

Carlos
Jiménez

Tendencias del Marketing 2026-2027

4ta. edición de la Encuesta de Prácticas de Marketing

**El Contexto
del marketing**

**¿Marketing
Estratégico?**

**Mejores
Prácticas**

**Tecnología
con Impacto**

**Retos y
Tendencias**

usøfu//

datanalisis

td tendencias digitales

El contexto del marketing:

De FIRE a FASTER

Impacto micro del contexto macro Venezolano

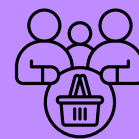
**...todo lo macro
tiene una
consecuencia
competitiva**

Mercado



- Nuevos entrantes
- Mayor rivalidad de la competencia

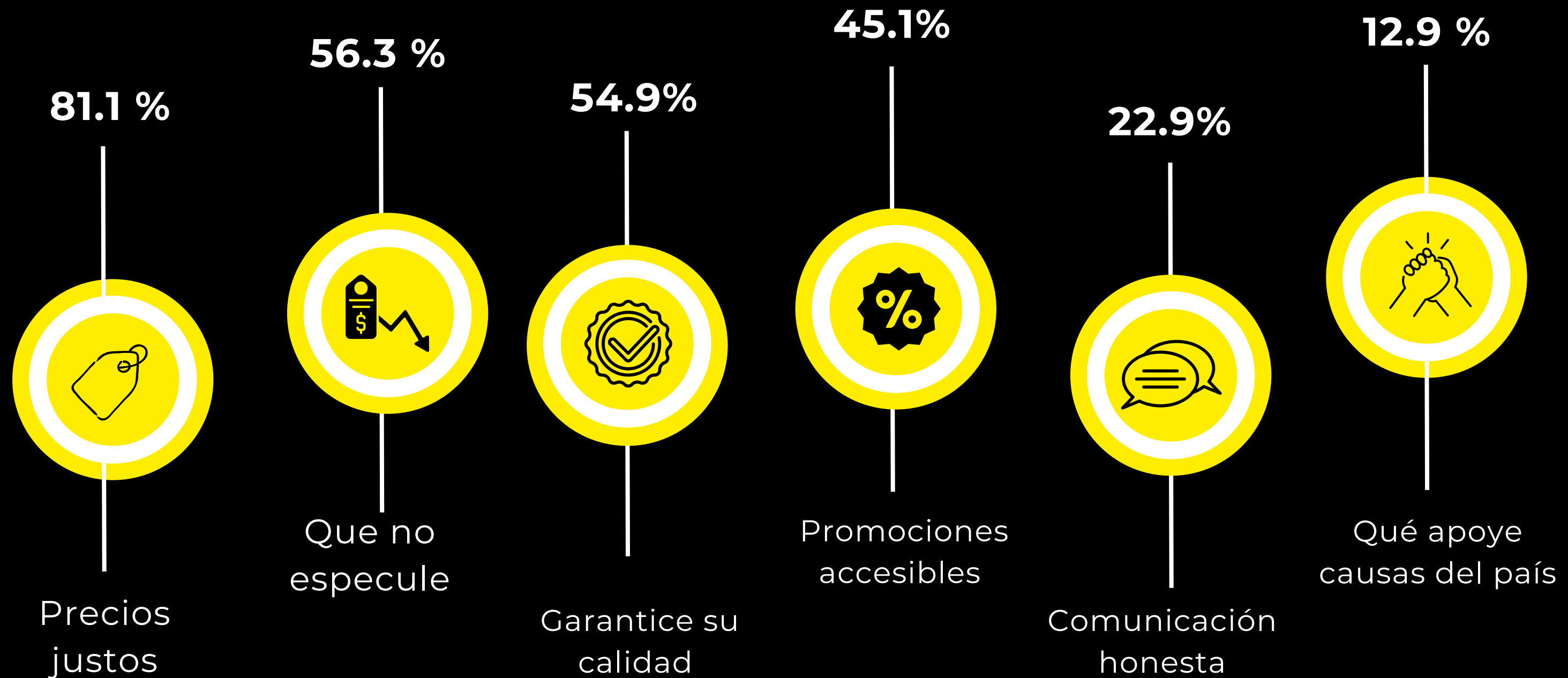
Consumidor



- Mayor poder de compra
- Consumidores más exigentes

“Más crecimiento se traduce en más competencia”.

¿Qué esperan los consumidores de las marcas?



¿Qué le haría sentir que una marca "entiende el momento que vive el venezolano"?

El marketing bajo presión



46%

Enfrenta una alta presión por demostrar resultados financieros (31% declara que puede demostrarlo)



55%

55% declara que su presupuesto de marketing es igual o inferior al del año anterior

De FIRE a FASTER

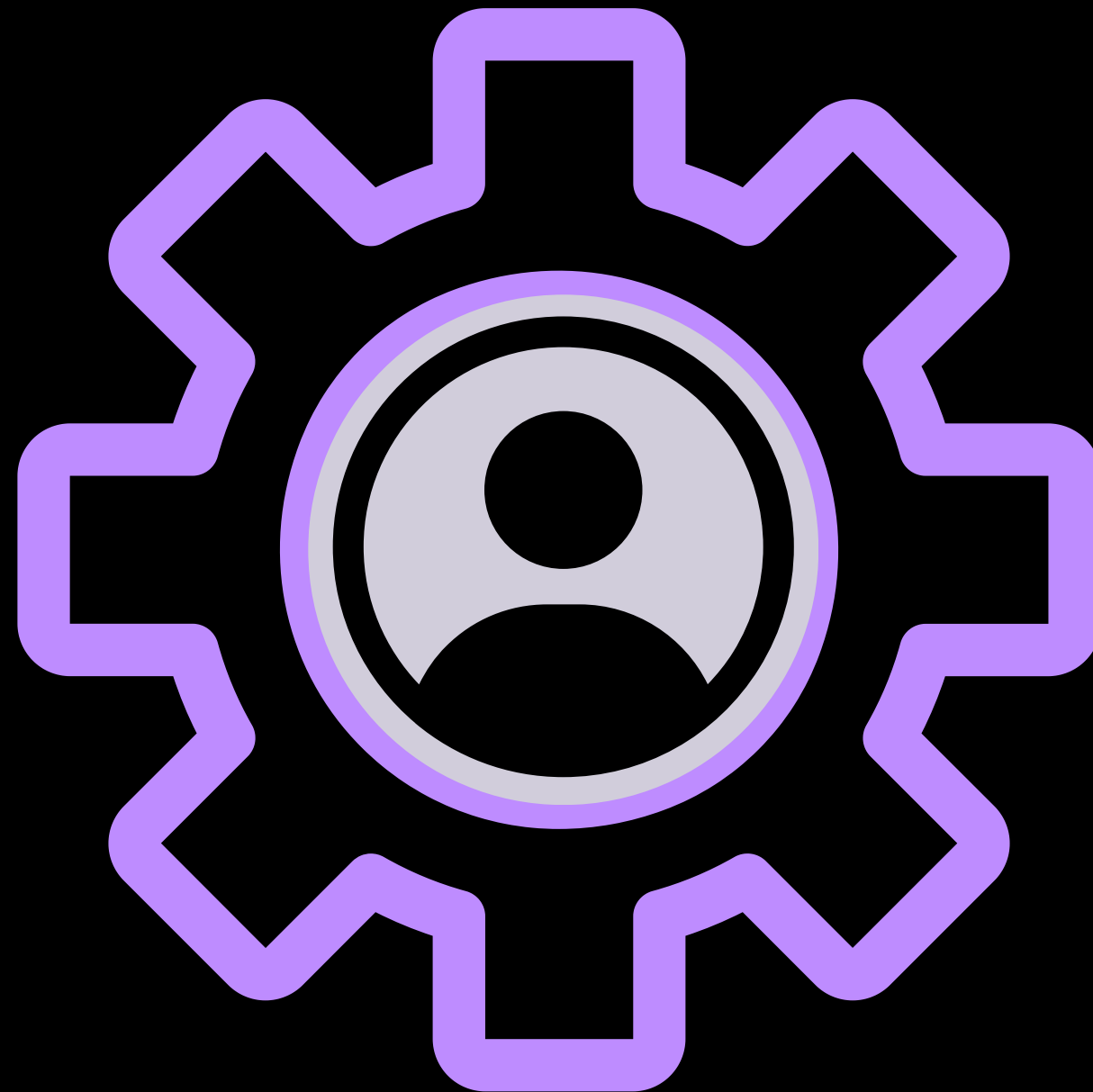
El contexto “**Fire**” sigue presente, pero hay que adaptarse más rápido

Fragmentado

Incierto

Rivalizado

Exigente



Fragmentado

Acelerado

Saturado

Tecnológico

Exigente

Rivalizado



*"El entorno ya no es solo FIRE — es FASTER.
Y en esa aceleración, la trampa más peligrosa es confundir
el optimismo de los titulares con el dinero en los bolsillos de
los consumidores."*

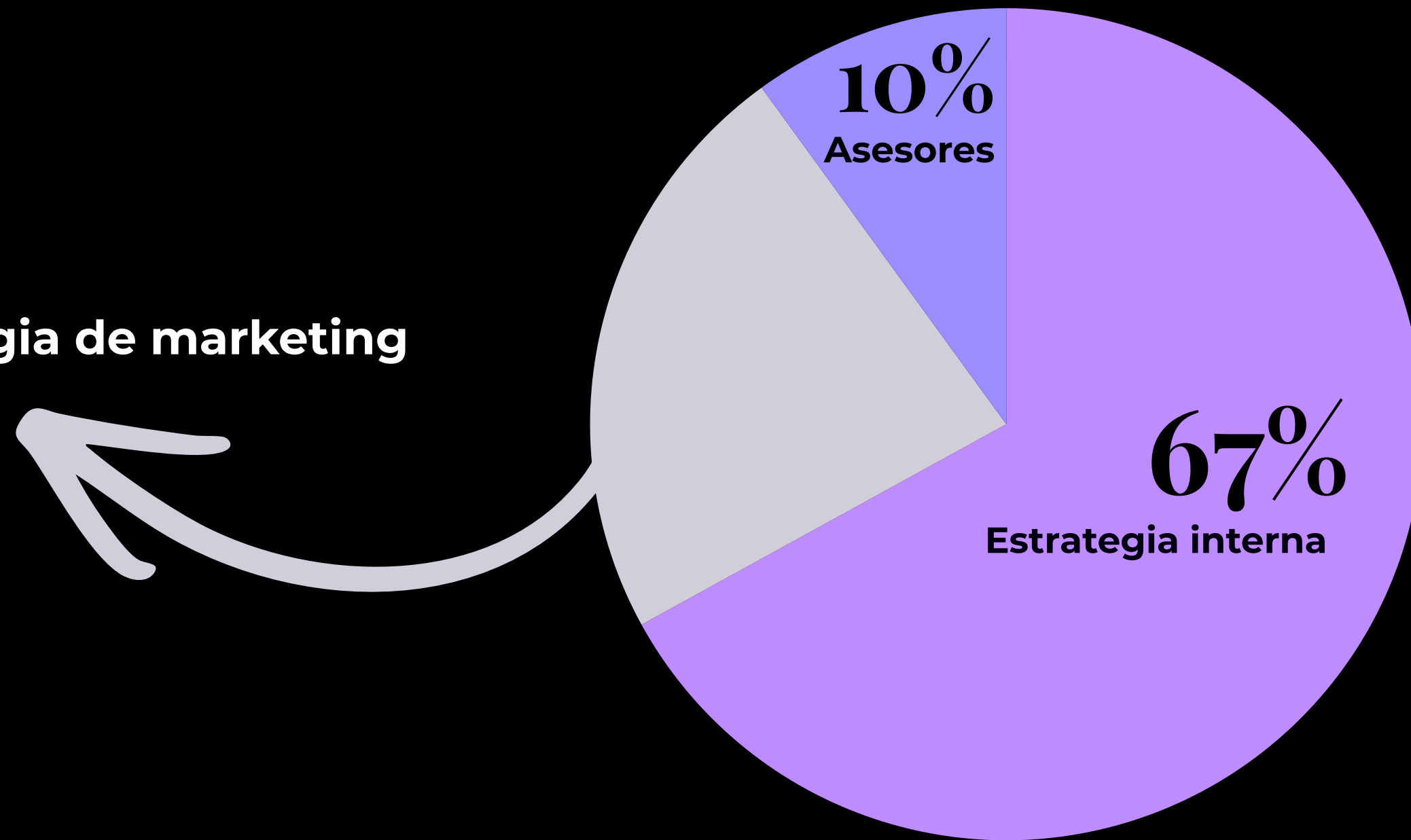
¿Marketing estratégico?

Estrategias hechas en casa

Proporción de empresas que poseen una estrategia de marketing

23%

No posee una estrategia de marketing



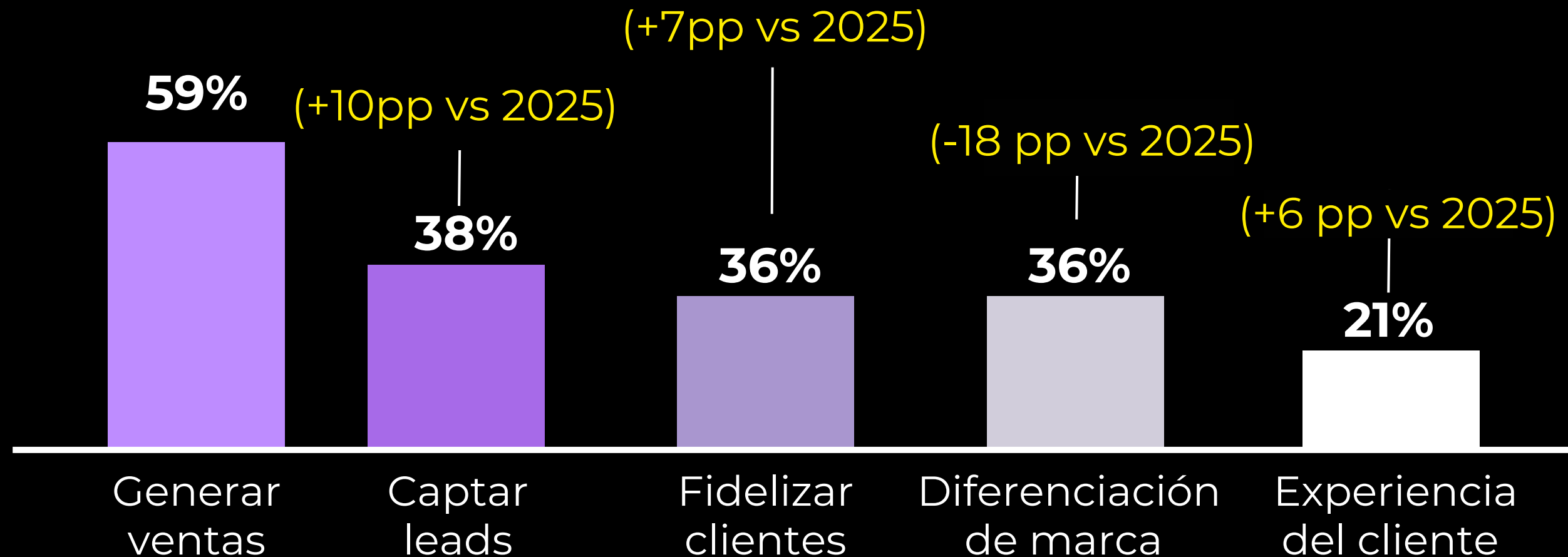
¿Tu empresa tiene una estrategia de marketing claramente definida?

WWW.CARLOSJIMENEZ.NET

El marketing se inclina por los resultados

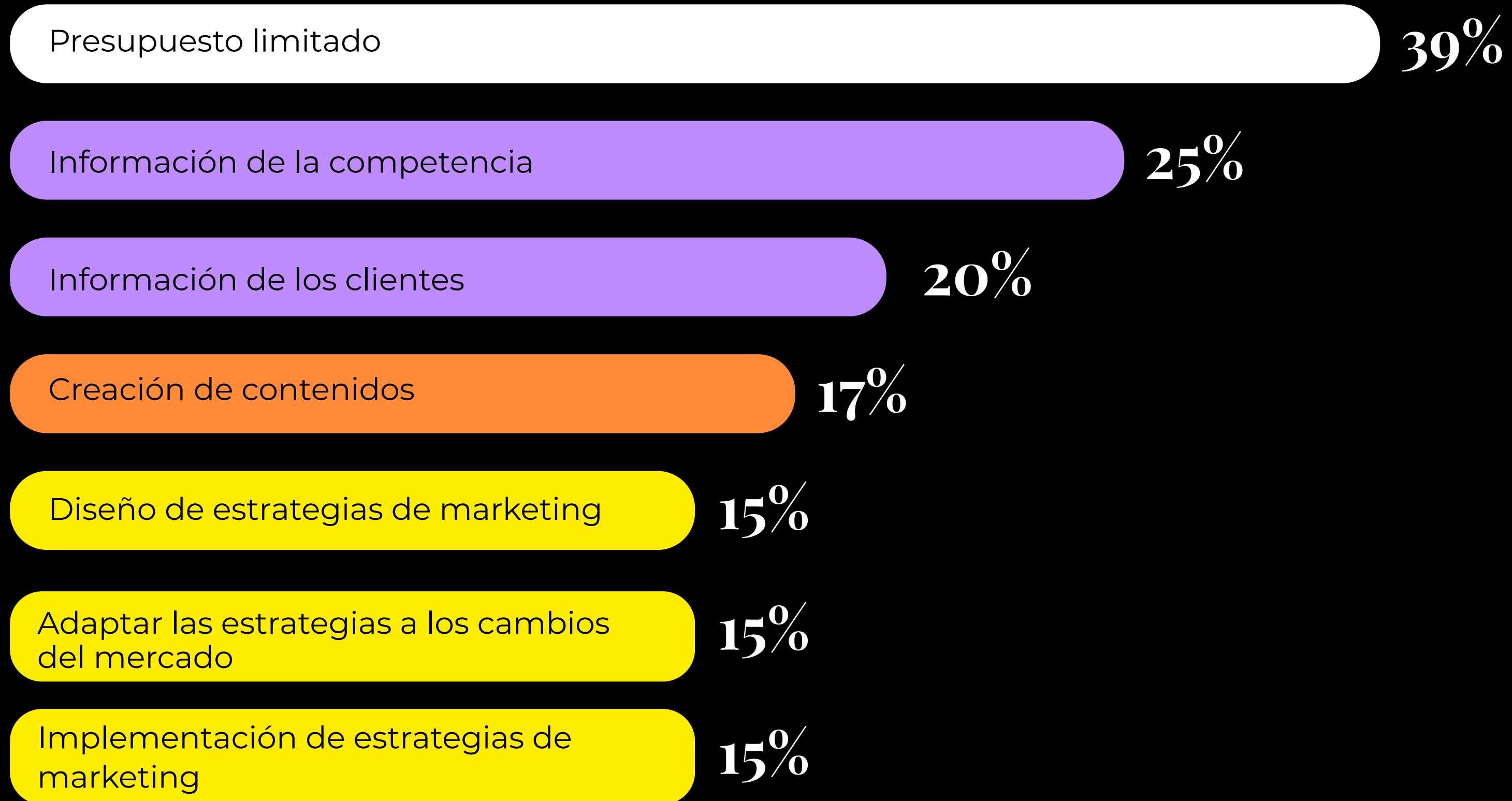
¿Cuáles son los principales objetivos de marketing hoy?

Principales objetivos del marketing



38.5% declara que “**branding vs resultados inmediatos**” es su segundo reto (luego de “crecer con presupuesto limitado”)

Principales dificultades del marketing actual



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

WWW.CARLOSJIMENEZ.NET

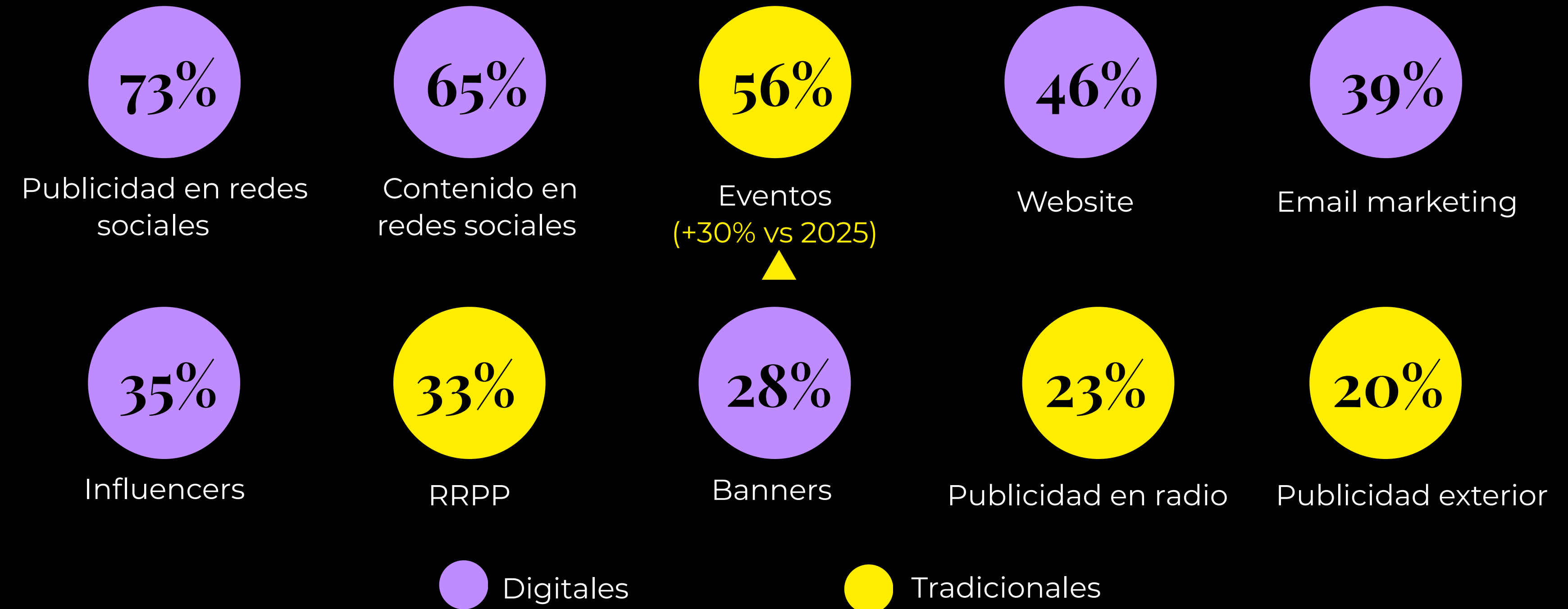


"El marketing de resultados funciona en una economía en crisis, pero para un mercado en crecimiento es como vivir de los ahorros: funciona, hasta que se acaban. Sin marca, sin experiencia y sin clientes fieles, cada venta cuesta más que la anterior."

Mejores prácticas del marketing

Prácticas actuales del marketing

Herramientas del marketing más usadas

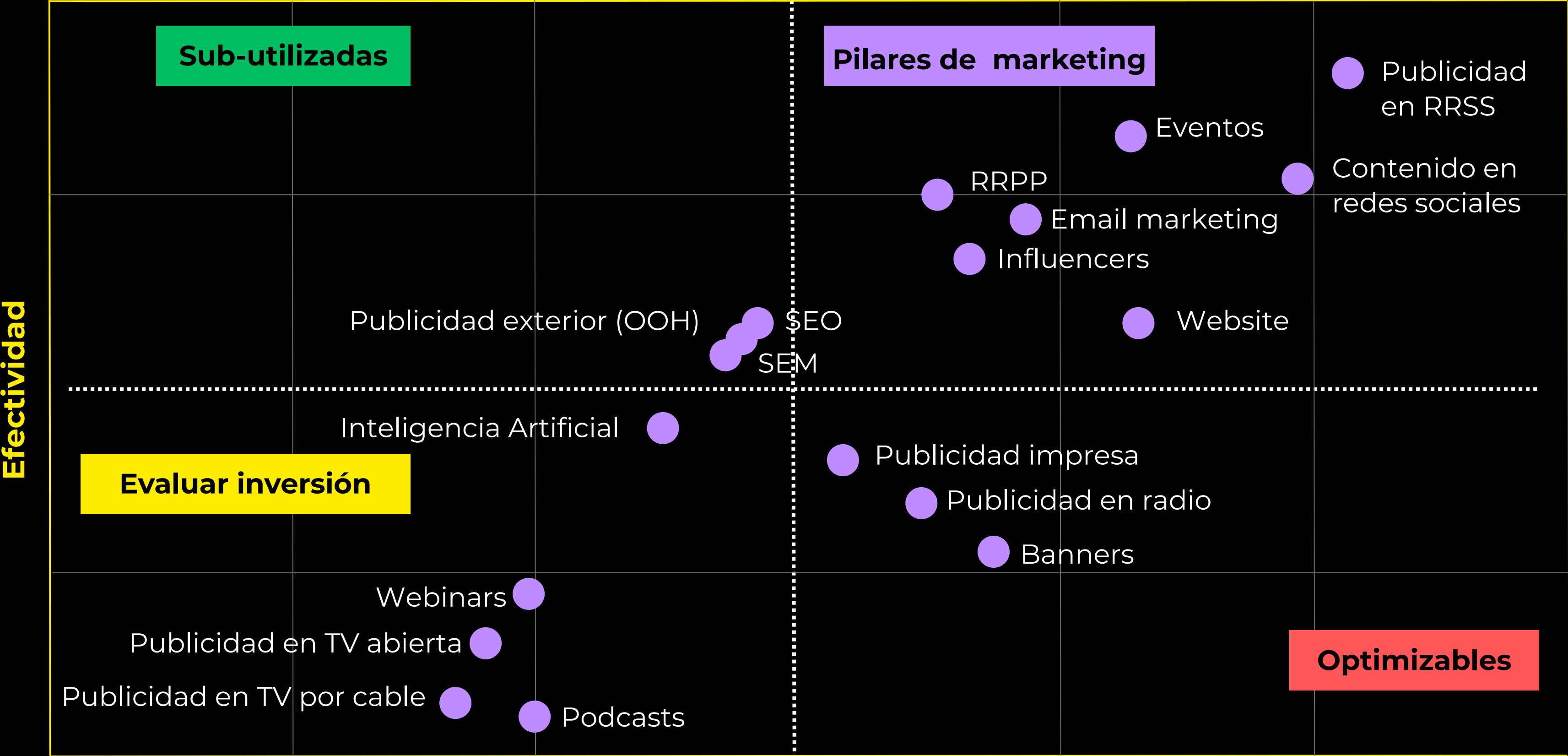


¿Cuáles de las siguientes herramientas de marketing utilizó tu empresa durante el último año?

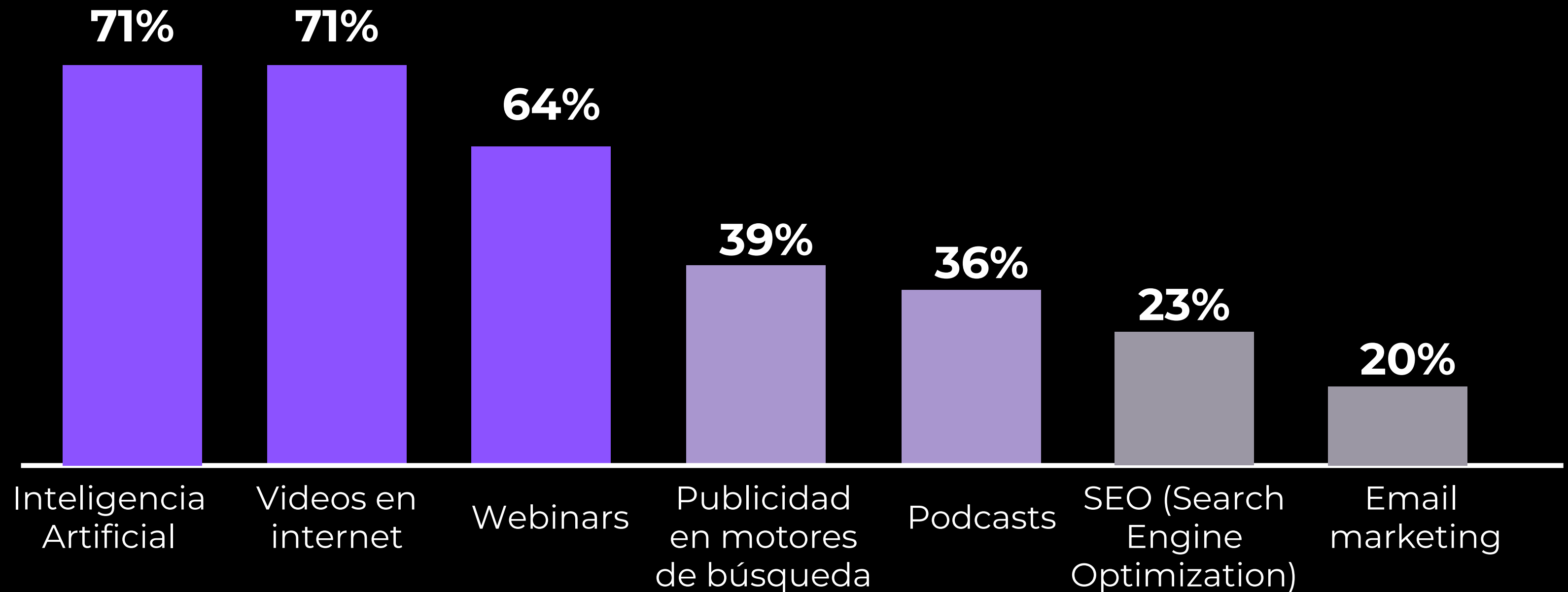
WWW.CARLOSJIMENEZ.NET

Prácticas que funcionan en el marketing

Efectividad de las herramientas de marketing



Herramientas con mayor crecimiento esperado

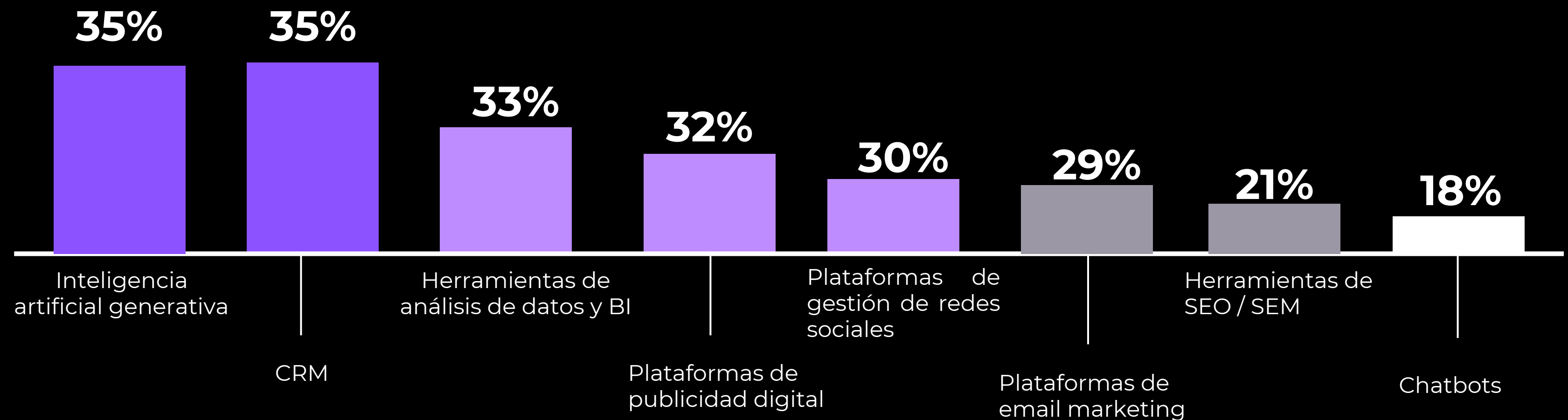




“La mejor práctica no es la herramienta más popular ni la más nueva, es la que genera resultados demostrables para tu negocio. El marketing de 2026 no premia al que más herramientas usa, sino al que mejor sabe cuáles usar (y cuándo dejar de usarlas)”

Tecnologías con impacto

Soluciones tecnológicas con mayor adopción



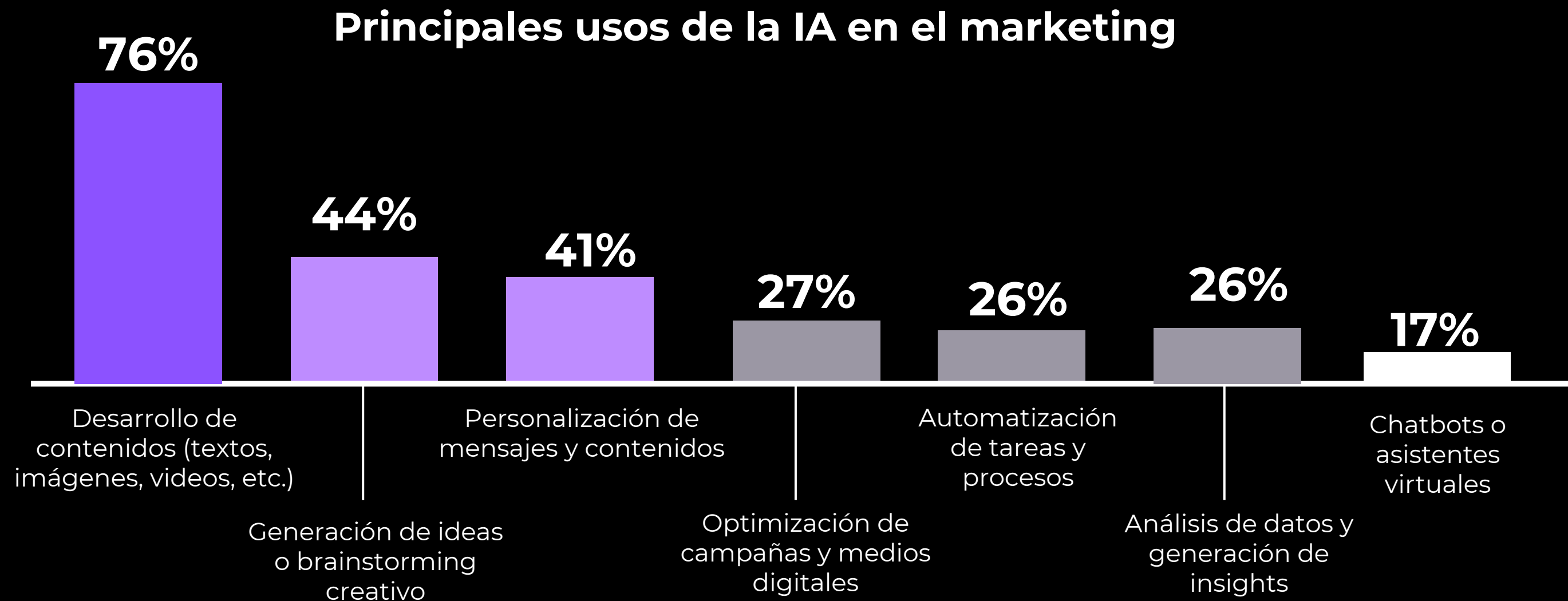
¿Cuáles de las siguientes soluciones tecnológicas utiliza actualmente tu empresa para apoyar sus actividades de marketing?

Usos de la IA en el marketing

56% está explorando con la IA o la usa en alguna actividad puntual.

21% declara estar integrada en varios procesos de marketing.

5% la considera una capacidad estratégica integrada en sus decisiones y operaciones.

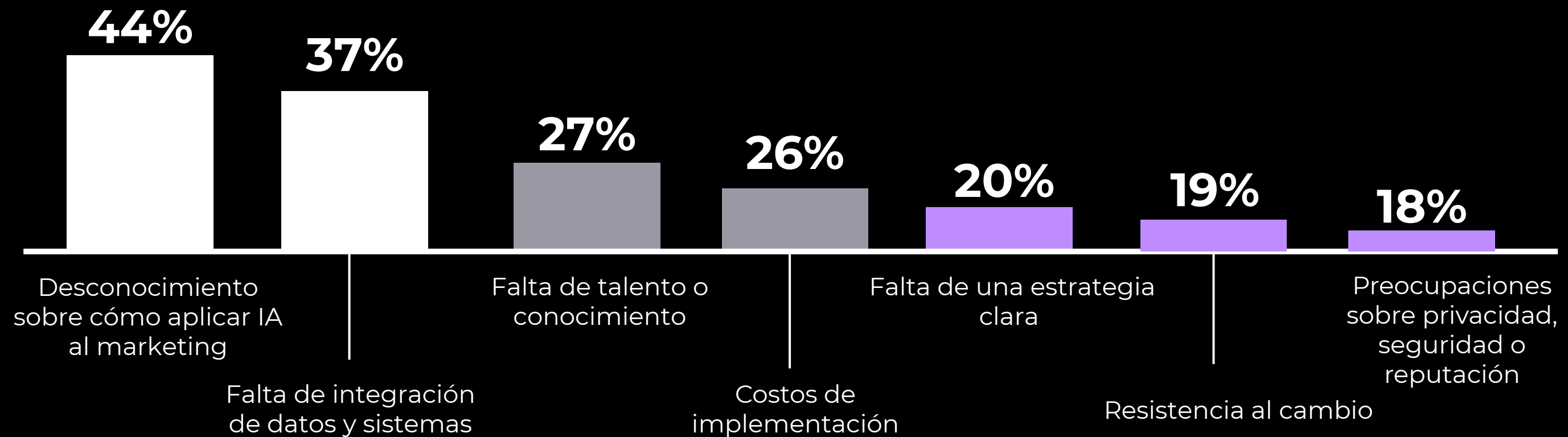


¿Para cuáles de las siguientes actividades utiliza actualmente inteligencia artificial en marketing?

¿Qué nivel de adopción tiene actualmente la inteligencia artificial en las actividades de marketing de tu empresa?

El TO DO list de la IA en el marketing

Principales barreras para la adopción de la IA



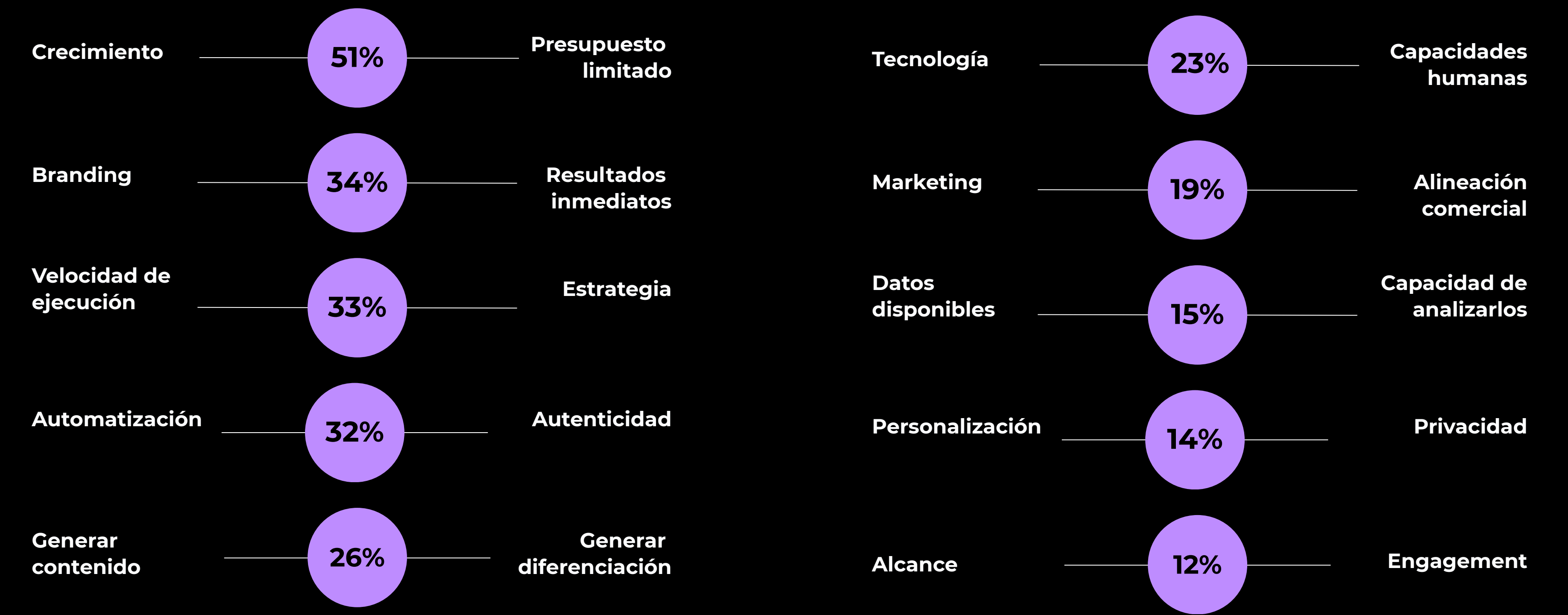
¿Cuáles consideras que son actualmente las principales barreras para aprovechar mejor la inteligencia artificial en marketing?



"La tecnología ya cambió el marketing — el problema es que la mayoría lo sabe pero pocos lo están aprovechando. Cerrar esa brecha digital no empieza con la herramienta más sofisticada: empieza con los datos que ya tienes y no estás usando."

Retos y Tendencias del Marketing

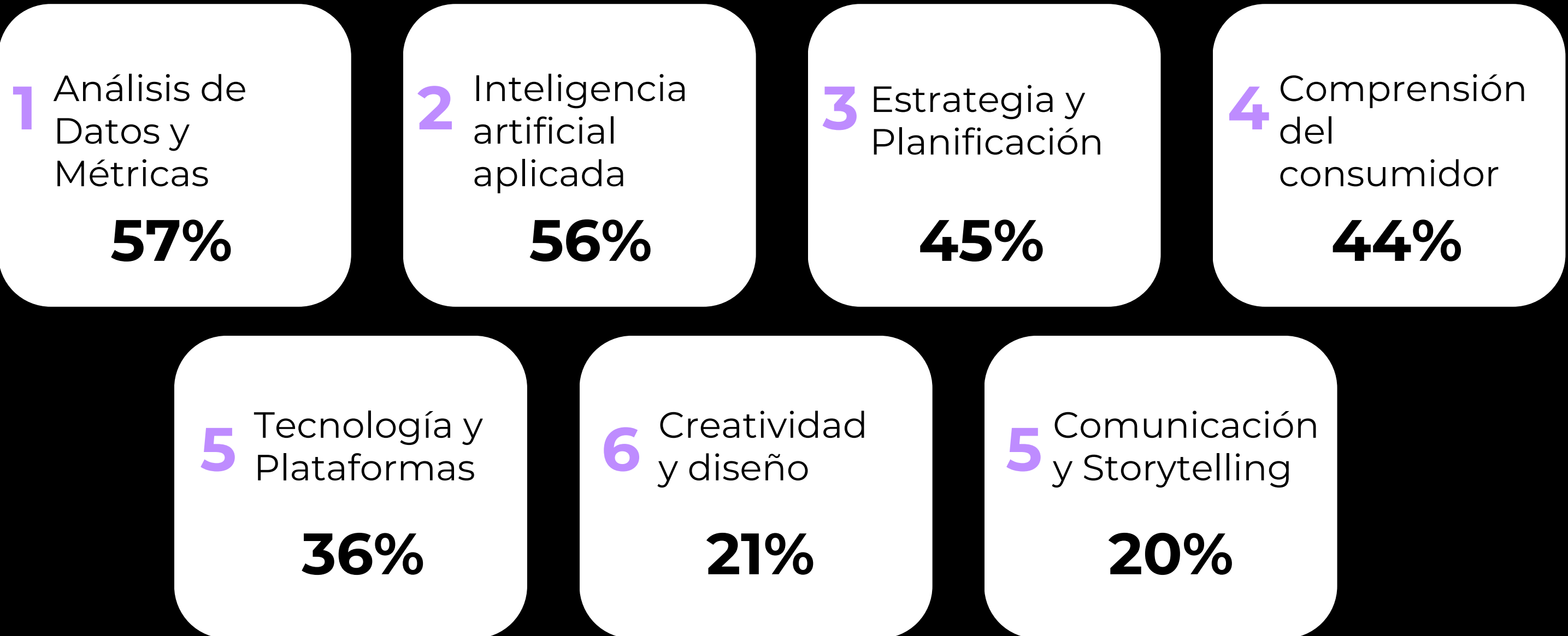
Principales tensiones que retan al marketing



¿Cuáles de estas tensiones representan hoy los mayores retos para el marketing de tu empresa?

7 habilidades para enfrentar los retos

50% de los profesionales considera que no tiene las habilidades para enfrentar los retos actuales.

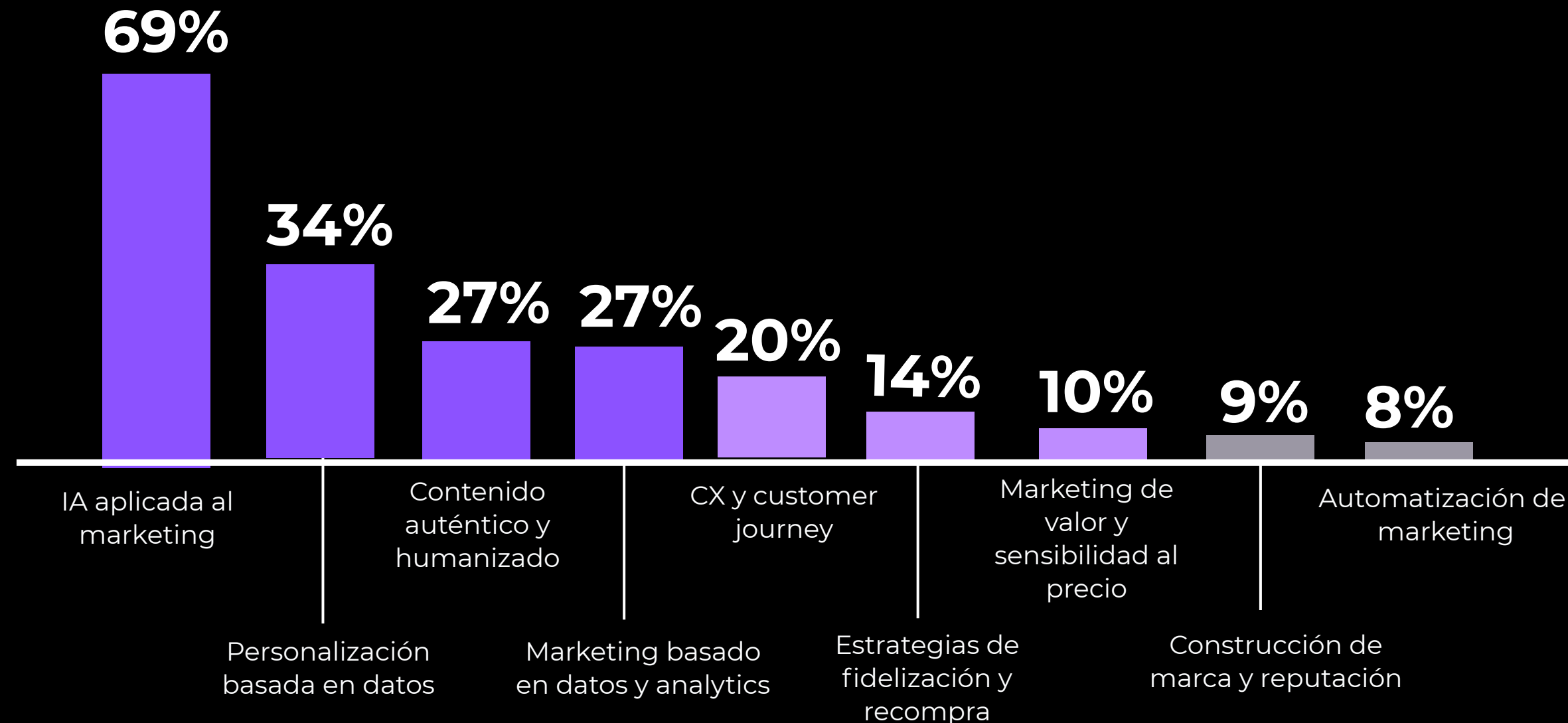


¿Sientes que tu equipo tiene las habilidades y la capacitación necesarias para afrontar los retos del marketing actual?

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

Tendencias del marketing

¿Cuáles consideras que serán las tendencias MÁS relevantes que transformarán el marketing en los próximos 12 meses?



Coincidencias con las tendencias globales: **Contenido auténtico y humanizado, personalización.**

Tendencias globales subvaloradas localmente: **Experiencia del cliente (CX), Influencers, GEO, branding, comunidades, retail media.**

Tendencias globales sobrevaloradas localmente: **IA ¿?, IA conversacional, marketing basado en valor**



Las tendencias no son una lista de cosas que hay que hacer, son una brújula para decidir dónde poner la atención. El marketero que intenta seguirlas todas no sigue ninguna bien. El que elige una o dos relevantes para su negocio, desarrolla las capacidades para ejecutarlas y las mide con rigor, estará haciendo buen marketing."

usøfu//



¿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



Podemos seguir esta conversacion en:
www.carlosjimenez.net

Intagram: @carlosjimeneznet
Email: hola@carlosjimenez.net