

The logo for i3D, featuring the letters "i3D" in a blue, sans-serif font. The "i" is a simple vertical bar, the "3" is a stylized number, and the "D" is a large, rounded letter with a white interior. A vertical blue line is positioned to the right of the "i3D" text.

ÍNDICE DE  
DESAFÍOS DIGITALES  
DEL DIRECTOR  
DE MARKETING

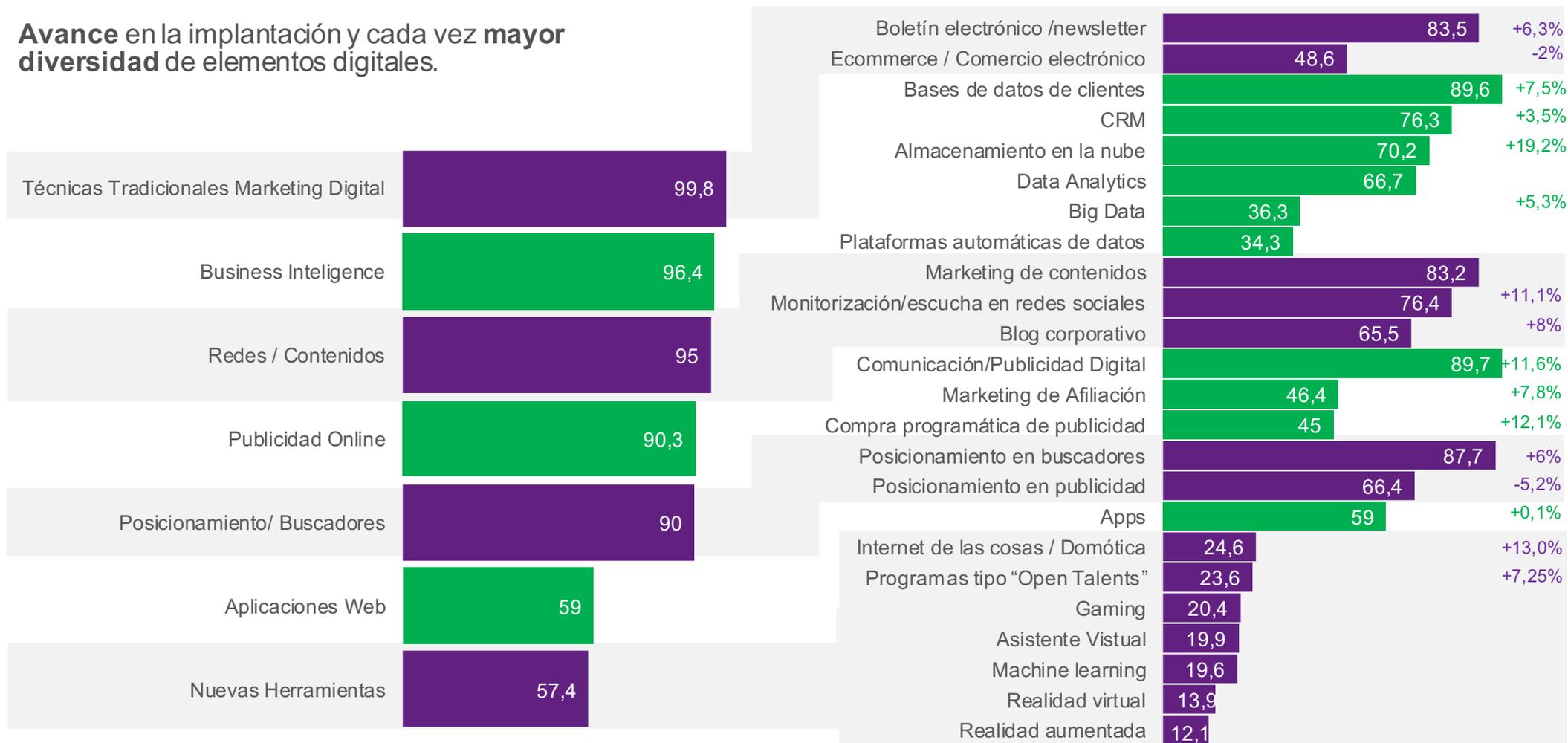
## Uso de herramientas en marketing digital



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



**Avance** en la implantación y cada vez **mayor diversidad** de elementos digitales.



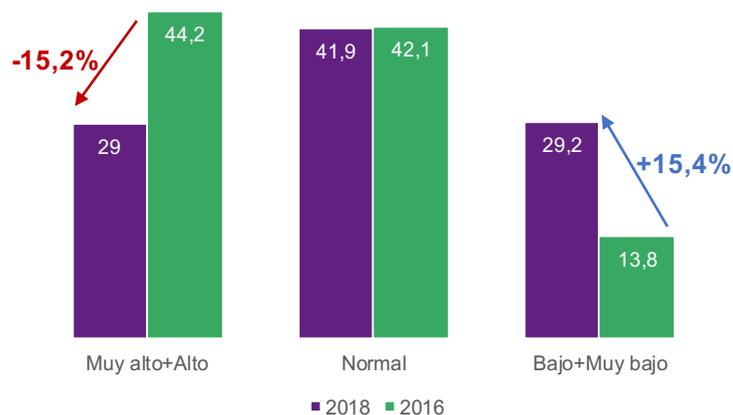
Las herramientas sin dato de variación son novedades en esta edición

## Percepción subjetiva del nivel de transformación digital de la compañía



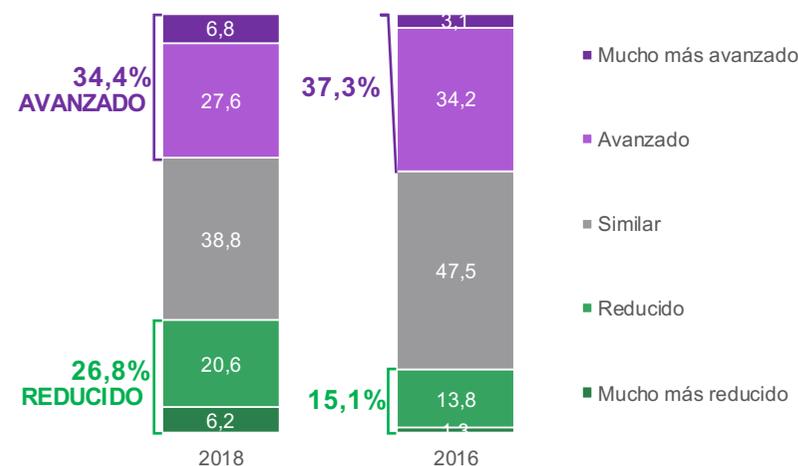
Considerando la **transformación digital** como un proceso de gestión que orienta la estrategia, la cultura, los procesos y las capacidades de una organización para canalizar la disrupción creada por la economía digital, desarrollar canales y capitalizar la nueva experiencia de cliente.

### Consideración del nivel de transformación digital



P7.-Respecto a su empresa, ¿Cuál consideras que es el nivel de transformación digital?

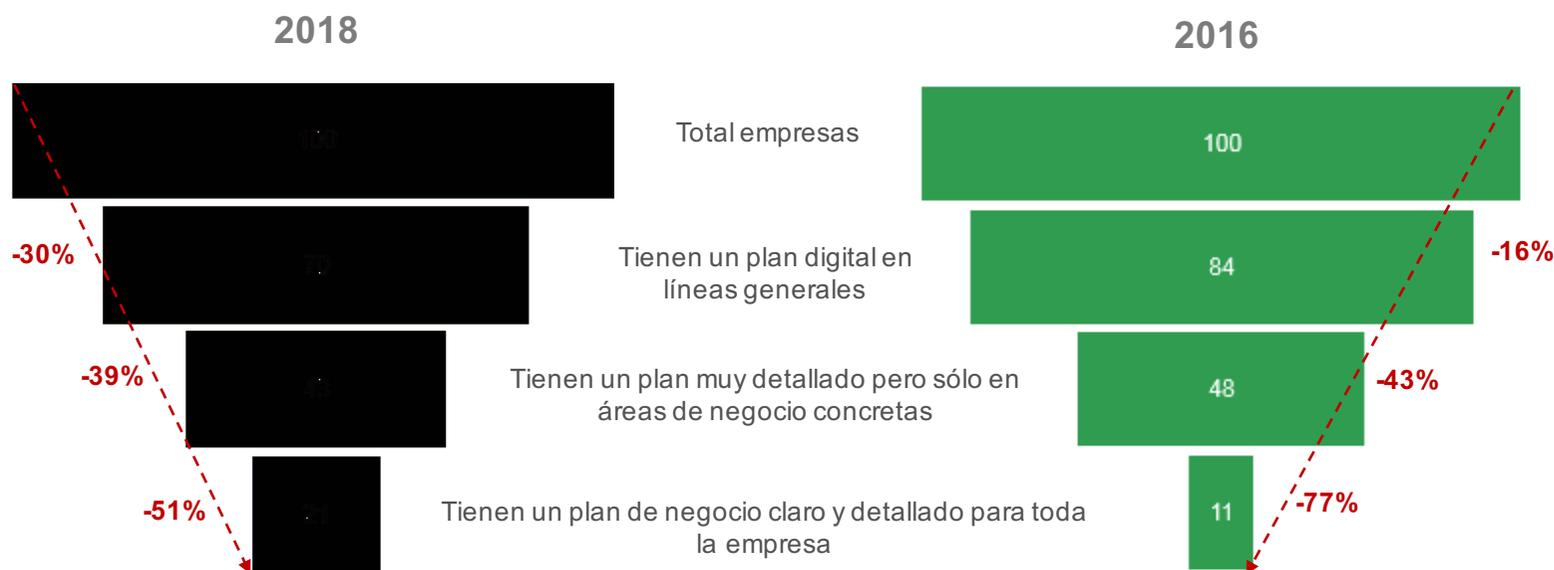
### Posicionamiento frente a la competencia en transformación digital



P9. ¿Cuál considera que es el nivel de desarrollo y transformación digital de su empresa comparado con el mercado (competidores y clientes)?

A pesar del avance en la implantación de herramientas digitales, **los directores de marketing son más críticos con su proceso de transformación digital**: disminución de los que dicen tener un nivel alto e incremento de la proporción que sienten que están por detrás del mercado en este proceso.

¿Existe un **plan de transformación digital** en su empresa?

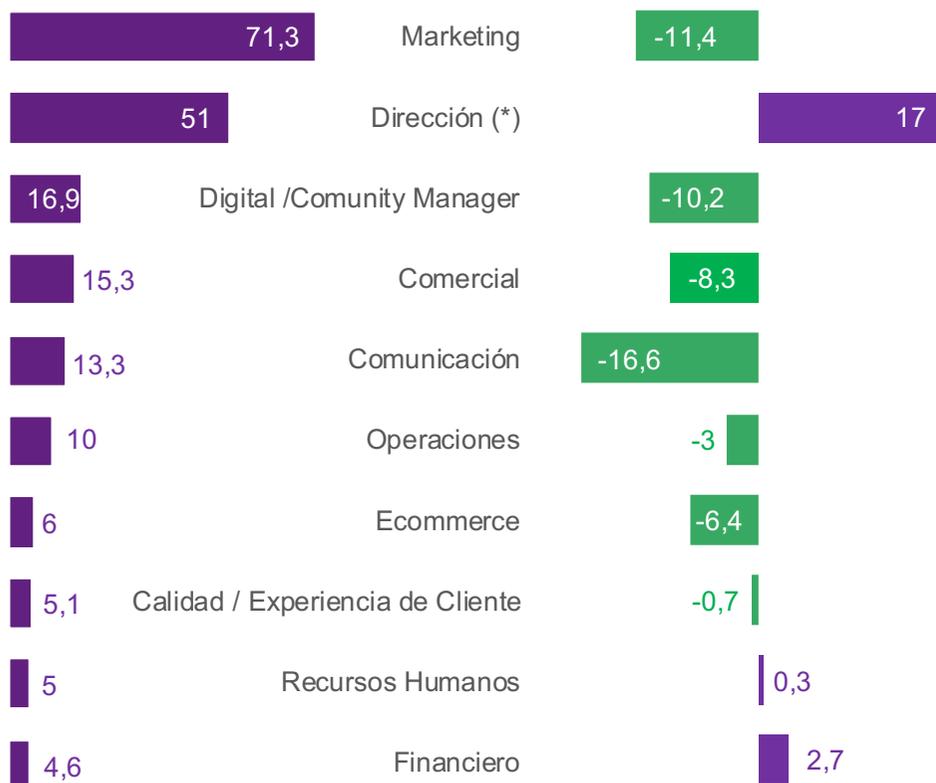


P.8. ¿Existe un plan de transformación digital en su empresa?

El proceso de digitalización **ha incrementado la brecha entre empresas**: por un lado, han aumentado las empresas que extienden el proceso de digitalización a toda la organización y, por otro, han disminuido las que tienen planes digitales parciales o sin desarrollar.

¿Qué departamentos **lideran la transformación digital** en su empresa?

## Evolución del liderazgo



(\*) Dirección: Comité de Empresa, Director/a General, CEO/Presidente/a

La preeminencia del liderazgo del área de Marketing en la transformación digital continúa siendo evidente, sin embargo, al igual que la mayoría de los actores, pierde peso en favor del mayor liderazgo de la Dirección.



Se mantiene la proporción de empresas que considera que **el nivel de participación del departamento de marketing es alto**.

2018

75,2%

2016

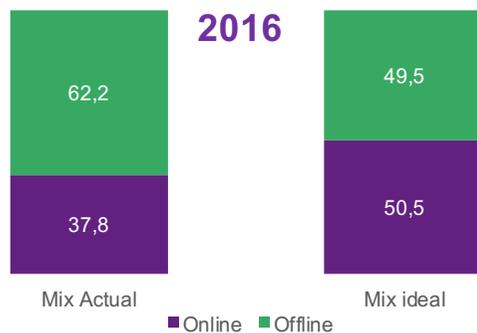
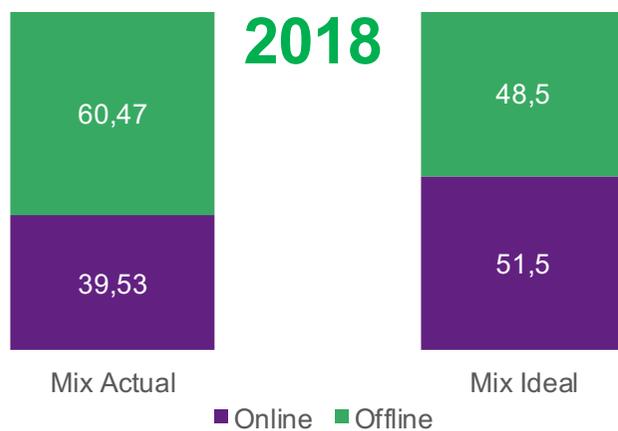
76,2%

Responden que el nivel de participación es “alto” o “muy alto”

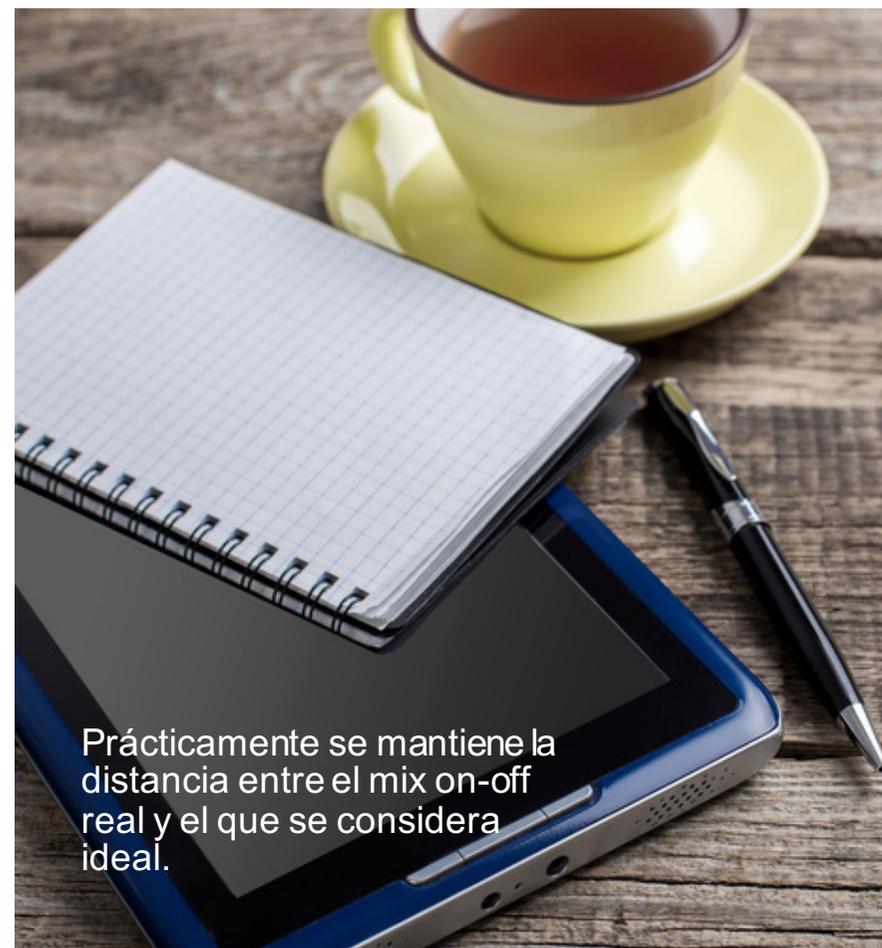
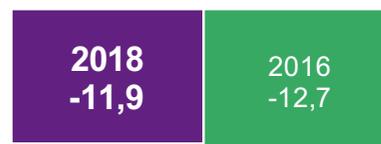


# Mix de inversión en Marketing

## Marketing tradicional vs. digital

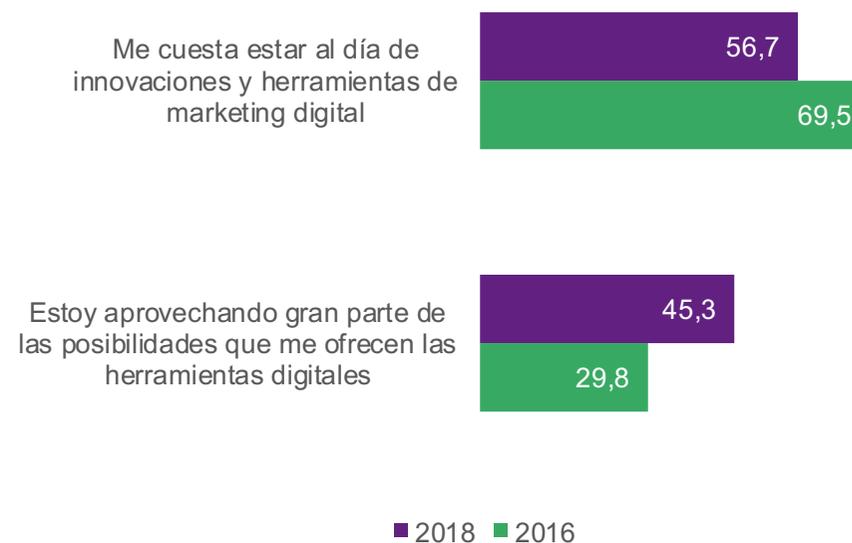


### Brecha digital



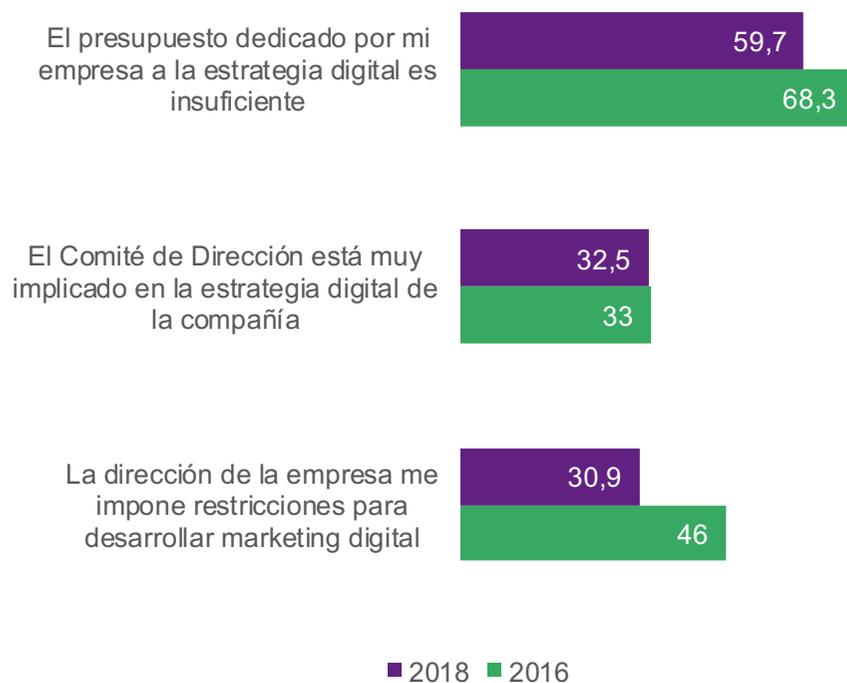


## Desafíos



Actitud más optimista ante el desafío: disminución de los problemas para estar al día y percepción de un mayor rendimiento de las posibilidades de las herramientas digitales.

## Empresa



**Actitud más positiva de las empresas:** más cuentan con un presupuesto suficiente y no tienen restricciones para el desarrollo del marketing digital





## Estructura

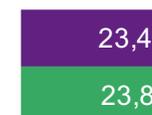
El dpto. de marketing debería liderar el desarrollo digital en mi empresa



Me parece importante contar con personas jóvenes (nativos digitales)



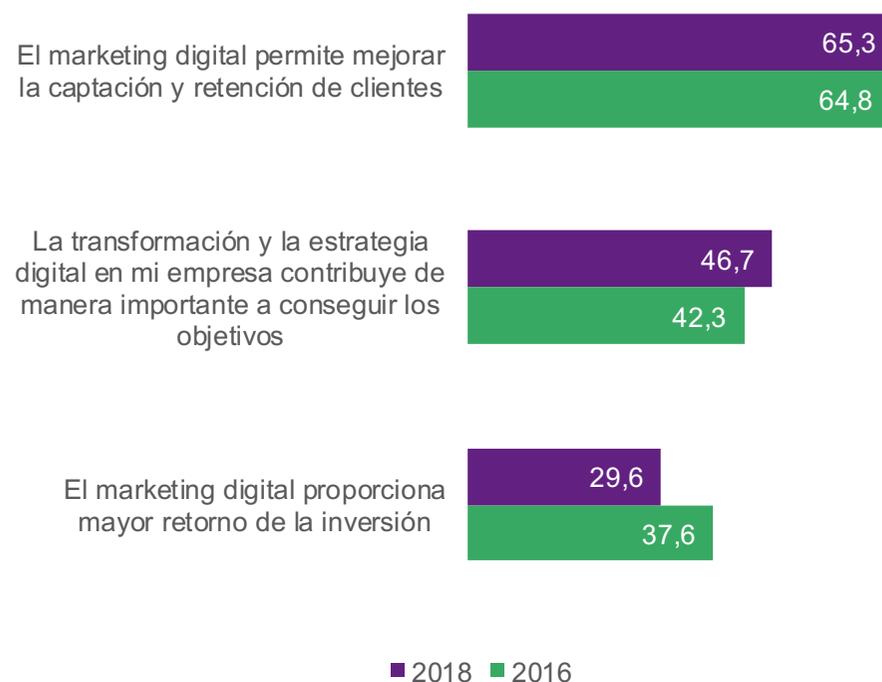
Creo que es mejor internalizar las actividades de marketing digital



■ 2018 ■ 2016

Continúan siendo minoritarios los que optan por la internalización, aumentando los que apuestan por **asumir el liderazgo e incorporar a jóvenes digitales.**

## Retorno y objetivos



Aumenta la percepción de la utilidad de la transformación digital para **alcanzar objetivos**, aunque en menor medida esté acompañada de un mayor retorno de la inversión.

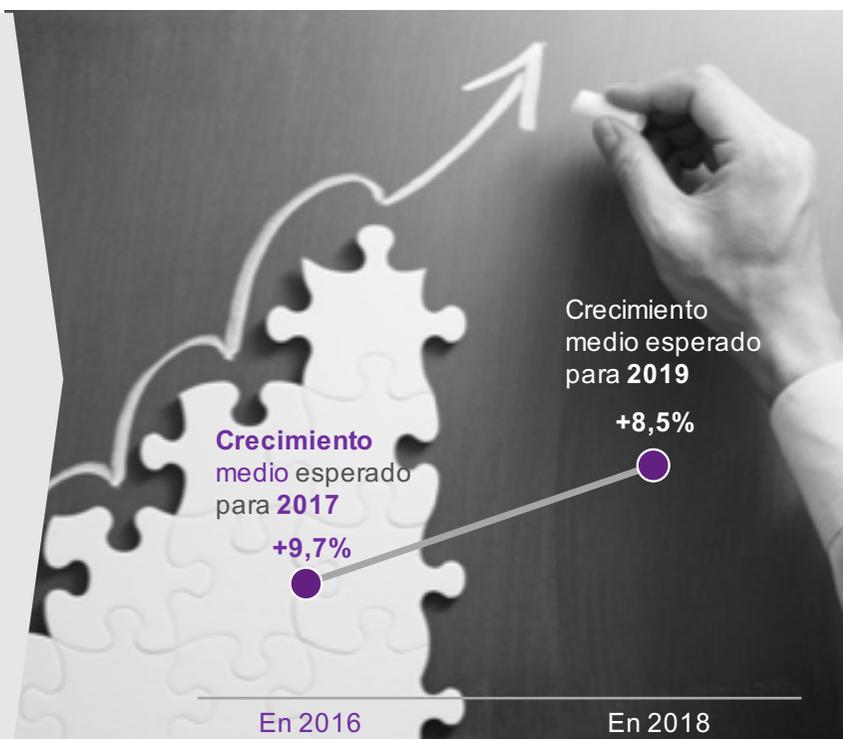
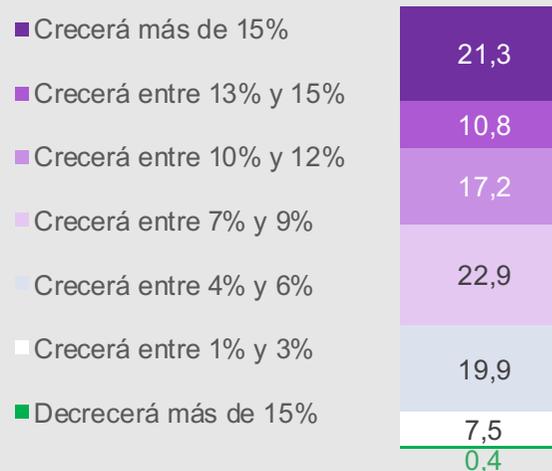


El **crecimiento medio** de la actividad de marketing digital esperado para 2019 es de un **8,5%**.

¿Cómo será tu actividad de marketing digital **en el año 2019** respecto a 2018?



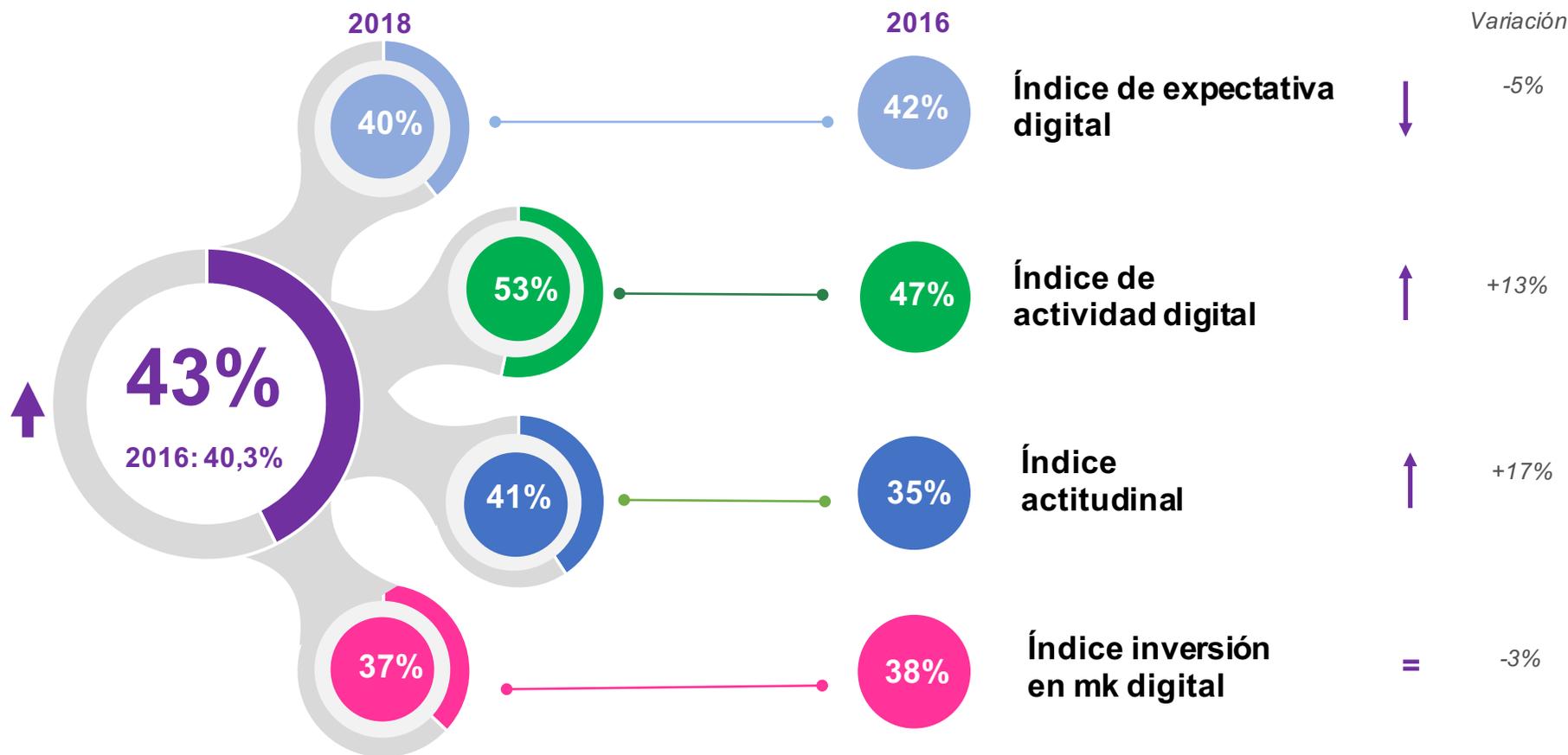
¿En qué porcentaje **CRECERÁ o DECRECERÁ?**



# Índice i3D



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



El índice **crece** tres puntos porcentuales, detrás están **una actitud más positiva**, un **incremento de actividad** y un **mantenimiento de la inversión**. Sólo se produce un retroceso en las expectativas: probablemente los avances ya realizados aminoren las expectativas para los próximos años.

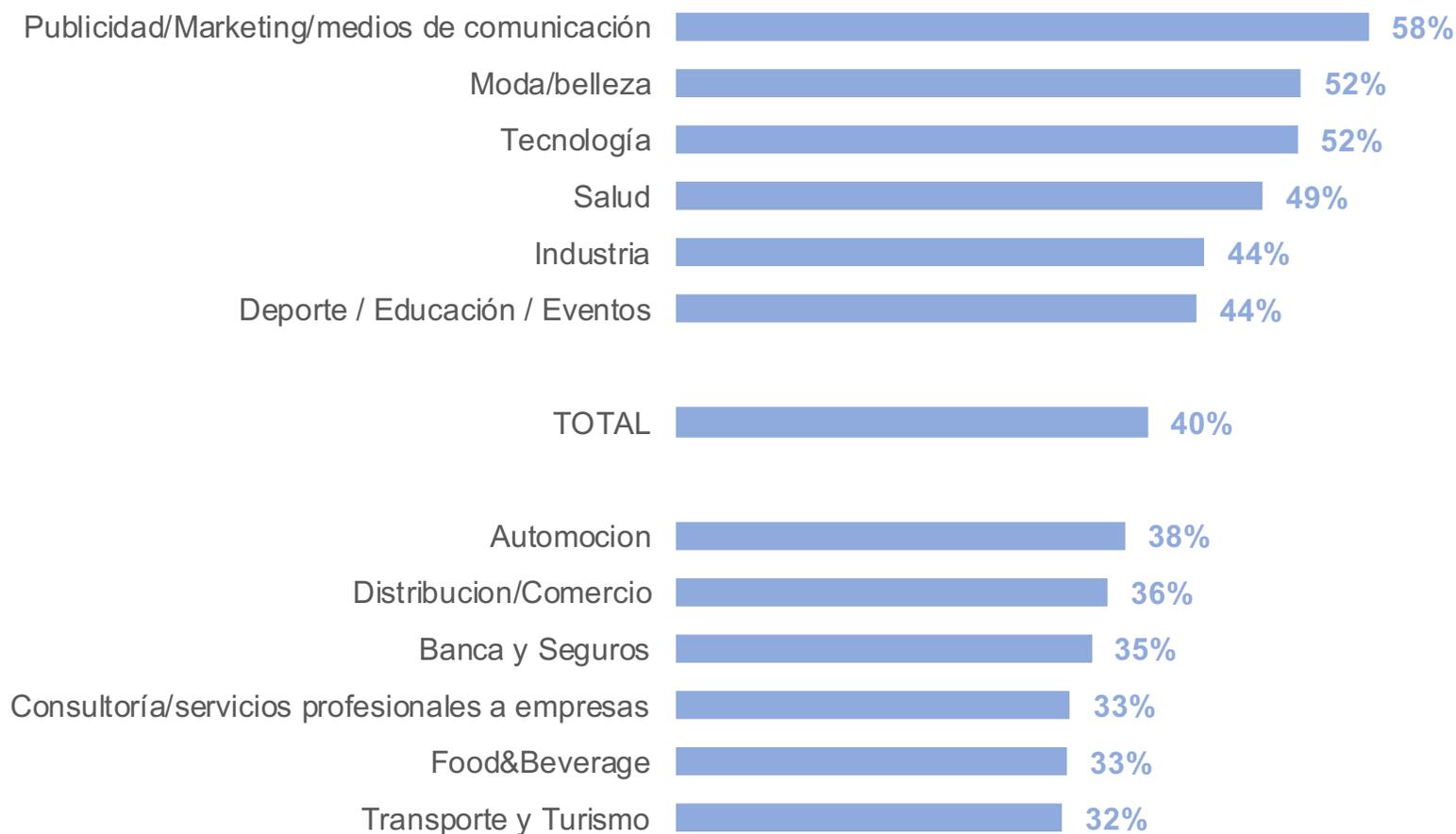
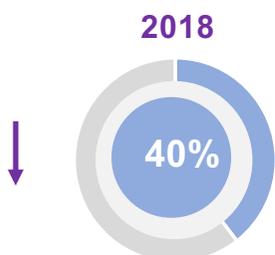
# Índice i3D. Diferencias sectoriales



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



## Índice de expectativa digital



# Índice i3D. Diferencias sectoriales

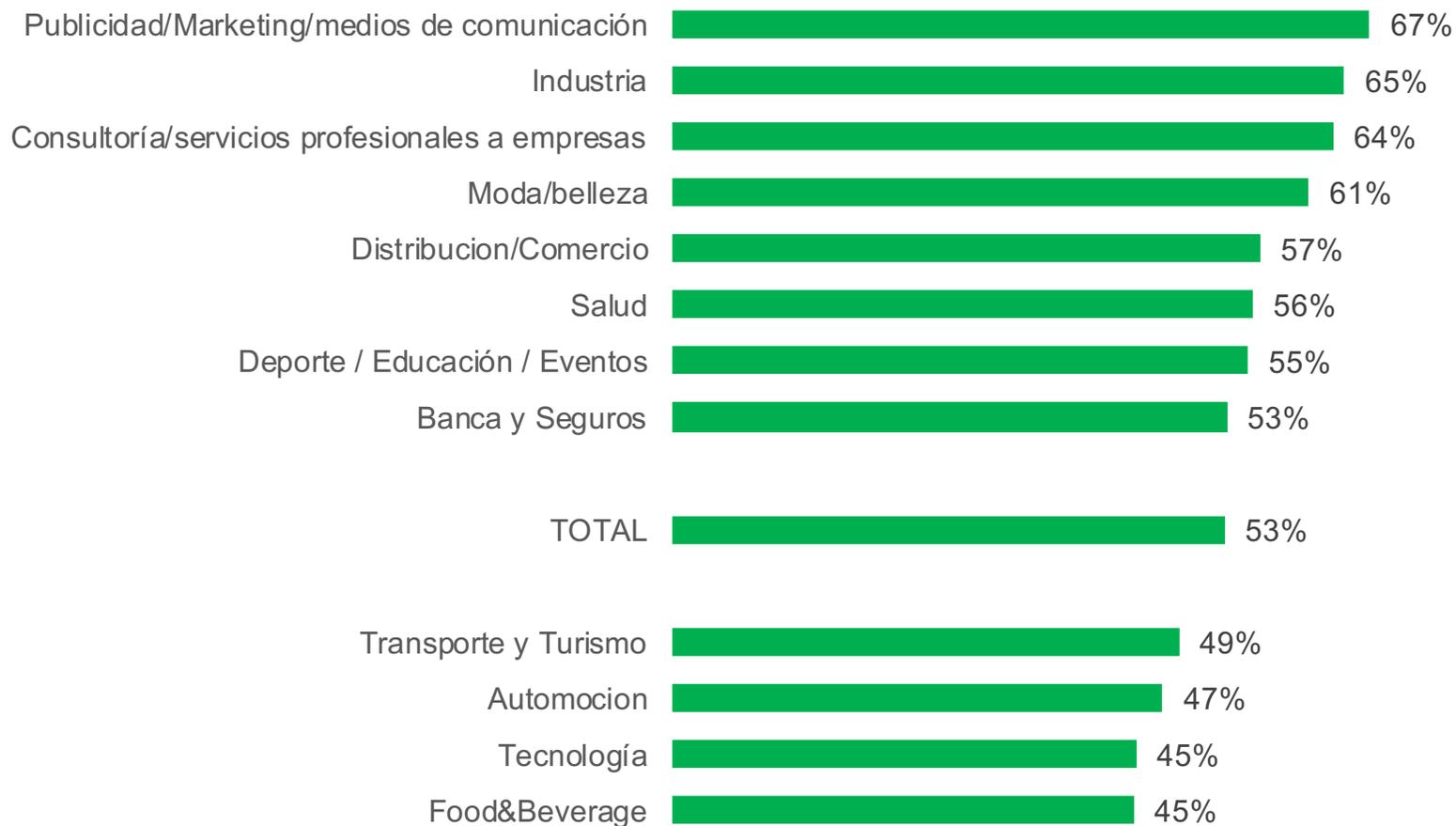
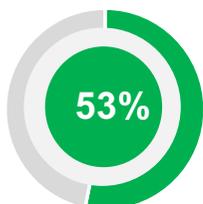


ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



## Índice de actividad digital

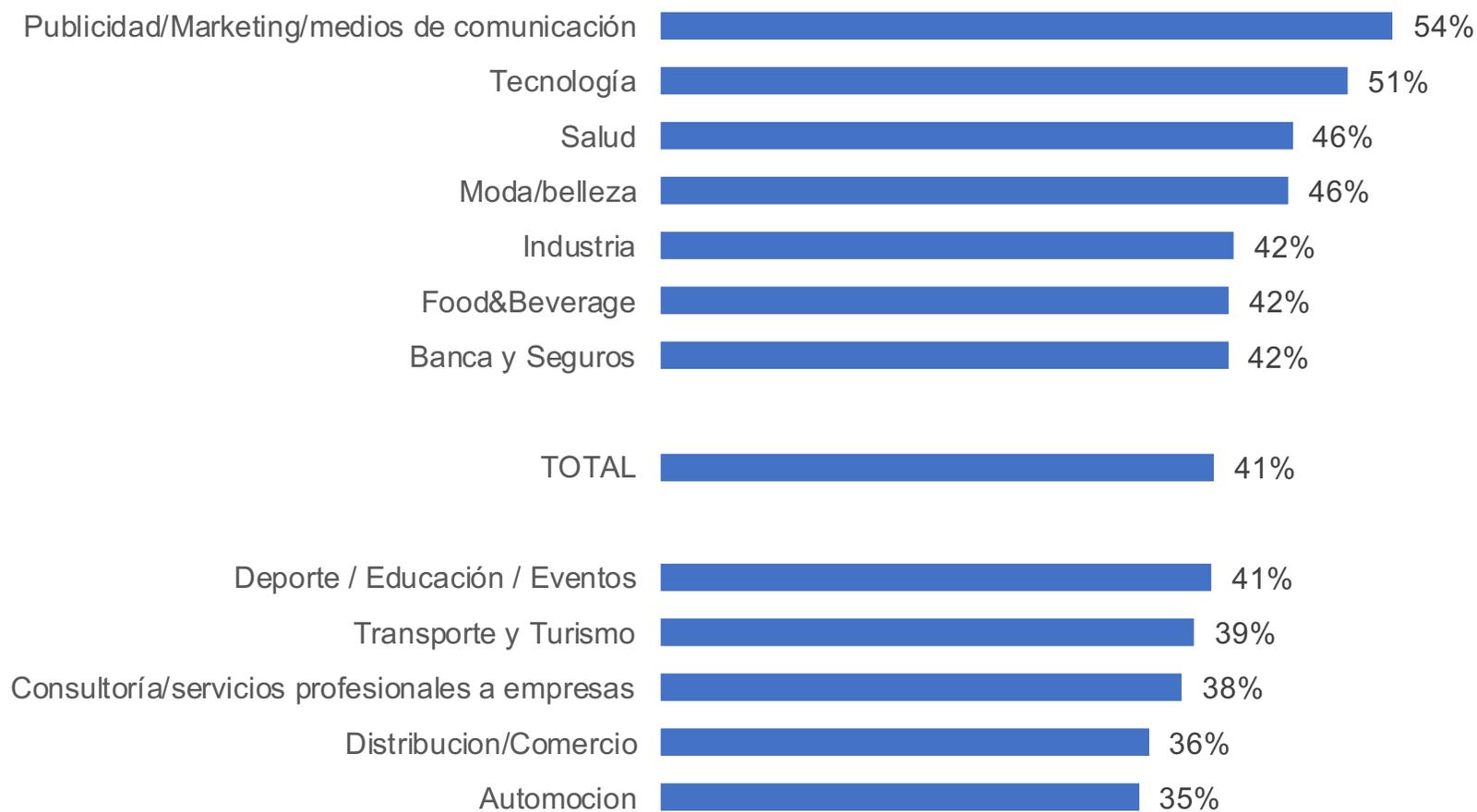
2018



# Índice i3D. Diferencias sectoriales



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



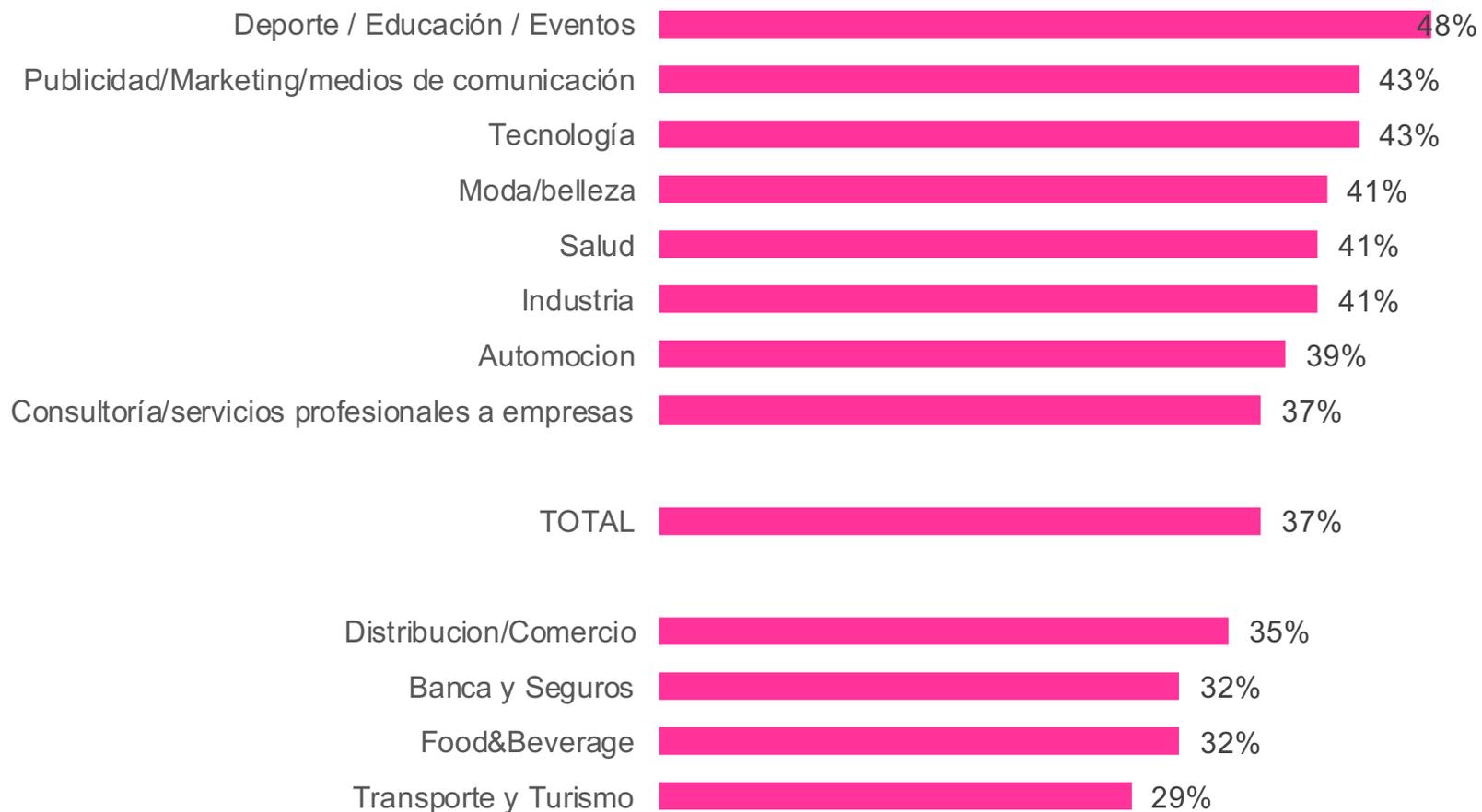
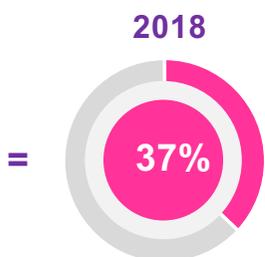
# Índice i3D. Diferencias sectoriales



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



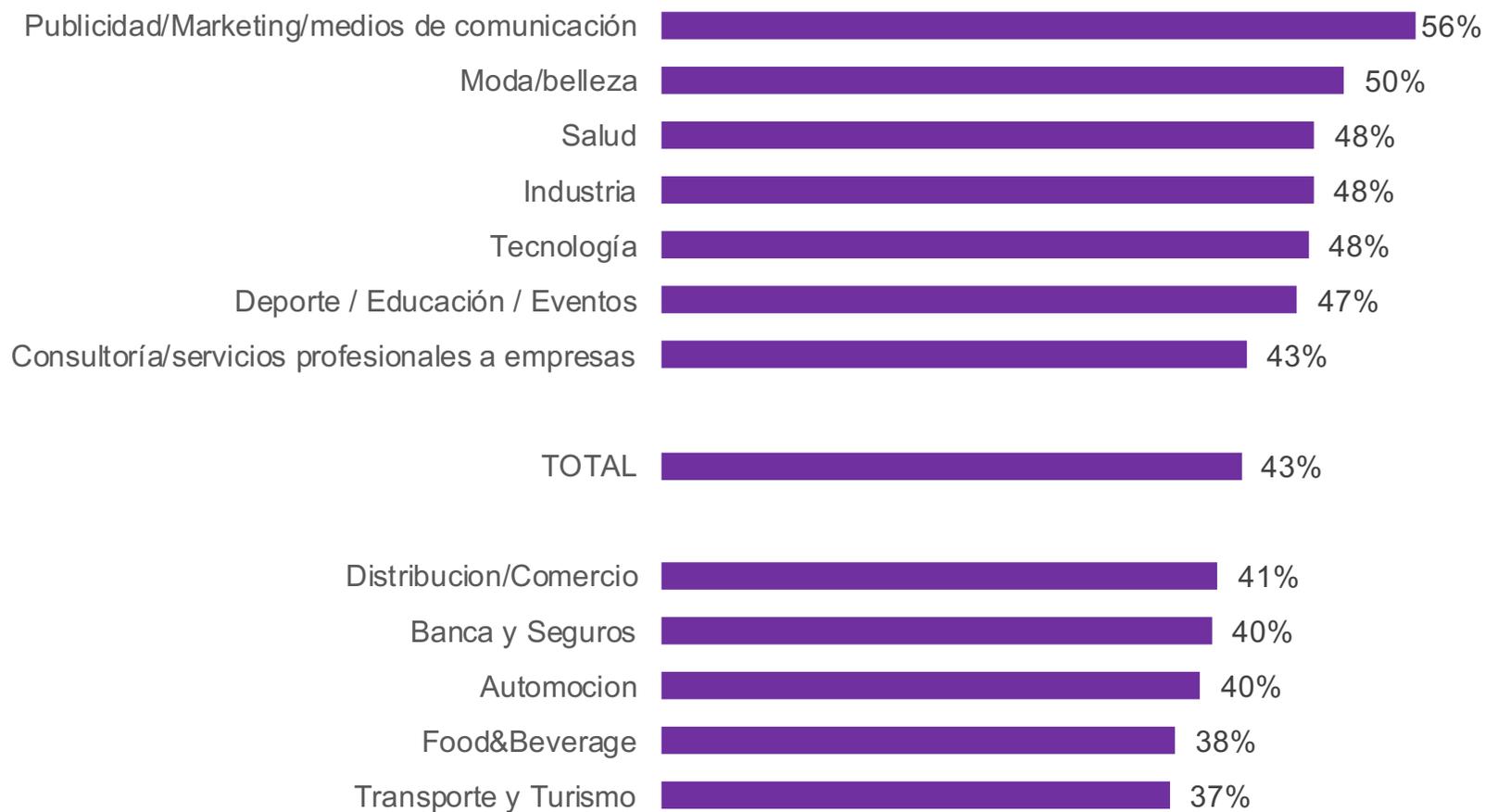
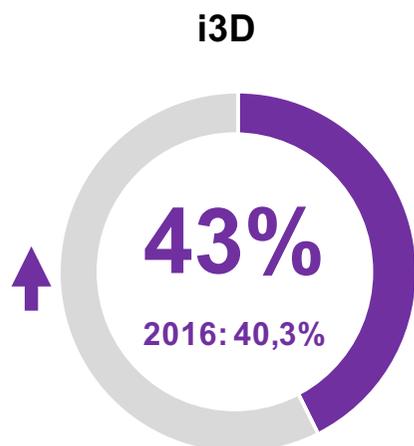
## Índice inversión en mk digital



## Índice i3D. Diferencias sectoriales



ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA



El **ligero avance** del índice de Transformación Digital dibuja claramente el efecto de **dos fuerzas antagónicas**.



**actitudes más positivas** hacia el proceso de digitalización

implantación de **herramientas digitales** cada vez **más numerosas y diversas**.  
Aunque... ¡¡el e-commerce no avanza!!

**mantenimiento de la inversión** y un **ligero descenso de las expectativas** de crecimiento para el próximo año

Los avances de los últimos años, claros tras la importante implantación de nuevas herramientas, es probablemente uno de los lastres de las expectativas para los próximos años: **el punto de partida de estas previsiones es mucho más positivo**, haciendo menos urgentes crecimientos mayores.

Aun así, esto no significa que los Directores de Marketing consideren el reto cumplido. Con **mejor actitud** y más **acompañados en su liderazgo** por toda la organización, son conscientes del **mucho trabajo pendiente** para sortear los múltiples desafíos que supone la transformación digital (sólo 1 de cada 3 consideran que el nivel alcanzado por su empresa es alto o muy alto). Ellos, como el Índice, apuntan a que continua habiendo **un largo camino por recorrer**.

The logo for i3D, featuring the letters "i3D" in a blue, lowercase, sans-serif font, with a vertical line to the right of the "D".

ÍNDICE DE  
DESAFÍOS DIGITALES  
DEL DIRECTOR  
DE MARKETING