

## Segundo semestre de 2023

### Mejora la expectativa, vuelve el optimismo.

Frente a la incertidumbre y cautela de hace 6 meses, para el segundo semestre del 2023, se espera reactivación, crecimiento e intención de inversión



Desde 2007, el IEDM identifica las previsiones de los CMO en torno a tres aspectos clave de la economía: el comportamiento del mercado, las ventas en su sector particular y la inversión publicitaria que proyectan realizar durante el semestre siguiente. En esta edición participan más de 200 CMO de empresas líderes en España.

Un 54% ha cerrado el primer semestre mejor de lo esperado y el 40% es ahora más optimista que hace 6 meses. Un 35% considera que el segundo semestre será mejor y un 28% que será peor que el primer semestre

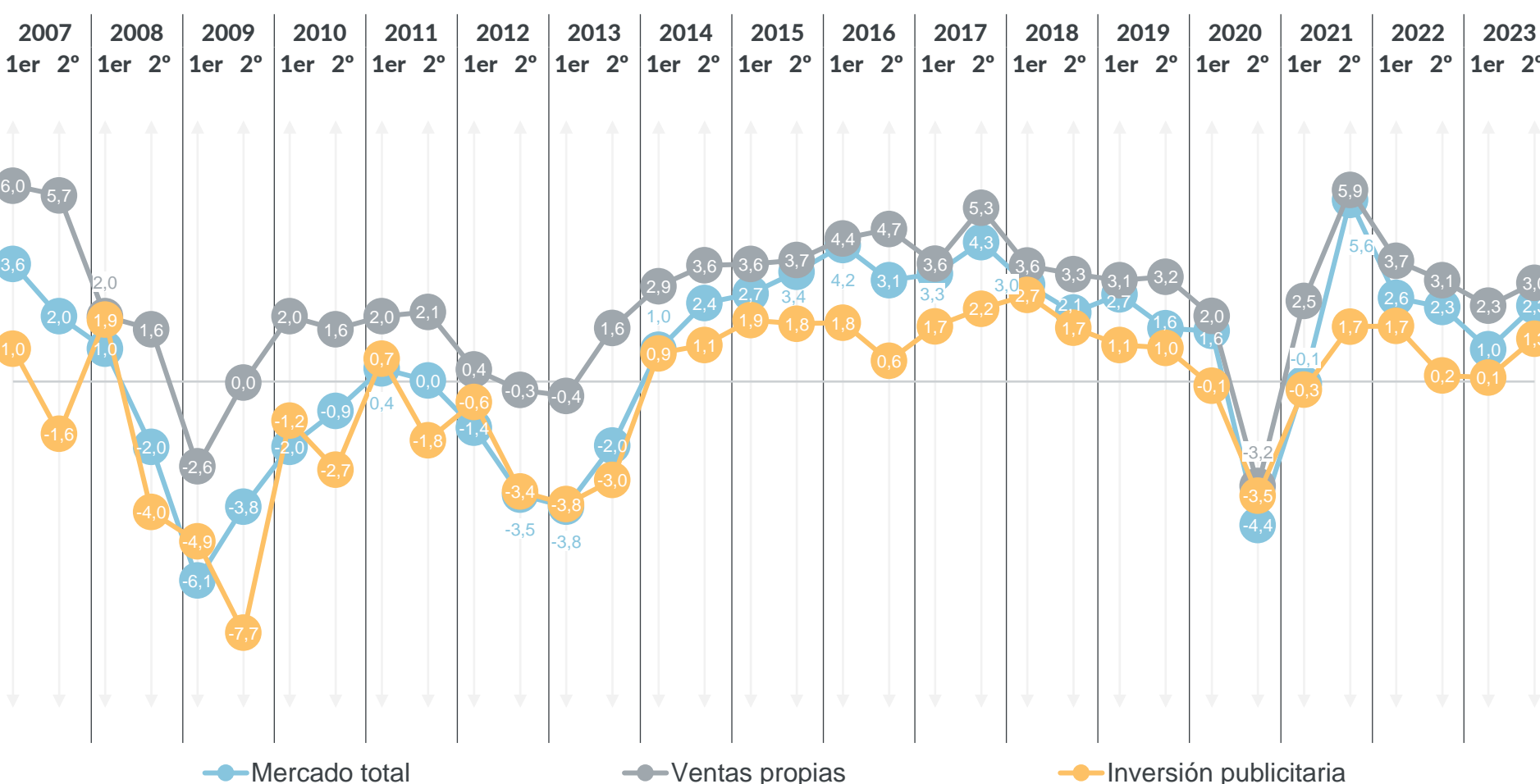
Un 80% estima que alcanzaremos el nivel económico previo al COVID en 2024.

La inflación y la previsión de crecimiento económico de España son los factores que más impactan a su actividad en marketing.

La aceleración se producirá en el mercado en general y especialmente en banca, tecnología y turismo. La inversión publicitaria se incrementará, siendo un vector que impulse el crecimiento de las ventas durante el próximo semestre.

## Evolución 2007-2023

Los CMO mejoran sus expectativas con aceleración del crecimiento: esperan que en el segundo semestre de 2023 se produzca un crecimiento del mercado, de las ventas propias, y de la inversión publicitaria.



## Previsión por sectores (%)

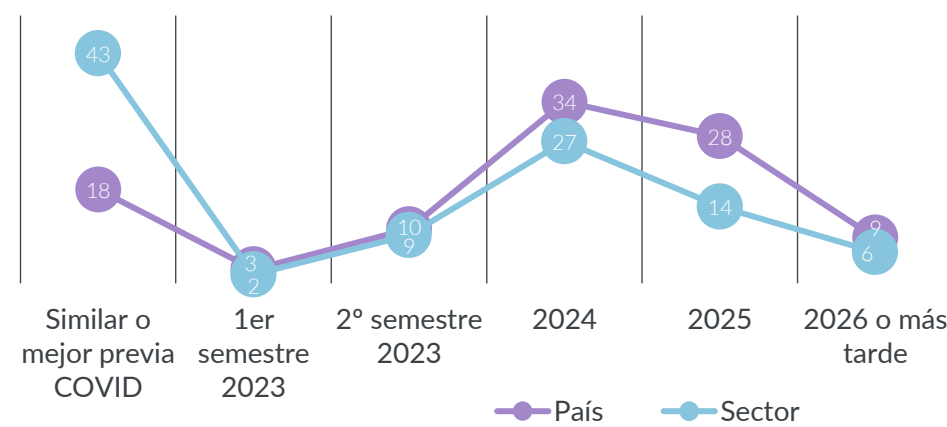
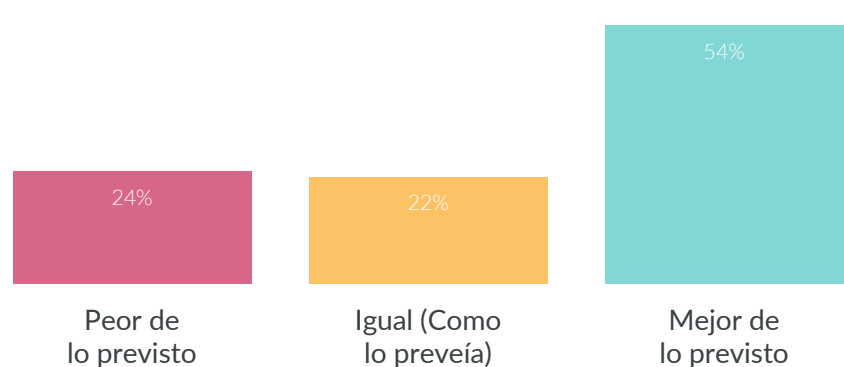
	Mercado total	Ventas propias	Inversión publicitaria
TOTAL	▲	▲▲	▲
Automoción	▲	▲▲	▲
Banca	▲▲	▲▲	▲▲
Energía	▲	◄▲	▲
Gran Consumo	◄▲	◄▲	▲
Salud	▲	▲	▼
Seguros	▲	▲▲	▲▲
Tecnología	▲▲	▲▲	▲▲
Sector Turismo	▲▲	▲	▲▲
Retail / Distribución/Logística	▲	▲	▲▲
Servicios De Marketing	▲	▲▲	◄▲
Deporte Y Entretenimiento	▲	▲▲	◄▲
OTROS	▲	▲	◄▲

▲▲▲ 10 y más  
 ▲▲ De 3 a 9.9  
 ▲ De 1.1 a 2.9  
 ◄▲ De 1.0 a -1.0  
 ▼ De -10.0 o menos  
 ▼▼ De -3.0 a -9.9  
 ▼▼▼ De -1.0 a -2.9

## Otros hallazgos clave

Cierre del primer semestre 2023 versus las previsiones iniciales: un 54% lo ha hecho mejor de lo esperado

Expectativas sobre la recuperación del nivel prepandemia en el país y en el sector de actividad 80% coincide en que el país lo hará en 2024 o antes.



## Factores que impactan a la actividad del Marketing

para un 91% la inflación y las altas tasas de interés son los factores que más afectan a las marcas

para un 82% la previsión del crecimiento económico de España

Factor	Nada	Poco	Bastante	Mucho	% Total
Inflación y aumento de tipos de interés	2	8	43	48	91%
Previsión crecimiento económico en España	1	18	48	34	82%
Evolución Económica de la Union Europea	3	29	53	15	68%
Elecciones Generales 23 de Julio 2023	8	31	36	25	61%
Invasión de Ucrania	10	43	32	15	47%
Fondos Europeos Next Generation	14	43	27	16	43%
Presupuestos Generales del Estado	14	44	32	10	42%
Elecciones Municipales y Autonómicas de Mayo 2023	18	41	29	12	42%
Situación Sanitaria COVID19	24	35	16	25	41%
Deuda Pública en España	12	51	27	10	37%

## Sobre el IEDM

El campo se realizó desde el 1 al 22 de Junio del 2023 mediante entrevistas online con refuerzo telefónico, a los miembros activos del panel AMKT de directores de Marketing, quienes pertenecen a empresas líderes en los sectores de automoción, banca, energía, gran consumo, salud, seguros, tecnología, retail y servicios de Marketing.

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

Con la valiosa colaboración de:

