

NOTA DE PRENSA



GRUPO CONSULTORES PRESENTA LOS RESULTADOS DEL PRIMER AGENCYScope EN COLOMBIA

Este estudio, que tiene una trayectoria de más de 35 años en España, se realiza por primera vez en Colombia y analiza en profundidad las tendencias y dinámicas del sector publicitario en nuestro país

Los anunciantes colombianos los más satisfechos con sus agencias

Bogotá, 22 de mayo de 2014.- Grupo Consultores ha presentado esta mañana en la sede de la UCEP, el estudio agencyScope Colombia, en el que se analizan en profundidad las tendencias y dinámicas del mercado publicitario colombiano y sus diferencias y semejanzas con otros países de la región (Argentina, Brasil, Chile y México) y otros países del mundo (como España, China, India, Reino Unido... en los que Grupo Consultores realiza un estudio similar).

El Estudio se ha llevado a cabo en Colombia, mediante entrevistas en profundidad a 243 Directivos de Mercadeo, entre diciembre de 2013 y Abril 2014, evaluando 599 relaciones Anunciante-Agencia.

Los profesionales de mercadeo entrevistados, dirigen 240 grandes empresas de Colombia (multinacionales y locales), con una inversión media en comunicación de **10.693 millones de pesos**. El 37% de las compañías analizadas, tienen una inversión superior a 10.000 millones.

La inversión total, se destina principalmente a ATL (56.2%), BTL (28.3%) y Digital (15.5%). En Colombia los anunciantes están invirtiendo más en digital que en otros países de la región (como Argentina o Chile) pero aún estamos lejos de las cifras en Reino Unido ya próximas al 25%.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

En Colombia, como en el resto de países en que Grupo Consultores realiza el estudio agencyScope, la variable principal a la hora de la selección de Agencias es la creatividad. Sin embargo, en Colombia, esta variable tiene un peso menor. Esto es un primer reflejo de que los anunciantes colombianos están satisfechos con las ideas creativas que están recibiendo de sus agencias.

La “Planeación estratégica” y el “equipo de profesionales de la agencia”, aparecen en segundo y tercer lugar respectivamente, en orden de importancia en la decisión de la selección de Agencia. Los rankings, premios o el apoyo de consultores externos son los elementos menor importancia en el proceso de selección.

Para los profesionales del mercadeo en Colombia, la Agencia de Publicidad ideal es aquella que aporta **creatividad-innovación** (53%), **mayor conocimiento y probada experiencia en el mercado** (50.6%), que destaque por su capacitación en **Planeación Estratégica** (44.2%) y ofrezca un buen **servicio de cuentas y atención al cliente** (40.2%). En comparación con otros mercados, el anunciante colombiano es exigente con sus agencias y demanda con un nivel muy alto todos los servicios, siendo también exigente con la buena relación calidad/precio.

En Colombia, el **método de selección de Agencias** elegido mayoritariamente es la Licitación (79.8% de los anunciantes la mencionan como el método para elegir agencia). El grave problema en Colombia es que el 94% de los anunciantes no remuneran a las agencias participantes en el proceso de selección, cuando en otros países el porcentaje de anunciantes que remuneran está entre el 30-40%. La cifra media de remuneración a las agencias participantes es 5.000 dólares que, si bien no compensa todos los gastos y horas del equipo de la agencia dedicado a la licitación, si supone un gesto por parte de la compañía anunciante en favor del reconocimiento del trabajo de la agencia.

Las relaciones Cliente-Agencia son menos duraderas en Colombia que en otros mercados. Cada cuatro años y medio, los anunciantes en Colombia cambian de agencia. Esta cifra en Brasil o Reino Unido supera los seis años y el país con relaciones más cortas es China (3,2 años).

En cuanto al número de Agencias con las que trabaja cada empresa cliente, la media en Colombia se sitúa en 2.6 agencias. En otros países se están concentrando las cuentas en 2 agencias, en Colombia no vemos todavía esa tendencia.

La **satisfacción** de los anunciantes colombianos **con sus agencias es la más alta** de todos los países analizados en el Estudio. Cuando se les pregunta a los Directores de Mercadeo con que nota recomendarían a su agencia en una escala de 0 a 10, en Colombia la nota media es 8.10 para agencias creativas, el único país donde se supera el 8 (y muy alta frente al Reino Unido donde la evaluación esta por debajo del 7). La recomendación para agencias de medios es muy similar (8.15).

El **elevado índice de satisfacción** se ve refrendado cuando sólo el 5% de los anunciantes en Colombia declaran que están insatisfechos con el servicio que están recibiendo de sus agencias. Es el nivel de insatisfacción más bajo de los países analizados.

Dado el elevado nivel de satisfacción, la **predisposición al cambio de Agencia** es **escasa** en Colombia (13.5%). Chile, España y Reino Unido son los países en donde los anunciantes están pensando más en cambiar de agencia.

En relación a los **modelos de remuneración**, en Colombia, como en todos los países excepto Brasil e India, destaca con diferencia la remuneración en base a Honorarios (70.1%), que se establece en base a la dedicación de los equipos “scope of work” y se realiza mediante negociación específica con cada una de las agencias.



En un tercio de los casos, la remuneración incluye un parte variable o bono anual, que se establece mediante un mix de variables: (Evaluación de la Agencia, Cumplimiento de objetivos en la campaña y Resultados de la Compañía Anunciante). Generalmente la parte variable de la remuneración significa un 11.9% de la remuneración total de la Agencia. Hay menos anunciantes en Colombia que premien el buen trabajo de su agencia que en otros países (en Reino Unido y otros países europeos la cifra supera el 55%) y la parte variable también es menor en Colombia (en Europa está entre el 15 y 20%).

Uno de los datos más relevantes del Estudio es que los anunciantes en Colombia reconocen que las agencias (creativas o de medios) contribuyen a crecer sus negocios en un 35%. En agencias de Publicidad este porcentaje sube al 41%. Esta cifra supone el reconocimiento de los anunciantes a la labor de las agencias como motor de negocios y motor de la economía del país. En China esta cifra es del 29% y en Europa del 20%, lo que también refleja el nivel de crecimiento de Colombia como país frente a otras regiones.

METODOLOGIA

- Se han realizado 243 entrevistas a Directivos en relación a Agencias Creativas y 183 entrevistas en relación a Agencias de Medios. Un 98% de ellas, se realizaron de forma personal, en entrevistas de una hora de duración.
- El 85% de los entrevistados tienen su sede en Bogotá, el 43% eran Directores de Mercadeo y el 30% Directores de Publicidad y Comunicación. El resto eran Gerentes Generales, Gerentes de Marca, Directores de Medios o Group Brand Managers.
- Las entrevistas se han realizado en el período comprendido entre diciembre de 2013 y Abril 2014.
- El 65.9% de las compañías analizadas son multinacionales (16.9% multinacionales colombianas). El resto empresas nacionales.

Muestra de clientes entrevistados | 78% de ellos están de acuerdo en figurar como participantes



Grupo Consultores es la consultora especialista en comunicación, con 25 años de trayectoria y más de 40 profesionales expertos en el mundo. Actualmente está presente en Madrid, Lisboa, Londres, Beijing, Shanghai, Delhi, Singapur, Bogotá, Buenos Aires, México DF, Santiago y São Paulo, desde donde ofrece asesoramiento y consultoría a anunciantes, agencias y medios, porque sólo con independencia y un conocimiento global se puede aportar valor individual.