

La mitad de compañías valencianas con departamento de marketing aumentarán su inversión en 2016

El Estudio de Situación de Marketing en la Comunidad Valenciana presenta en sus conclusiones que los servicios más demandados y valorados en el sector son la creatividad, los espacios publicitarios y la relación con los medios de comunicación. Además, apuntan a que la actividad que más impulsa el desarrollo de las empresas es el Marketing online

ESIC, GfK y el Club de Marketing del Mediterráneo presentan las conclusiones del Estudio de Situación del Marketing en la Comunidad Valenciana.

Las conclusiones del Estudio de Situación del Marketing en la Comunidad Valenciana, realizado en diciembre, se han presentado recientemente en ESIC Valencia. Este análisis anual evolutivo del área de Marketing en las empresas dentro de nuestra Comunidad, ha sido elaborado por ESIC Business & Marketing School, GfK y el Club de Marketing del Mediterráneo (CMM).

Acto de presentación del Estudio de Situación del Marketing en la Comunidad Valenciana en el campus de ESIC Valencia

Marcos Laguía, director de Marketing y Comunicación de ESIC Valencia, fue el responsable de presentar a Carlos Mínguez, director de Relaciones Externas de GfK, que procedió a explicar los detalles de las conclusiones obtenidas en el estudio, y a Agustín Beamud, gerente del Club de Marketing, quien moderó el debate.

El Estudio de Situación del Marketing en la Comunidad Valenciana aspira a convertirse en un barómetro indicador de la salud del marketing valenciano, dicho estudio se realizó durante diciembre de 2015 a través de encuestas online a profesionales del Marketing. La localización de entrevistados se llevó a cabo empleando las bases de datos de ESIC, CMM y clientes de GfK. En lo que respecta a los cargos que respondieron, el 63% de los entrevistados fueron directores de Marketing, mientras que el 37% restante ocupan cargos de técnicos de Marketing.

Del estudio se desprende que el 87% de las empresas tiene, al menos, un profesional dedicado principalmente a tareas de marketing y el 88% realiza inversiones con empresas externas en alguna actividad de marketing. Las principales acciones en las que centran sus esfuerzos son: Comunicación-Publicidad que representa un 72%, Digital-Online (71%) y Marketing a nivel más genérico (63%).

Los servicios que más subcontratan aquellas organizaciones que invierten en Comunicación-Publicidad son: la creatividad (72%), los espacios publicitarios (62%) y la relación con medios de comunicación (48%). Es interesante destacar que, actualmente, el reparto de inversiones en medios

online y offline es al 50%.

Un 63% de los encuestados reconoce que el Marketing representa una parte fundamental para el desarrollo de las empresas, si bien el 43% opina que el colectivo laboral y empresarial de la Comunidad Valenciana desconoce todo lo que abarca el Marketing.

La práctica totalidad de las empresas consultadas (98%), destina presupuesto específico para actividades de Marketing, por término medio, la inversión se sitúa en torno a un 8% de la facturación total. Del mismo modo, el 79% afirma que las actividades de Marketing de su empresa tendrán más relevancia en el transcurso del año 2016, mientras que el 21% restante considera que se mantendrán igual que en 2015. El dato significativo en este ámbito es que ninguna organización piensa que las acciones de Marketing vayan a perder relevancia en el próximo año.

Así pues, respecto a la inversión en Marketing, el 42% de las empresas tiene previsto incrementarla durante el año en curso, mientras que el 56% mantendrá su inversión y sólo el 2% considera que disminuirá. A partir de esta información, el estudio señala que durante el año 2016 se espera un incremento medio del 9% en la inversión destinada a Marketing.

El Estudio de Situación del Marketing en la Comunidad Valenciana ha analizado, además, la inversión específica de las empresas en materia de Publicidad-Comunicación. En este caso, los resultados obtenidos reflejan que el 47% de aquellas empresas que invierten en esta actividad en concreto, tienen previsto incrementar su inversión en 2016 y el 53% restante considera que sus inversiones serán las mismas que las realizadas en el año anterior. Estos datos suponen que el crecimiento global de la inversión en el área específica de Publicidad-Comunicación será del 8%.

El estudio también contempla la inversión de las empresas en Investigación de Mercados. Mientras que el 16% de las empresas sostiene que aumentará su inversión, el 66% prevé que esta partida presupuestaria se mantendrá igual que en pasado año y sólo el 3% afirma que reducirá su inversión. El 15% señala que no realiza ningún tipo de inversión en acciones de investigación de mercados. De estas cifras se desprende que el crecimiento global esperado se situará en torno a un 4,5%.

En otro orden de cosas, la actividad de marketing más valorada para el desarrollo de su empresa ha sido el Marketing online, con un 60%.

Respecto a necesidades concretas, los profesionales del marketing consideran que con una mayor planificación estratégica (50%) y un incremento del presupuesto (50%) mejoraría el desarrollo de las actividades de Marketing en la empresa.

Del mismo modo, los aspectos que deberían mejorar los profesionales para desempeñar su labor con mayor éxito son la visión estratégica (84%), las habilidades en comunicación (33%), el entorno digital (31%) y las habilidades comerciales (20%). Para todo ello, la formación y el reciclaje es fundamental.

Finalmente, un 48% de los profesionales considera que las empresas deberían incluir y pensar mucho más en términos de marketing en sus análisis de desarrollo y estrategia empresarial (no sólo en términos financieros o de producción y logística) pues estos son la fuente de información respecto al mercado.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Comunicación Marketing Valencia E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>