

Se reducen las expectativas de crecimiento del mercado, de las ventas y, sobre todo, de la inversión publicitaria

Para la mayoría de los directores, el primer semestre de 2022 ha sido mejor de lo esperado

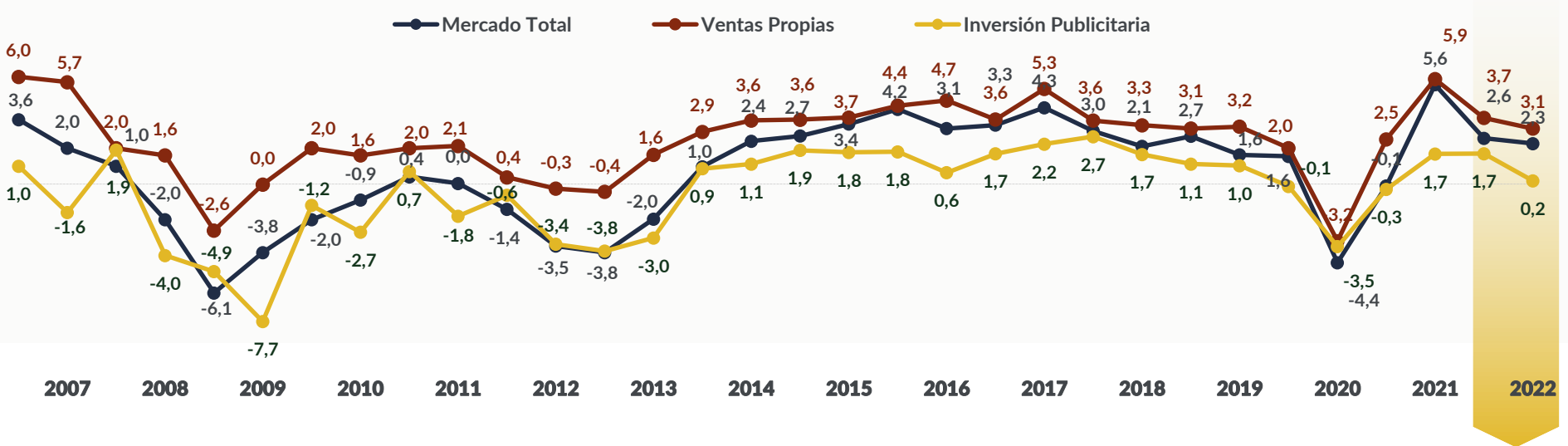
El sentimiento pesimista es mayoritario para el próximo semestre, con un perfil de índices similar a 2007

Las expectativas sobre el mercado y las ventas propias muestran valores muy moderados para el resto de 2022

Estabilidad en la inversión en medios on-off y en e-commerce después de los elevados crecimientos de 2020

Índice de Expectativas de los Directores de Marketing (Evolución 2007 - 2022)

- 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.
- En 2022, valores positivos moderados con una vuelta del sentimiento pesimista.



Índice de Expectativas de los Directores de Marketing Estimaciones por sector - Segundo semestre 2022

¿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?
Las respuestas dan una idea clara de la expectativa sectorial.

Sectores	Magnitudes		
	MERCADO	VENTAS PROPIAS	INVERSIÓN PUBLICITARIA
Total	▲	▲▲	▲▲
Automoción *	▲▲	▲▲	▲
Banca	▲▲	▲	▲▲
Energía	▲▲	▲▲	▲▲
Gran Consumo	▲	▲▲	▼
Salud	▲▲	▲▲	▲▲
Seguros	nd	nd	nd
Tecnología	▲▲	▲▲	▲▲
Sector Turismo	▲▲	▲▲	▲▲
Retail/distribución	▲▲	▲▲	▲▲
Servicios de Marketing	▲	▲	▼
Deporte y entretenimiento	▲▲	▲	▲▲
OTROS	▲	▲	▲▲

Magnitudes (%)

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

Sobre el IEDM

El campo se realizó entre los días 1 y 21 de Junio de 2022, 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.

