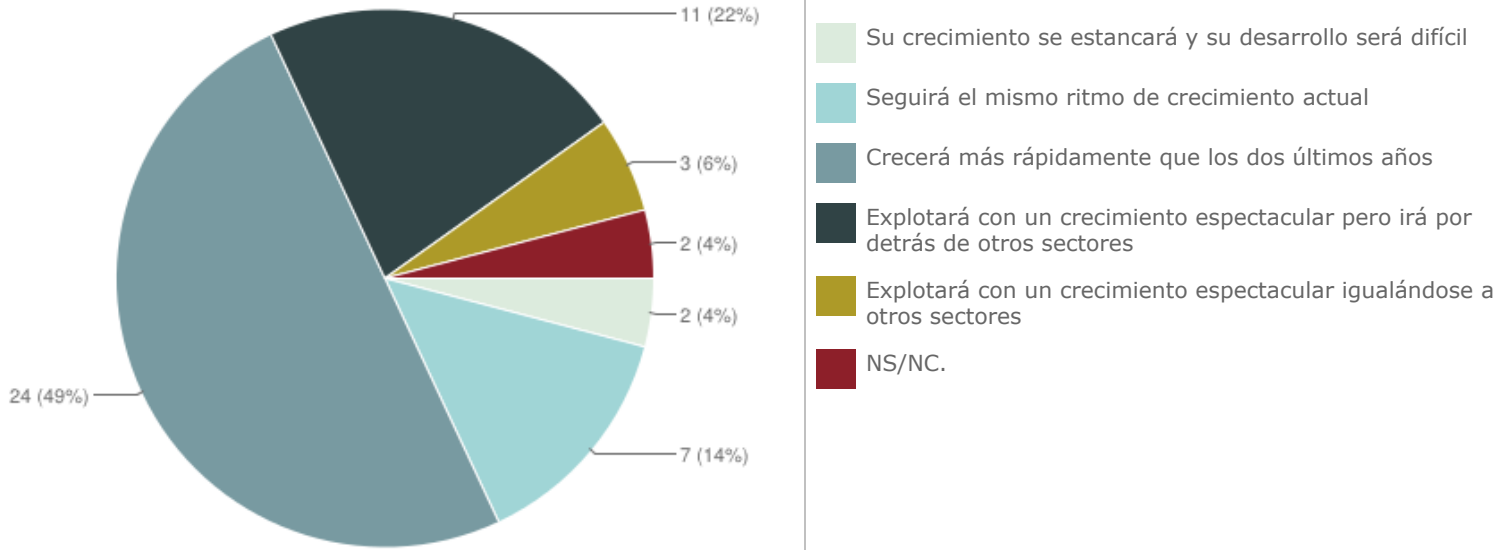


La publicidad de salud en el entorno digital

La publicidad de salud en el entorno digital. 2ª encuesta de la Asociación Española de Agencias de Publicidad de Salud (AEAPS).

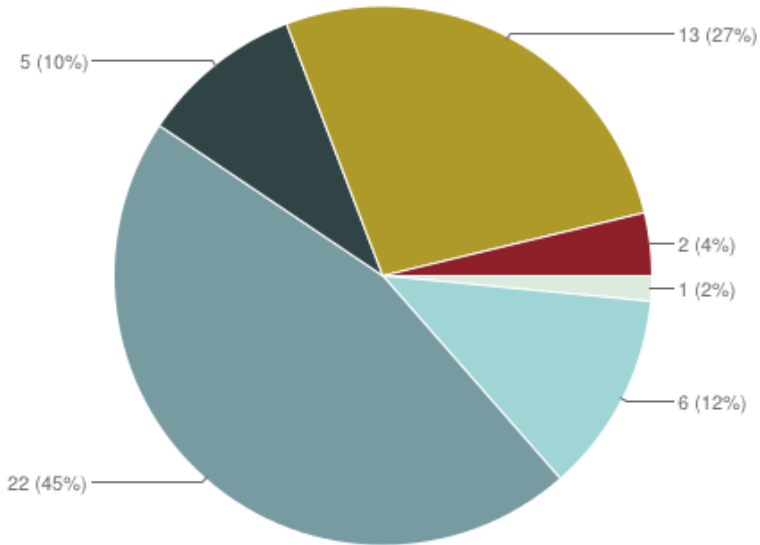
1. Desarrollo Digital en Publicidad Farmacéutica

¿Cuál es a tu juicio el futuro de la comunicación digital en el campo de la publicidad farmacéutica en España en los próximos dos años?



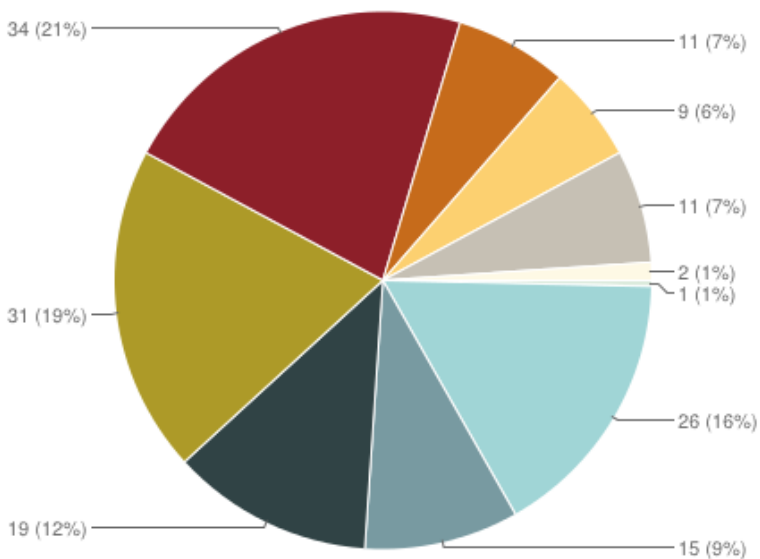
2. Desarrollo Digital en Publicidad de Salud

¿Cuál es a tu juicio el futuro de la comunicación digital en el campo de la publicidad de salud en alimentación, cosmética, wellness, en España en los próximos dos-tres años?



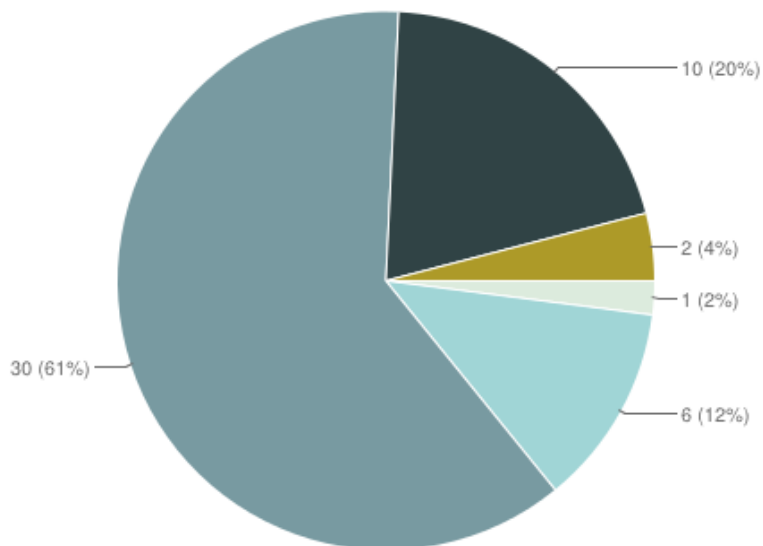
- Su crecimiento se estancará y su desarrollo será difícil
- Seguirá el mismo ritmo de crecimiento actual
- Crecerá más rápidamente que los dos últimos años
- Explotará con un crecimiento espectacular pero irá por detrás de otros sectores
- Explotará con un crecimiento espectacular igualándose a otros sectores
- NS/NC.

3. A tu juicio, ¿qué áreas de la comunicación digital crecerá más, en comunicación de salud? (Puedes seleccionar más de una opción)



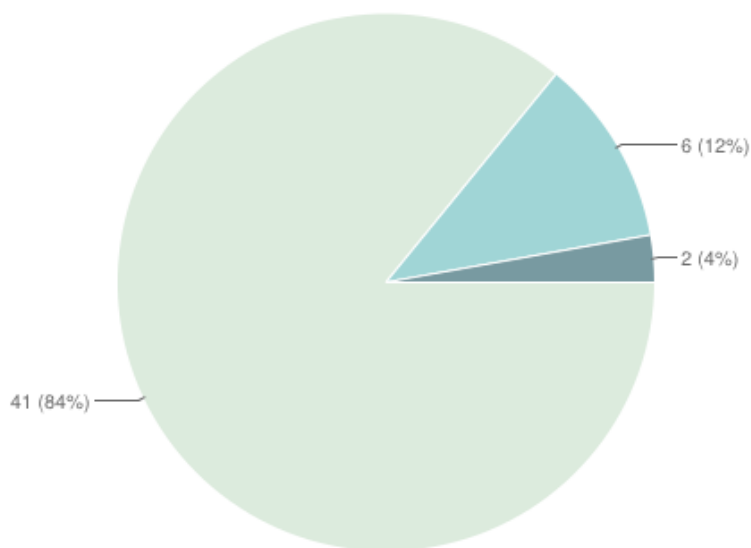
- Publicidad display
- Redes sociales
- Comunidades virtuales
- PR digital/reputación online/bloggers
- Marketing mobile/apps
- Canal ipad/Tablet como herramienta de venta
- Consultoría digital
- Campañas en buscadores/SEM
- E-mail marketing
- NS/NC.

4. ¿Qué lugar ocupa el desarrollo digital de tu agencia en su estrategia de negocio?



- No es prioritario
- Es una entre otras prioridades
- Es una prioridad importante
- Es de importancia capital por encima de cualquier otra
- NS/NC.

5. ¿Ha invertido tu agencia en recursos digitales en los dos últimos dos años? (incorporación de personal, formación digital para el staff, tecnología y herramientas digitales)

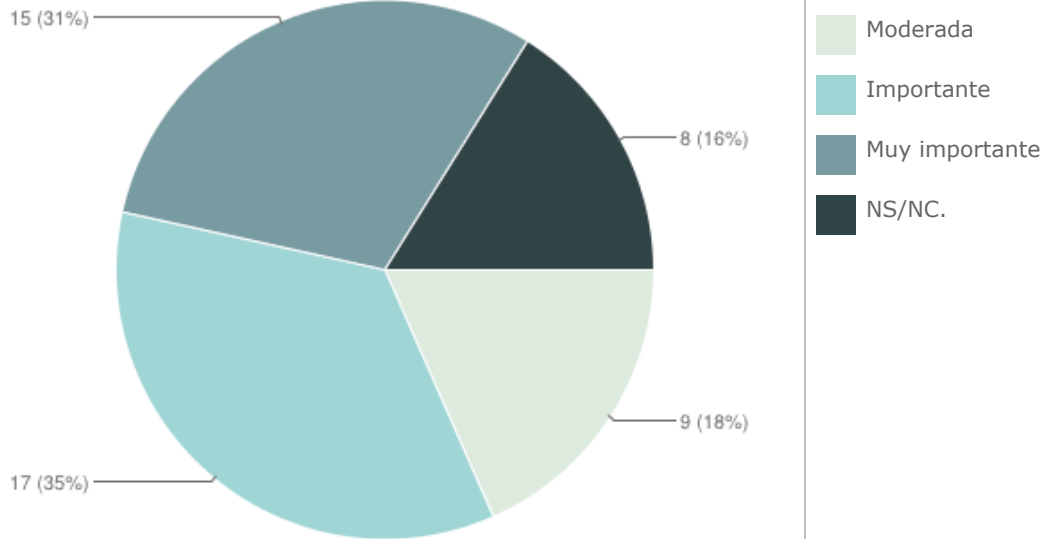


- Sí
- NO
- NS/NC.

Si en la pregunta 5 has contestado SÍ.

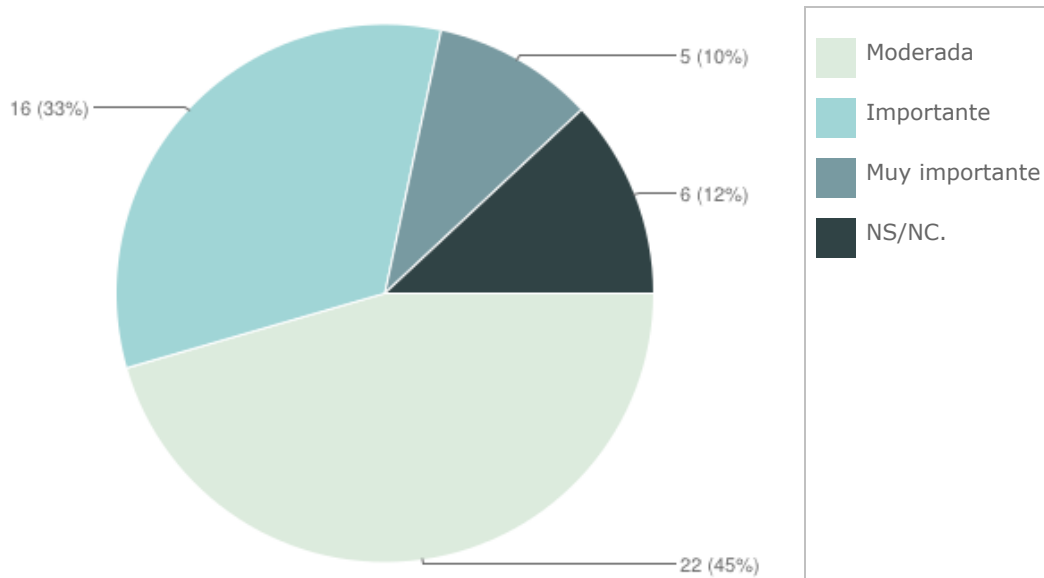
6. ¿Cuál ha sido la inversión en recursos digitales en tu agencia durante los últimos dos años?

6.1 En recursos humanos:



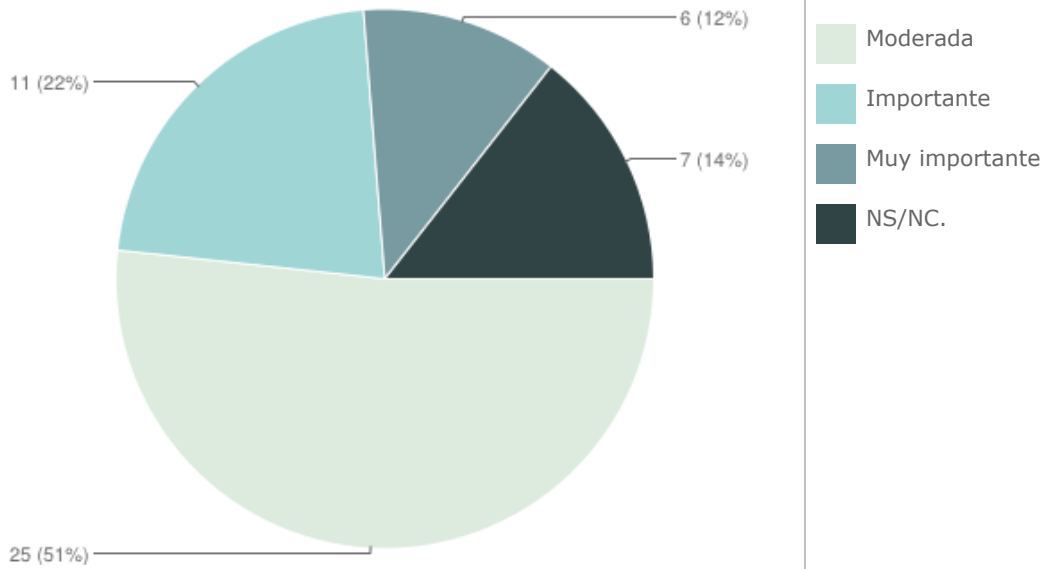
6. ¿Cuál ha sido la inversión en recursos digitales en tu agencia durante los últimos dos años?

6.2 En tecnología y herramientas digitales:

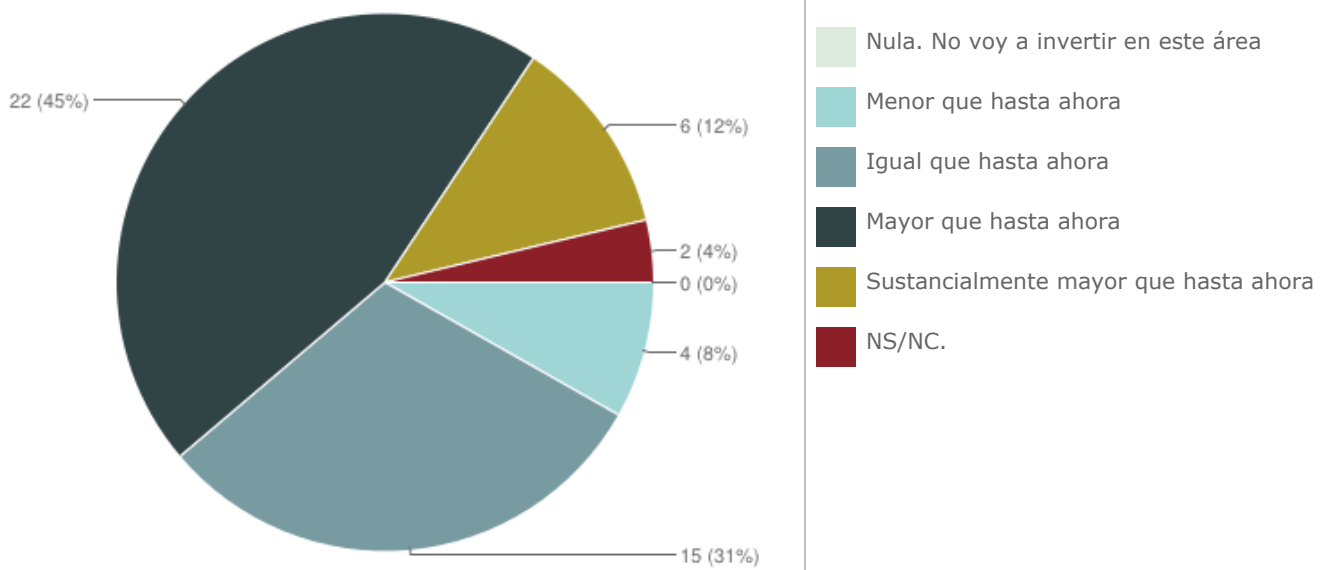


6. ¿Cuál ha sido la inversión en recursos digitales en tu agencia durante los últimos dos años?

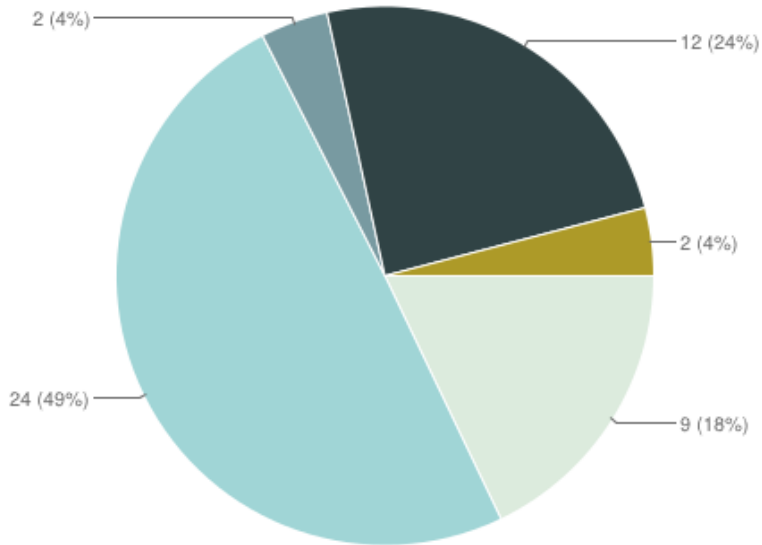
6.3 En formación digital:



7. En los próximos dos años la inversión en recursos digitales en tu agencia va a ser, con respecto a la de los años anteriores

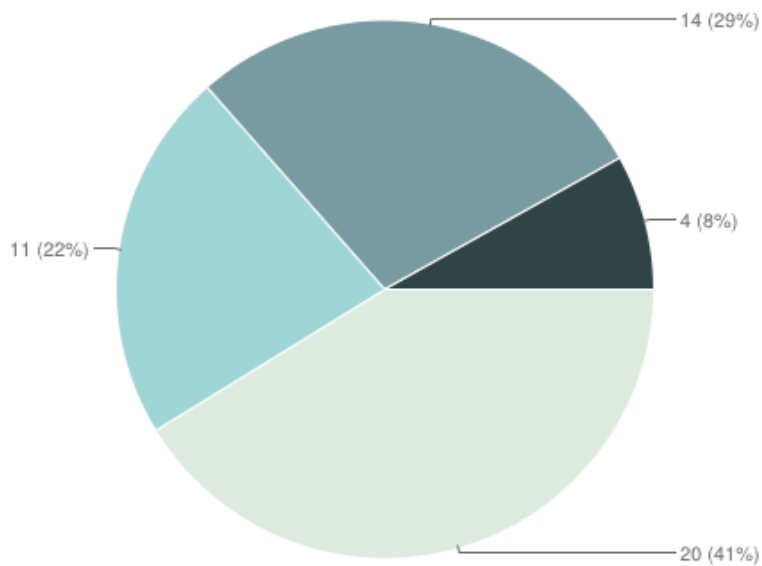


8. ¿Cómo valoras la creatividad actual en el área digital en comunicación de salud?



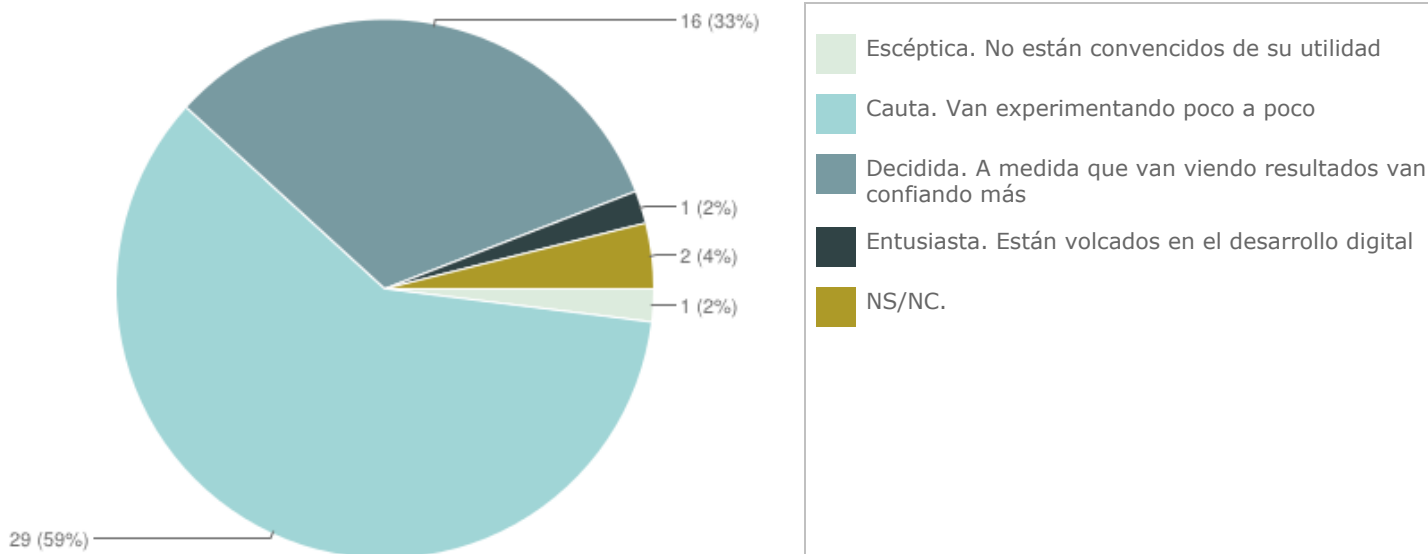
- Está al nivel de la creatividad en otros medios
- Es sensiblemente inferior a la planteada en otros medios
- Es claramente superior a la planteada en otros medios
- No es comparable son estrategias diferentes y conducen a creatividades diferentes
- NS/NC.

9. ¿Cuál es tu valoración sobre la rentabilidad para tu agencia de los proyectos digitales, comparada con los proyectos tradicionales en publicidad y comunicación de salud?



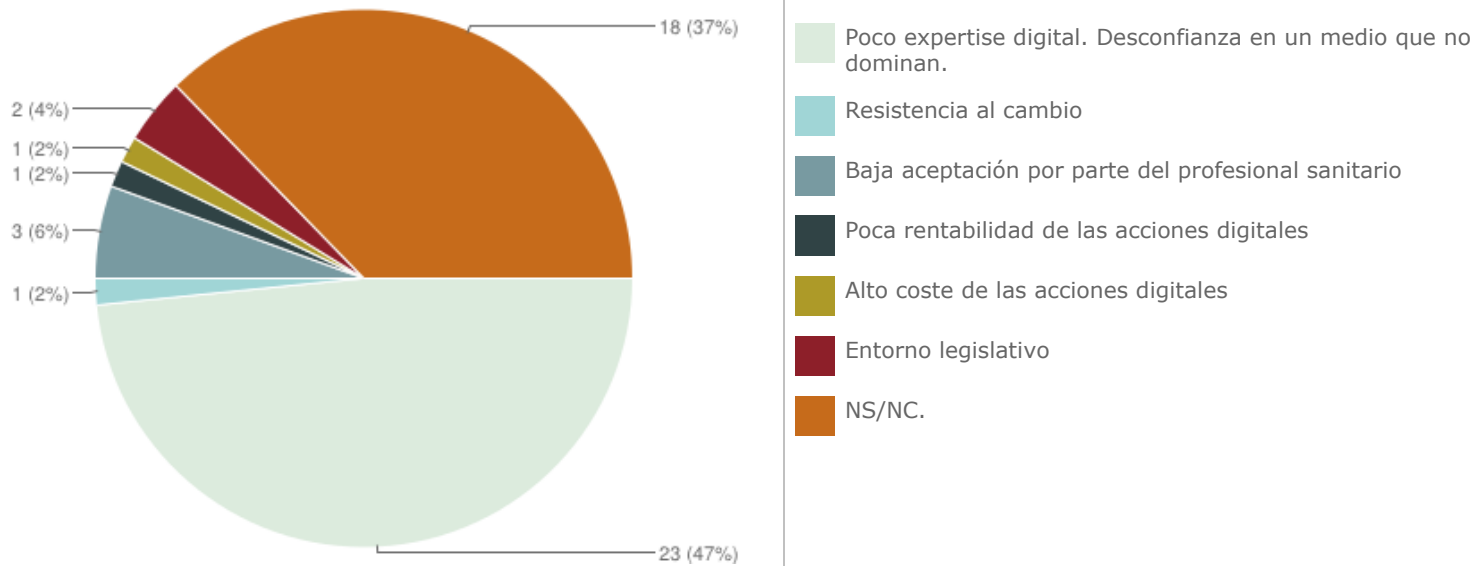
- Es inferior a los proyectos tradicionales
- Es igual a los proyectos tradicionales
- Es mayor que los proyectos tradicionales
- NS/NC.

10. ¿Cuál es la respuesta que la Industria farmacéutica esta dando a los proyectos digitales?



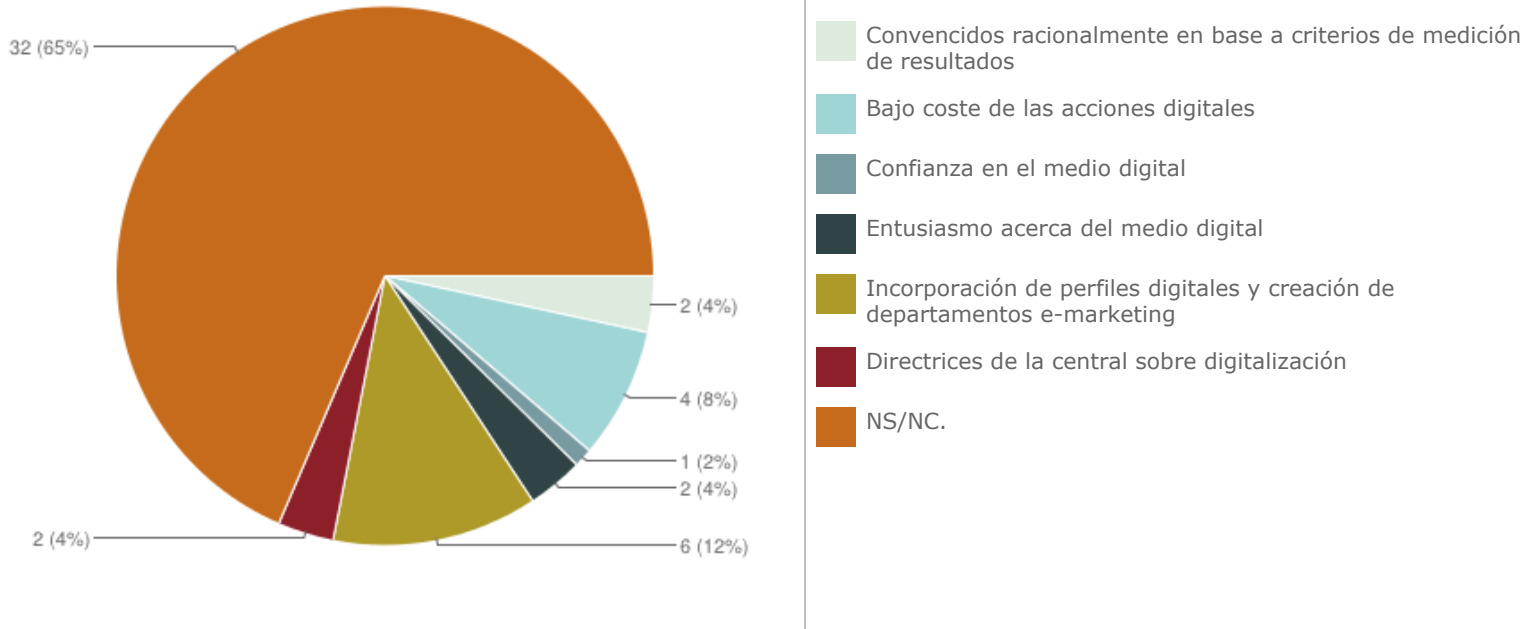
Si en la pregunta 10 has contestado "Escéptica" o "Cauta".

11. ¿Cuál es la razón, a tu juicio, de esta respuesta negativa?



Si en la pregunta 10 has contestado "Decidida" o "Entusiasta".

12. ¿Cuál es la razón, a tu juicio, de esta respuesta positiva?



13. ¿Cuál crees que es el modelo de servicios digitales que se impondrá en el mercado español de comunicación de salud?

