2027

BRANDING, CONTENIDO Y NARRATIVAS: LAS CIFRAS QUE HAY QUE MIRAR

Lo que dicen Gartner, Kantar y Edelman sobre dónde se juega la marca el próximo año.

Datos de fuentes oficiales

TELAR
CONSULTORA

US$13,1 billones

VALEN LAS 100 MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO: +22% EN UN AÑO

La marca sigue siendo el activo que más valor captura. Y la IA está cambiando cómo la gente la descubre, la elige y le es leal.

Fuente: Kantar BrandZ, Most Valuable Global Brands 2026.

84%

DE LAS EMPRESAS TIENE SU MARCA ATRAPADA EN UN CÍRCULO VICIOSO

Mide poco su marca, no logra demostrar su impacto y termina recibiendo todavía menos inversión.

2x más probabilidades de superar sus metas de crecimiento tienen las empresas con una estrategia de marca sólida.

Fuente: Gartner, junio 2026. Encuesta a 426 líderes de marketing (sept.–oct. 2025).

88%

DICE QUE CONFIAR EN LA MARCA ES CLAVE PARA COMPRARLE

Lo considera un criterio de compra importante o crítico.

~2x más disposición a apoyar a una marca cuando crece, si se ganó confianza y relevancia a la vez.

Fuente: Edelman Trust Barometer 2026, Special Report: Trust and Brands (17.688 personas, 15 países).

15,3%

DEL PRESUPUESTO DE MARKETING YA SE VA EN IA

Pero solo el 30% de los CMO dice tener lo necesario para escalarla.

7,8% de los ingresos de la empresa va a marketing. Un presupuesto prácticamente plano frente a 2025 (7,7%).

Fuente: Gartner, 2026 CMO Spend Survey (401 CMO y líderes de marketing, ene.–mar. 2026).

49%

CREE QUE LA IA GENERATIVA EMPEORÓ LA CALIDAD DEL CONTENIDO

Consumidores en EE.UU. Más volumen no significa mejor contenido: el criterio humano vuelve a ser diferencial.

57% piensa lo mismo entre Gen Z y millennials.

Fuente: Gartner, junio 2026. Encuesta a 307 consumidores de EE.UU. (marzo 2026).

50%

DEL PRESUPUESTO EN INFLUENCERS IRÁ A ASEGURAR AUTENTICIDAD EN 2027

Verificar identidades, comprobar de dónde viene cada contenido y frenar los deepfakes. Que la historia sea creíble pasa a ser parte del costo de contarla.

Fuente: Gartner, predicción publicada en enero 2026 (Mainstream Marketing Predicts 2026).

CAMINO A 2028

-50%

o más de tráfico orgánico perderán las marcas cuando la búsqueda con IA generativa se masifique.

60%

de las marcas usará IA agéntica para conversar uno a uno con sus clientes.

+80%

de las empresas hará cambios significativos en su identidad: misión, marca y cultura.

Fuente: predicciones de Gartner (Marketing Predictions 2024; Mainstream Marketing Predicts 2026; junio 2026).

EN 2027 GANA LA MARCA QUE SE GANA LA CONFIANZA

01 **Mide tu marca** como un activo de negocio, no como un gasto.

02 **Haz contenido humano y verificable:** la autenticidad es el nuevo diferencial.

03 **Cuenta historias que conecten,** no solo que alcancen.

¿UNA REU PARA CONOCERNOS?

hola@telarconsultora.com

TELAR
CONSULTORA