

DOCUMENTOS SELECCIÓN LA FEDE. NÚMERO 11

Esta undécima entrega de *Documentos Selección La FEDE* llega con el Observatorio de la Publicidad, interesantes contenidos de nuevas tecnologías y una mirada a la evolución del contexto económico internacional 2017, entre otras cosas. Esperamos que sean de utilidad para el año nuevo que deseamos sea muy positivo para todo el sector.

Informes

Observatorio de la publicidad 2016

Este estudio fundamental para conocer la evolución del sector publicitario en España actualiza los datos del extenso volumen publicado en 2015. Magnitudes como las empresas que trabajan en el sector, los empleados, el número de estudiantes, etc., están recogidas en el informe. En el consejo asesor del Observatorio participa La FEDE desde su creación.

[Observatorio de la publicidad en España](#)

Además, viene acompañado de un *interesante estudio cualitativo y cuantitativo* de las variables utilizadas por los anunciantes en su relación con los medios, y alguna cosa más, como por ejemplo la relación de los anunciantes con sus agencias. El estudio ha sido realizado por Foro de Comunicación con el catedrático Juan Benavides a la cabeza de un equipo de cuatro profesores: David Alameda, Elena Fernández Banco, Carmen López de Aguilera y Joaquín Sanchez Herrera.

[Anexo 2016 variables anunciantes con los medios](#)

Nuevas tecnologías

Informe de Zenith sobre Inteligencia Artificial

La inteligencia artificial (IA) está de moda, ya sea desde una visión apocalíptica por la cual la mayoría de las profesionales, incluso las más intelectuales, desaparecerán, ya sea desde una visión optimista o integrada, como diría Umberto Eco, por la cual nuestra vida será cada día más cómoda y conectada gracias a dispositivos que se anticiparán a nuestros deseos. En este caso, Zenith ha preparado un informe sobre su impacto en la publicidad y el marketing.

[Aquí hay un resumen en español.](#)

[Y aquí se accede al informe completo en inglés.](#)

Realidad virtual, aclarando conceptos

Este [corto artículo en inglés](#) aclara los conceptos de realidad virtual, realidad aumentada y vídeo 360°.

Claro que, la práctica demuestra que los conceptos pueden mezclarse, como en [esta campaña de marketing experiencial de Mercedes Benz](#) realizada en España.

Herramientas útiles de gestión editorial para campañas de contenido de marca

De la misma publicación digital, que recomendamos para todos los que quieran informarse de novedades y campañas destacadas en el mundo del contenido de marca, extraemos [este artículo](#) donde aporta sencillas herramientas para gestionar una campaña de este tipo.

Marketing predictivo, la última frontera de la analítica

El objetivo último de una correcta analítica basada en big data no es otro que la predicción. Muchas compañías están embarcadas ya en ese objetivo y este informe de eMarketer nos describe, en inglés, el estado del arte desde diferentes puntos de vista. También hay entrevistas a anunciantes expertos en la materia.

[Emarketer predicitive](#)

Prospectiva económica

El Índice de Expectativas de los Directores de Marketing sigue en positivo

Esta encuesta, que ha demostrado alto valor predictivo desde que se puso en marcha por la Asociación de Marketing de España (predijo la crisis de la publicidad cuando nadie la veía venir) y que actualmente realiza en colaboración con GFK, parece tranquilizador de cara al primer semestre del año 2017. No obstante, hay algún pequeño nubarrón como un probable descenso de la inversión en banca y telecomunicaciones.

[Índice de Expectativas de Directores de Marketing](#)

Condiciones de la economía mundial para el nuevo año

Una [amplia encuesta de Mckinsey](#) entre ejecutivos de todo el mundo evalúa las claves del entorno económico en los próximos meses. El Brexit, el frenazo del mercado chino, la inestabilidad política en Europa son algunos de los acontecimientos cuyo impacto evalúan los directivos.

Positiva evolución del sector servicios en España

El [informe de IHS Markit](#) con datos de los departamentos de compras refleja una evolución positiva del volumen de pedidos, empleo e incluso de los precios en noviembre.