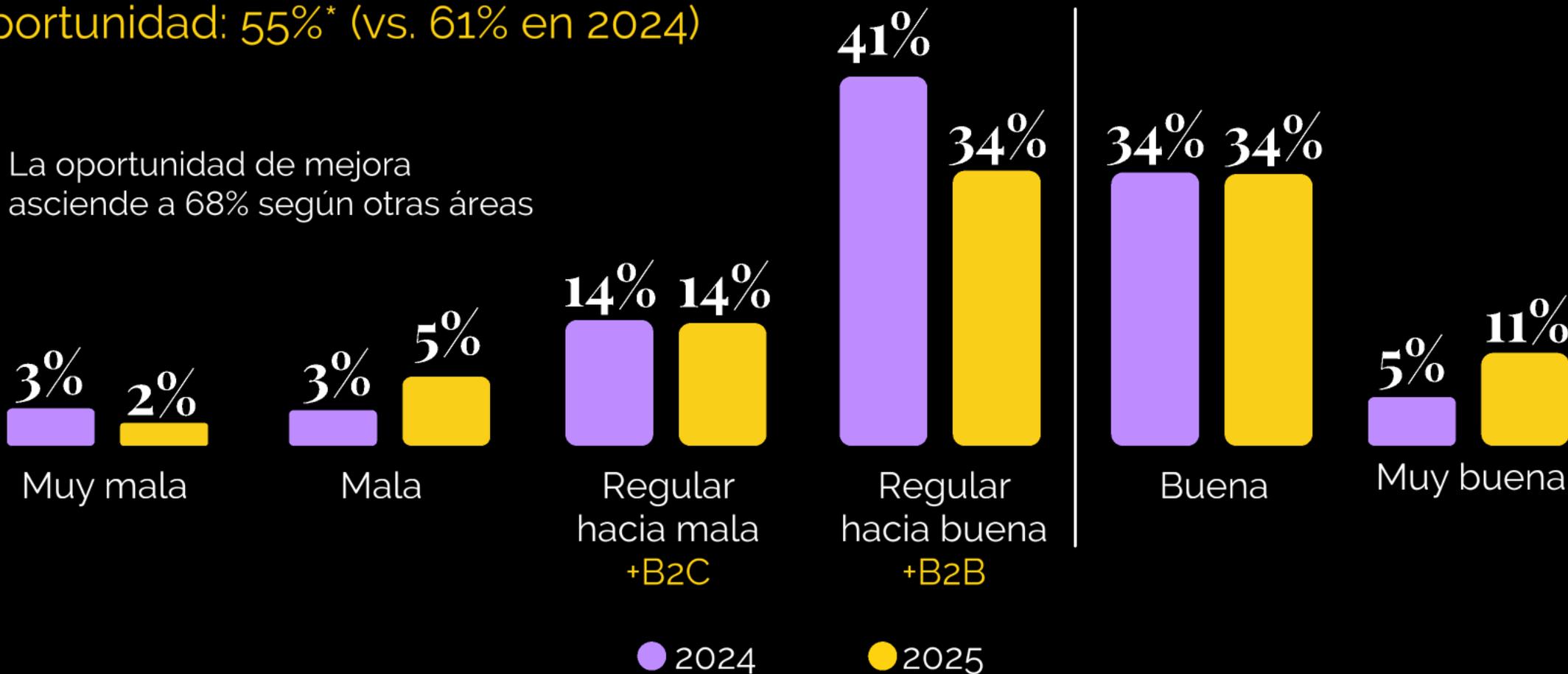
- 1 Implementación de estrategias (▲49%)
- 2 Estimar tamaño del mercado (▲37%)
- 3 Adopción de las nuevas tecnologías (▲34%)

¿En qué área tu empresa ha conseguido mayores dificultades para desarrollar su marketing?

# Aún así, lo están haciendo mejor

Oportunidad: 55%\* (vs. 61% en 2024)

\* La oportunidad de mejora asciende a 68% según otras áreas



¿Cómo evalúas actualmente la gestión del marketing en tu empresa / negocio?

# Marketing: deshojando la margarita

El foco del marketing 2025 para los diferentes roles



¿En cuál de las siguientes áreas dirías que está enfocado el marketing de tu negocio para este año 2025?



## Marketing con impacto

*El marketing se afirma como un área clave para el crecimiento del negocio, en un entorno desafiante y con restricciones presupuestarias.*

*En este contexto, debe demostrar su valor con resultados concretos, actuar con agilidad frente al cambio y trabajar de forma más integrada con otras áreas de la organización. Quienes lideran esta transformación ya no piensan solo en campañas publicitarias, sino en el impacto real sobre el negocio y la sociedad.*

# usofu//



## ¿Quieres saber cómo está tu marketing?

Conoce el estado actual del marketing de tu empresa y qué puedes hacer para mejorarlo

**iLlena nuestro  
test!**



Carlos  
Jiménez

# Tendencias del Marketing **2025-2026**

3era. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**Marketing  
bajo fuego**

**Estrategias  
en acción**

**La ola que  
se viene**

**Tendencias  
2025-2026**

usofu//



tendencias digitales



# **Herramientas clave del marketing:**

**lo que funciona y lo que viene**

# Prácticas actuales de marketing

## Herramientas de marketing más utilizadas



¿Cuáles de las siguientes herramientas de marketing utilizó tu empresa durante el último año?

# Prácticas que funcionan en el marketing

Efectividad de las herramientas de marketing

Optimizables

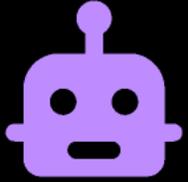
Pilares del marketing



¿Cómo consideras que es la efectividad de estas herramientas para tu negocio?

# La ola que se viene

Automatización, contenidos y conexiones



Automatización

+200% Uso de IA



Contenidos

+200% Creación  
de contenidos

+66% Videos

+45% Webinars



Conexiones

+69% CRM



Visibilidad

+40% SEO

+ Eficiencia  
+ Personalización

+ Engagement

¿Y cuáles de estas herramientas de marketing UTILIZARÁ tu empresa en este año 2025?



## Marketing con evidencia

*En un contexto FIRE -fragmentado, incierto, rivalizado y exigente- el marketing no puede seguir guiándose por la inercia ni por fórmulas genéricas.*

*En su lugar, debe diseñar estrategias alineadas con las particularidades de su mercado objetivo y apoyarse en la evidencia para potenciar las herramientas que generan resultados, optimizando aquellas que lo requieren.*

Carlos  
Jiménez

# Tendencias del Marketing **2025-2026**

3era. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**Marketing  
bajo fuego**

**Estrategias  
en acción**

**La ola que  
se viene**

**Tendencias  
2025-2026**

usofu//



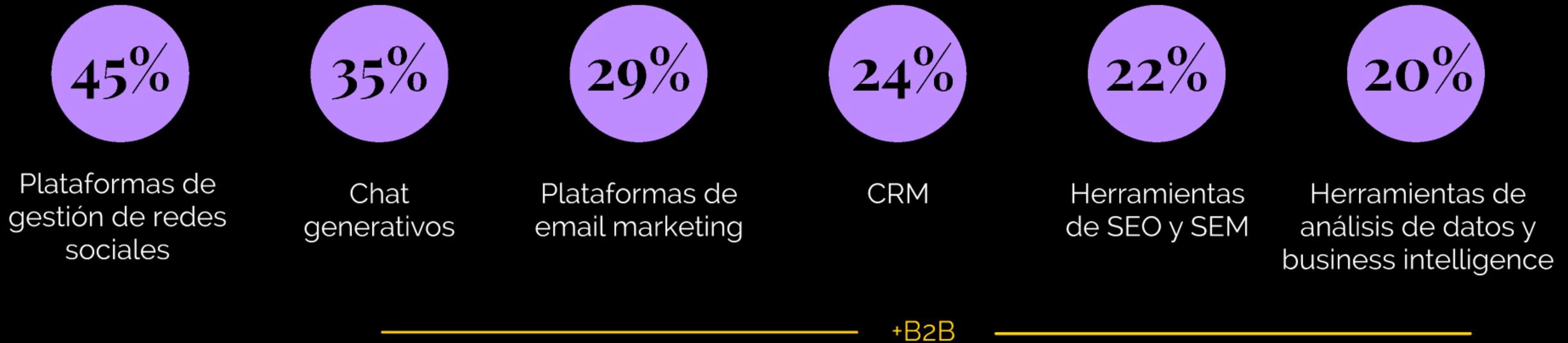
tendencias digitales



**El impacto de las nuevas  
tecnologías:  
Cerrando la brecha digital  
en el marketing**

# Estado del arte en la tecnología del marketing

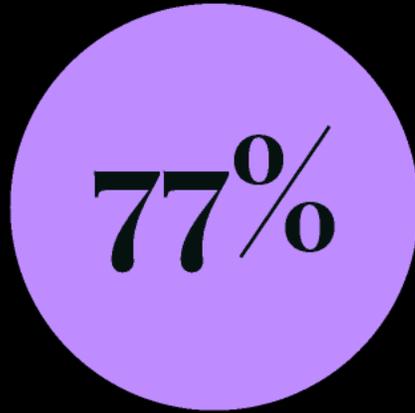
Soluciones tecnológicas con mayor adopción



¿Cuáles de las siguientes soluciones tecnológicas emplea tu empresa actualmente?

# Hacia un marketing más inteligente

Tecnologías con impacto potencial elevado



Consideran que la tecnología afecta mucho (TTB) la función del marketing

83%

Inteligencia artificial

50%

Big data y analítica avanzada

46%

Automatización del marketing

35%

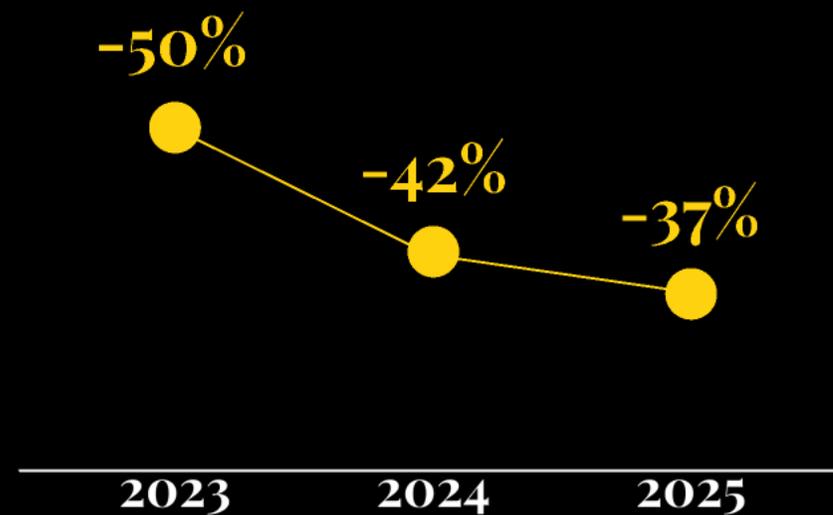
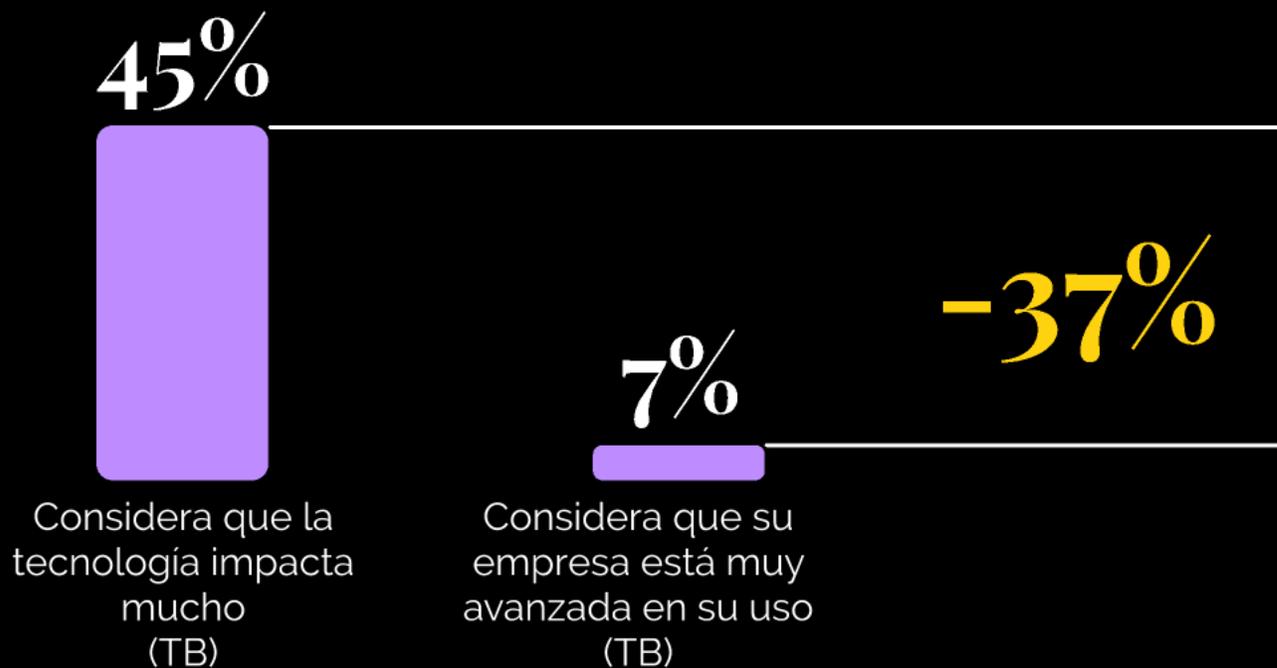
Herramientas de producción de contenido con IA

28%

Integración omnicanal en plataformas de CRM

¿En qué medida consideras que las tecnologías afectan la función de marketing actualmente? / ¿Cuáles de las siguientes tecnologías consideras que tienen más potencial para impactar en la función del marketing actual?

# La brecha digital se va cerrando



¿Cómo consideras tu empresa en materia de adopción de tecnología para el marketing? / ¿Tu empresa ha utilizado inteligencia artificial para alguno de los siguientes procesos de marketing?

# Preparándonos para el "futuro"

Habilidades clave para los marketers



¿Qué habilidad o conocimiento consideras que será MÁS IMPORTANTE para los profesionales de marketing en el futuro?



## Marketing inteligente

*Es indudable la disrupción que trae el uso de la AI en el marketing, desde la automatización hasta la personalización.*

*Esto exige no solo adoptar tecnología, sino también cerrar la brecha digital desarrollando capacidades analíticas y visión estratégica. Aunque se ha avanzado, los marketers saben que el verdadero impacto no viene solo de lo técnico, sino de conectar datos con decisiones de negocio.*

Carlos  
Jiménez

# Tendencias del Marketing **2025-2026**

3era. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**Marketing  
bajo fuego**

**Estrategias  
en acción**

**La ola que  
se viene**

**Tendencias  
2025-2026**

usofu//



tendencias digitales

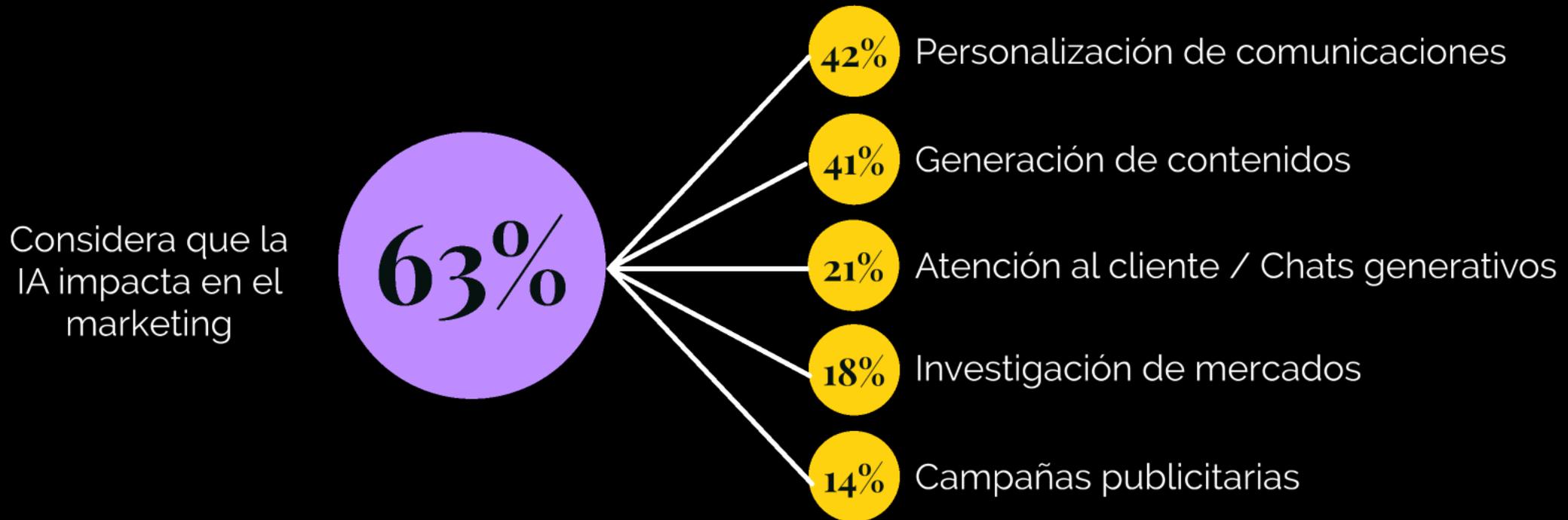


# **Tendencias del marketing 2025-2026**

# 1 Uso estratégico de la Inteligencia artificial

El marketing se apoya cada vez más en herramientas que combinan datos, automatización y modelos para anticipar comportamientos, generar contenidos, personalizar y optimizar decisiones.

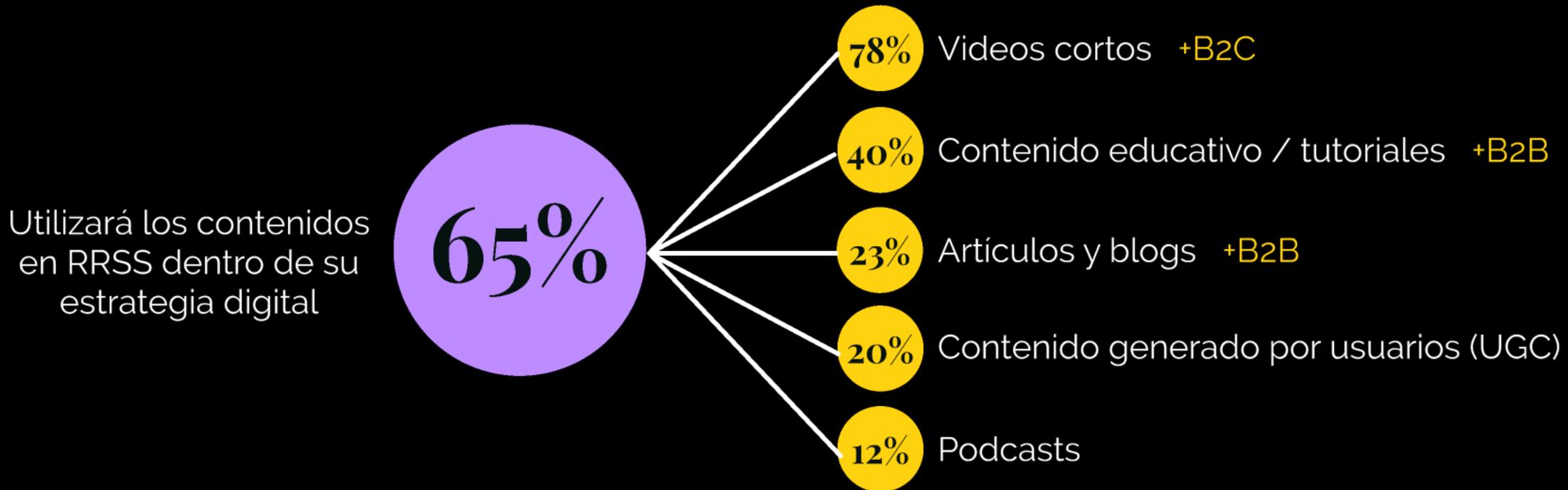
## Usos de la IA en el marketing



# 2 Marketing de contenidos como pilar de la estrategia de marketing

El marketing apuesta cada vez más por contenidos breves, visuales y relevantes - videos cortos- que educan y conectan, generando valor y confianza para los clientes.

## Contenidos con mayor prioridad en la estrategia digital



# 3 Mayor enfoque en la experiencia del cliente

En un mercado cada vez más commoditizado, la experiencia del cliente se vuelve un diferenciador clave, integrando canales, anticipando necesidades y construyendo relaciones cercanas y memorables.

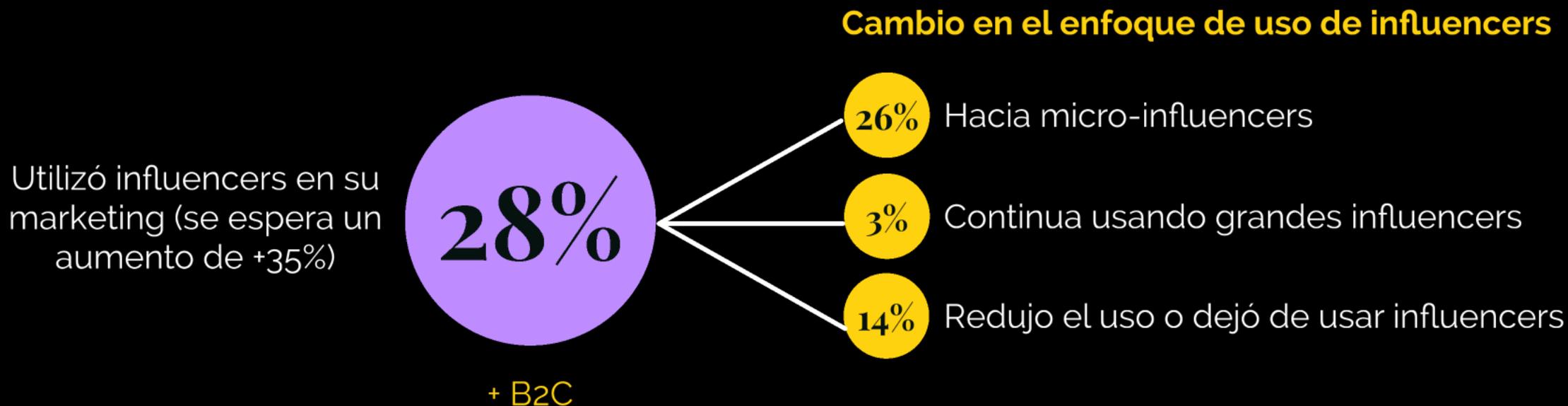
## Principales áreas para mejorar la CX

Considera que la CX es una tendencia clave del marketing que impactará en su negocio



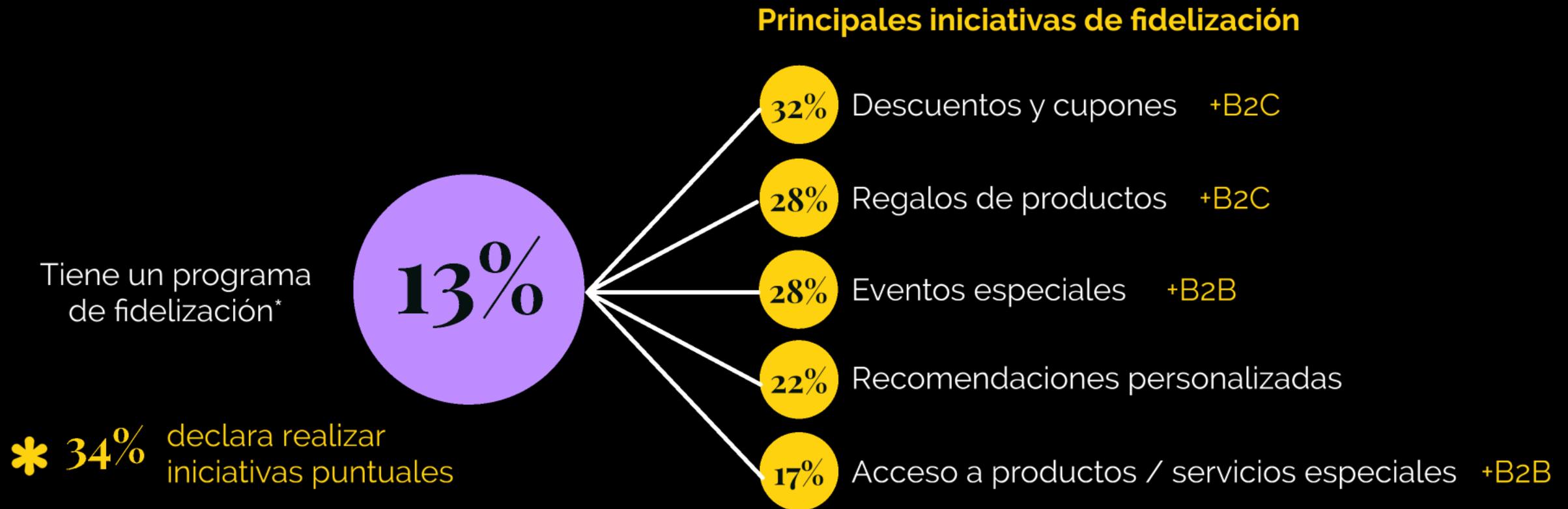
# 4 Auge de los micro-influencers

El marketing de influencers evoluciona hacia perfiles más auténticos y cercanos, que ganen espacio por su capacidad de generar confianza, conectar con nichos y crear comunidades.



# 5 Estrategias centradas en la fidelización

En un contexto de bajo crecimiento y elevada rivalidad, fidelizar a los clientes es un imperativo, con propuestas de valor que recompensan, conectan emocionalmente y construyen relaciones duraderas.





## Marketing de conexiones

*Las tendencias identificadas marcan un cambio en el rol del marketing, que pasa de un enfoque transaccional a uno relacional.*

*Construir relaciones hoy implica diseñar experiencias memorables, analizar datos, personalizar mensajes y anticipar necesidades. El verdadero reto no es solo adaptarse a lo que viene, sino liderar ese cambio con visión estratégica y conexiones auténticas con un consumidor cada vez más exigente y empoderado.*



*El marketing que deja huellas no es el que sigue tendencias sino el que entiende al cliente, actúa con visión y genera impacto real en el negocio y la sociedad.*

# Carlos Jiménez

¿Quieres conocer los cambios en el comportamiento de los consumidores?

Próximo evento

40 años datanalysis

## TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR VENEZOLANO

ADAPTÁNDOSE A LOS CAMBIOS DEL ENTORNO

**Carlos Jiménez**  
Presidente de Tendencias Digitales

**Luis Vicente León**  
Presidente Datanalysis

**Moderador**  
José Bernardo Di Giorgio

12 de Junio | IESA | De 2:00 p.m. a 7:00 p.m.

PAISA | ZOOM | FLOR ARAUCA | GRUPO FASTMED | Golven | VENEZOLANO

ALIMENTOS Mary | CHOCO GUARDIAN | Souti | META SPORTS | San Simón | BIODERMA

## Más información



+58 424 250 7633

[www.datanalysis.com](http://www.datanalysis.com)



Podemos seguir esta conversación en:



[hola@carlosjimenez.net](mailto:hola@carlosjimenez.net)



+1 305 467-3076