

Expectativas positivas de los Directores de Marketing con moderación del crecimiento

Expectativas positivas con crecimientos más moderados de ventas y del mercado, mientras la inversión publicitaria mantiene el ritmo.

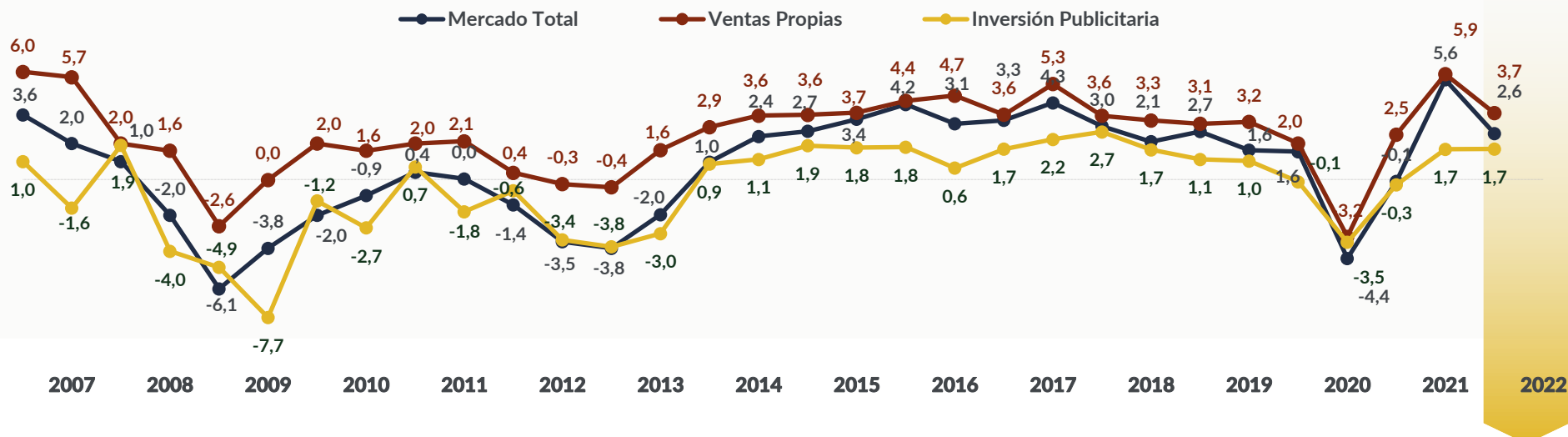
Para la mayoría de los directores, el segundo semestre de 2021 ha sido mejor de lo esperado, aunque se muestran más pesimistas que hace 6 meses.

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

Se estabiliza la inversión en medios on-off, así como en ecommerce, después de los elevados crecimientos de 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.
- En 2022, valores positivos moderados con una vuelta de sentimiento pesimista.



Sobre el IEDM

El campo se realizó entre los días 22 de Noviembre y 16 de Diciembre 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.

