

Los directores de Marketing se muestran optimistas, con una recuperación significativa de las expectativas

Recuperación significativa del optimismo respecto a las expectativas de ventas, mercado e inversión publicitaria, aunque esta última controlada y optimizada.

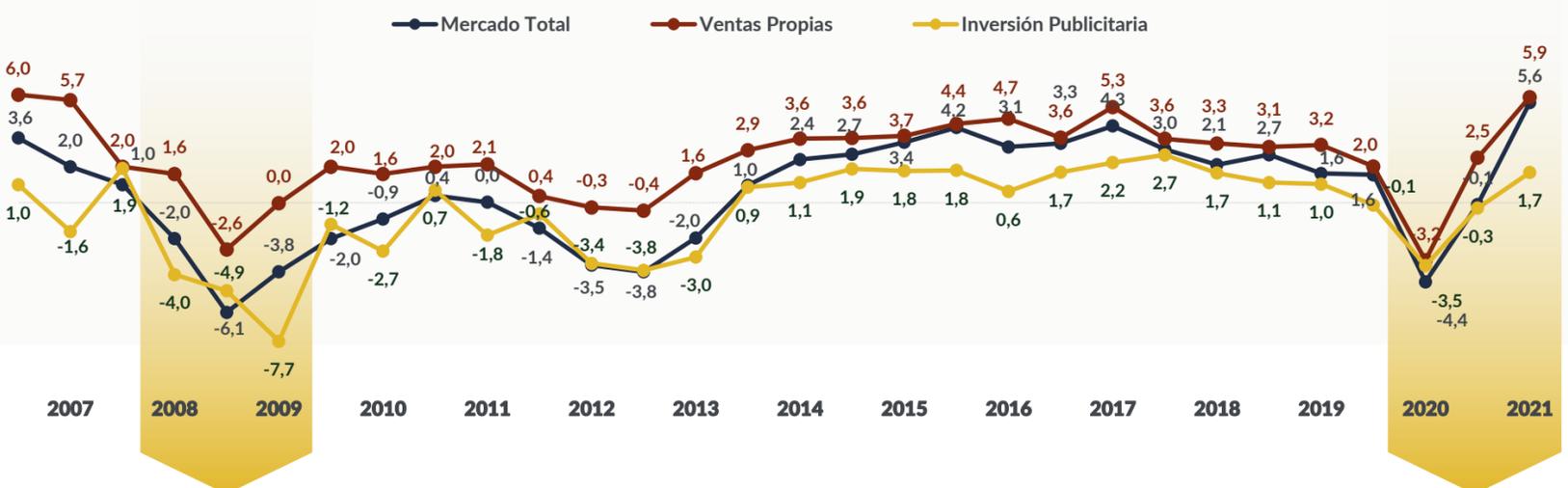
Para la mayoría de los directores, el primer semestre de 2021 ha sido mejor de lo esperado y se muestran más optimistas que hace 6 meses.

Proyectan 2022 como el año de la recuperación sectorial y 2023 como el de la consolidación de la recuperación económica

Estabilizan la inversión en medios on-off y en ecommerce después de los elevados crecimientos en 2020

Índice de Expectativas de los Directores de Marketing (Evolución 2007 - 2021)

- En 2019 ya se observaba una gran desaceleración en las expectativas sobre el mercado, ventas propias e inversión publicitaria.
- En 2020 se produce un hundimiento similar a la crisis de 2008.
- En 2021 un crecimiento significativo del optimismo.



Índice de Expectativas de los Directores de Marketing Estimaciones por sector - Segundo semestre 2021

¿Cómo piensa que será la evolución del mercado de su empresa en el segundo semestre de este año frente al anterior? ¿Y sus ventas? ¿Y la inversión en publicidad? La mirada sectorial a las respuestas dan una idea clara de la expectativa sectorial.

Sectores	Magnitudes		
	MERCADO	VENTAS PROPIAS	INVERSIÓN PUBLICITARIA
Automoción	▲▲	▲▲	▲▲
Banca	▲	▲▲	▼▼
Energía	▲▲	▲	▲▲
Gran Consumo	▲▲	▲▲	▲
Salud	▲▲	▲▲	▲▲
Seguros	▲	▲▲	▲▲
Tecnología	▲▲	▲▲	▼
Medios de Comunicación	▲▲	▲▲▲	▲▲
Transporte y Turismo	▲▲	▲▲	▼▼
Retail	▲▲	▲▲	▲▲
Servicios de Marketing	▲▲	▲▲	▲▲
Deporte y entretenimiento	▲▲	▲▲	▲

▲▲▲ 10 y más
 ▲▲ De 3 a 9,9
 ▲ De 1,1 a 2,9
 ▲▲ De 1,0 a -1,0
 ▼ De -1,0 a -2,9
 ▼▼ De -3,0 a -9,9
 ▼▼▼ De -10,0 o inferiores

Magnitudes (%)

Sobre el IEDM

El campo se realizó entre los días 27 de mayo y 22 de junio del 2021, mediante entrevistas online a los miembros activos del panel MKT-GfK de directores de Marketing, quienes pertenecen a grandes empresas de los principales sectores de actividad.

En esta oleada el panel de directores de Marketing se ha enriquecido gracias al soporte de **INFORMA**

Desde 2007, el estudio constituye un análisis semestral de las expectativas de inversión, ventas y comportamiento del mercado para el semestre siguiente a la consulta.

