



COLOMBIA 2018/19

NOTA DE PRENSA

SCOPEN COMPLETA LA TERCERA EDICIÓN DEL ESTUDIO AGENCY SCOPE EN COLOMBIA

- **Se han realizado un total de 844 entrevistas entre profesionales anunciantes y profesionales de agencias.**
- **Los resultados de esta edición muestran que Data, Innovación y la demostración de la Eficacia serán claves para mantenerse en el mercadeo.**
- **Colombia se sitúa como uno de los países 'más digitalizados' entre los analizados en el estudio.**

Bogotá, 11 de septiembre de 2018

En 2018, SCOPEN completó su tercera edición del estudio en Colombia. Se trata del único estudio de estas características que se realiza en el sector y su valor principal es proporcionar a las agencias información de primera mano sobre las necesidades de sus clientes. El informe les brinda una herramienta única para mejorar y proporcionar nuevos servicios.

El AGENCY SCOPE es un estudio bienal en el que se analizan las tendencias del mercado publicitario con el objetivo de entender el proceso, la percepción y el desempeño de las distintas agencias con las que trabajan los anunciantes, así como su evolución con anteriores ediciones del estudio y la comparación con los otros 11 mercados, además de Colombia, donde este se lleva a cabo: Argentina, Brasil, Chile, China, España, India, México, Portugal, Reino Unido, Singapur y Sudáfrica. En países como España, el estudio alcanza ya 21 ediciones.

El trabajo de campo de esta edición colombiana ha tenido lugar entre los meses de enero y marzo de 2018.

El **universo analizado** está compuesto por los responsables de la toma de decisiones de más alto nivel en marketing, comunicación, publicidad y compras, de los anunciantes más grandes e importantes de Colombia. En esta ocasión se han realizado un total de 844 entrevistas: 262 a profesionales anunciantes que trabajan con agencias creativas, 197 a profesionales anunciantes que trabajan con agencias de medios, 10 responsables de compras y más de 380 profesionales que trabajan en diferentes agencias, tanto creativas como de medios.

Los profesionales anunciantes entrevistados trabajan en más de 270 **compañías/marcas** diferentes, de las que un 52% son multinacionales extranjeras, un 26% empresas nacionales, un 14% multinacionales colombianas, y el resto empresas públicas, asociaciones. Mayoritariamente se trata de empresas del sector servicios (43%), seguidos de gran consumo (33%), consumo duradero (18%) y otros del sector social /divulgación.

SCOPEN.COM

Velázquez, 24 • 28001 Madrid • Spain • T. +34 917 021 113



COLOMBIA 2018/19

Un dato relevante es que un gran anunciante en Colombia invierte un 2.66% de sus ventas en comunicación/marketing; una cifra ligeramente inferior a la obtenida como media global (2.74%). Del presupuesto de comunicación, el anunciante medio en Colombia ya está destinando un 30% al área Digital (ocho puntos porcentuales más que en 2016), en detrimento de BTL, que ha perdido cinco puntos de inversión y queda con un 28%. El 42% restante se destina a acciones ATL en medios convencionales. A nivel LATAM, Colombia ya está al mismo nivel en inversión digital que México o Brasil, siendo éstos los tres países con mayor inversión. De las 18 personas de media que configuran un departamento de mercadeo en Colombia, cuatro de ellas ya dedican a Digital el 100% de su tiempo. Y es importante destacar que un 22% del recurso humano de los anunciantes en Colombia es digital, lo que supone el porcentaje mayor de todos los que encontramos en los mercados LATAM.

Además, otro dato importante es que los anunciantes colombianos perciben que sus agencias contribuyen en un 26% al crecimiento de sus negocios, cuando en 2016 mencionaban un 20%. Es un dato por encima de la media global (sólo superado por Brasil y México). La subida ha sido considerable y demuestra que las agencias colombianas están reforzando sus capacidades y la aportación de valor a sus clientes.

Por término medio, los anunciantes colombianos trabajan con 3 agencias (2 agencias creativas y una de medios) con las que mantienen una relación de aproximadamente 4 años.

En línea con los datos de anunciantes, de entre las distintas **disciplinas** en las que trabajan las agencias creativas, (ATL, BTL y Digital), los datos indican un crecimiento del presupuesto destinado a Digital en los últimos 2 años (2016=22.39%, 2018=30.28%), situando a Colombia como uno de los países 'más digitalizados' entre los analizados en el estudio. Por delante se encuentran sobre todo China y Reino Unido.

Uno de los grandes cambios detectados en la industria tiene que ver con la búsqueda de integración. En 2016 observábamos que se trabajaba en mayor medida con agencias integradas y que el deseo a futuro era todavía mayor hacia la integración (el 65% de los anunciantes así lo declaraba). Hoy en día esa tendencia no sólo se ha frenado, sino que ha caído. Actualmente, dos de cada tres anunciantes trabajan con agencias especialistas (un 15% más que hace dos años). En cuanto al deseo futuro, el 51% declara querer trabajar con agencias integradas y un 45% con especialistas. Es cierto que el deseo sigue marcado por la integración, pero la caída ha sido brusca y toma importancia la especialización por disciplinas.

En su trabajo con **agencias creativas**, los anunciantes mencionan la *Planeación Estratégica*, la *Creatividad* y la *Estrategia Digital*, como áreas clave. Y otras nuevas surgen como oportunidades de crecimiento en el futuro: *Gaming*, *E-Commerce*, *Shopper Marketing* y *Field Marketing*.

Para las **agencias de medios**, las características que aparecen destacadas como más relevantes son el *Conocimiento* (del mercado, cliente, marca, medios), el *Poder de Negociación* y la *Investigación/datos/herramientas* con las que trabajan.

En cuanto a las **compañías** que los entrevistados mencionan como más admiradas por su marketing y comunicación, destaca Coca-Cola, al igual que ocurre en la mayoría de los mercados analizados.

El 64% de los entrevistados valora los **premios del sector**. Los Effie Awards (47.4%) y el Festival Cannes Lions (38.1%) son los más valorados por los anunciantes en Colombia.

SCOPEN.COM

Velázquez, 24 · 28001 Madrid · Spain · T. +34 917 021 113



COLOMBIA 2018/19

Las agencias más destacadas en el R anking de Percepción Global son, por tipo de agencia:

- Integradas/Publicidad: 1^a **Sancho BBDO**, 2^a **Leo Burnett**, 3^a **McCann**.
- Digitales: 1^a **Wunderman**, 2^a **Ariadna**, 3^a **Mass**.
- De Medios: 1^a **OMD**, 2^a **Starcom**, 3^a **Havas Media**.

Desde 2014 hasta hoy, Colombia es un mercado en constante evolución, pero marcado (especialmente este último año), por un contexto económico que ha frenado los presupuestos asignados a mercadeo y publicidad. El mundial de fútbol y las elecciones podrían haber ayudado al incremento en las inversiones, pero las elecciones también suponen una incertidumbre que no alienta el consumo ni la toma de decisiones por parte de clientes. Los resultados de esta edición muestran que la data, la innovación y la demostración de la eficacia en el trabajo creativo serán claves para mantenerse en el mercadeo.

Los retos de futuro a los que se enfrentan los anunciantes en Colombia son los mismos que detectamos en otros mercados. El mayor conocimiento del consumidor y los puntos de contacto con él son clave. Como también lo son el refuerzo del entendimiento y las inversiones en Digital y la demostración de la eficacia y el ROI. Las agencias que demuestren fortalezas en estas áreas y ayuden a sus clientes a solucionar estas necesidades, se convertirán en socios imprescindibles que aportan valor añadido y con los que se deseará trabajar a largo plazo.

César Vacchiano, President & CEO de SCOPEN, destacaba que *"el nivel general de satisfacción de los anunciantes colombianos con sus agencias, tanto creativas como de medios, está en torno al 80%, muy en línea con la media global de los países donde se realiza el estudio"*.

Sobre SCOPEN

Desde 1990, SCOPEN realiza investigaciones y estudios que, tras un riguroso análisis y las múltiples conexiones que facilita su completa base de datos, permite ofrecer una visión estratégica única para impulsar los negocios a través de la economía creativa, inspirando a personas y proyectos desde el rigor y la independencia.

Presente en Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, India, México, Portugal, Singapur, Sudáfrica, España y Reino Unido.

SCOPEN. *Knowledge for Creative Transformation*

Para más información:

SCOPEN

María José Ramiro
Communications Director
mjramiro@scopen.com
Tlf: +34 917 021 113

SCOPEN.COM

Velázquez, 24 • 28001 Madrid • Spain • T. +34 917 021 113