

4ª Edición

# Informe de Tendencias

Mayo-Junio 2017

AGENCY  
SCOPE

MEXICO 2017

**Empresas-Anunciante Participantes** (239 empresas entrevistadas. 180 (76%) están de acuerdo en figurar como participantes)



Resumen muestral  
Base: ANUNCIANTES entrevistados en 2017. Datos en menciones

## Perfil (de la muestra de anunciantes que trabajan con agencias creativas y/o de medios)

GÉNERO	2015	2017
<b>HOMBRE</b>	<b>55.9</b>	<b>53.5</b>
MUJER	44.1	46.5
CIUDAD	2015	2017
<b>CDMX</b>	<b>86.2</b>	<b>86.5</b>
MONTERREY	4.5	6.3
QUERÉTARO	1.6	0.7
PUEBLA	4.0	3.3
RESTO DE MÉXICO + INTERNACIONAL	3.6	3.2
CARGO	2015	2017
PRESIDENTE / DIRECTOR GENERAL	3.6	4.0
VP MARKETING	0.8	2.0
<b>DIRECTOR DE MERCADOTECNIA</b>	<b>43.3</b>	<b>38.3</b>
DIRECTOR DE PUBLICIDAD	6.5	5.6
JEFE MERCADOTECNIA / PUBLICIDAD	8.9	10.6
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN / PRENSA	5.7	4.0
DIRECTOR DE MEDIOS	8.9	<b>3.6</b>
GROUP / BRAND MANAGER	9.3	<b>16.2</b>
DIRECTOR ON-LINE / DIGITAL	6.5	6.6
DIRECTOR DE BTL	0.8	1.0
OTROS PUESTOS	3.6	<b>8.1</b>
ANTIGÜEDAD (MEDIA EN AÑOS RELACIÓN)	2015	2017
EN LA EMPRESA	6.19	6.78
EN EL PUESTO	4.23	4.61

FUNCIONES EN LA DECISIÓN	2015	2017
MÁXIMO DECISOR	*	25.1
<b>ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS</b>	<b>*</b>	<b>56.1</b>
NO DECIDE, SÍ LIDERA	*	8.9
DECIDE INTERNACIONAL	*	9.9
TIPO DE EMPRESA	2015	2017
MULTINACIONAL MEXICANA	15.4	18.2
<b>MULTINACIONAL EXTRANJERA</b>	<b>66.0</b>	<b>67.6</b>
NACIONAL	15.0	<b>9.2</b>
EMPRESA PÚBLICA	1.6	1.0
ASOCIACIÓN, ONG	2.0	4.0
SECTOR	2015	2017
<b>GRAN CONSUMO</b>	<b>33.2</b>	<b>39.6</b>
ALIMENTACIÓN	17.8	15.5
BEBIDAS	6.1	8.3
BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	4.5	8.3
LIMPIEZA	0.4	0.3
TABACOS	0.8	0.7
SALUD, FARMACIA Y PARAFARMACIA	3.6	6.6
<b>CONSUMO DURADERO</b>	<b>25.9</b>	22.1
HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	2.4	1.7
AUTOMOCIÓN	8.9	9.2
INDUSTRIAL / AGROPECUARIOS	2.8	2.3
OBJETOS PERSONALES	4.0	2.3

SECTOR (CONTINUACIÓN )	2015	2017
TEXTIL Y VESTIMENTA	3.2	4.0
DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	2.4	2.0
EQUIPOS DE OFICINA	2.0	0.7
<b>SERVICIOS</b>	<b>38.1</b>	<b>33.0</b>
FINANZAS Y SEGUROS	8.5	7.9
TELECOMUNICACIONES	7.3	9.6
SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	4.0	2.3
TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	2.8	3.0
DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	6.5	4.0
ENERGÍA	0.8	0.7
CONSTRUCCIÓN	0.4	0.7
CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS	7.7	5.0
<b>SOCIALES Y DIVULGACIÓN</b>	<b>2.8</b>	<b>5.3</b>
EMPRESA PÚBLICA	1.2	1.0
ASOCIACIÓN, ONG	1.6	4.0

\* NOTA: Otros cargos en 2017 incluye: DIRECTOR COMERCIAL (1.0%), COORDINADOR (2.0%), DIRECTOR DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (1.3%) ENTRE OTROS (4.0%)

Preguntas Sugeridas  
Base: **ANUNCIANTES** entrevistados en **2015 (238)** y **2017 (303)**. Datos en porcentaje (%)

## Perfil (de la muestra de anunciantes responsables del Departamento de Compras)

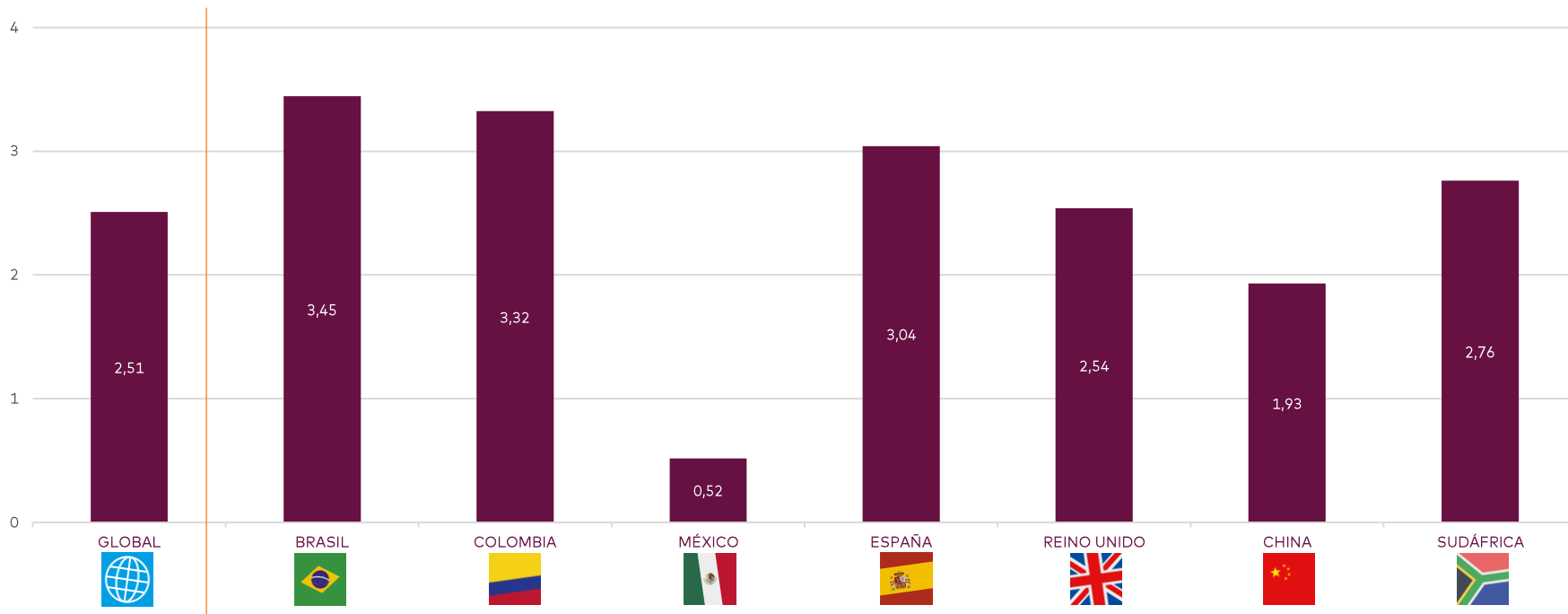


GÉNERO	2015	2017
<b>HOMBRE</b>	<b>53.3</b>	<b>40.9</b>
MUJER	46.7	59.1
CIUDAD	2015	2017
<b>CDMX</b>	<b>100</b>	<b>86.4</b>
GUADALAJARA	--	4.5
MORELIA	--	4.5
QUERÉTARO	--	4.5
ANTIGÜEDAD (MEDIA EN AÑOS RELACIÓN)	2015	2017
EN LA EMPRESA	5.53	6.05
EN EL PUESTO	4.20	3.32
TIPO DE EMPRESA	2015	2017
MULTINACIONAL MEXICANA	20.0	4.5
<b>MULTINACIONAL EXTRANJERA</b>	<b>80.0</b>	<b>90.9</b>

SECTOR	2015	2017
<b>GRAN CONSUMO</b>		
ALIMENTACIÓN	6.7	9.1
BEBIDAS	13.3	9.1
BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	13.3	--
LIMPIEZA	--	4.5
TABACOS	13.3	--
SALUD, FARMACIA Y PARAFARMACIA	--	4.5
<b>CONSUMO DURADERO</b>		
AUTOMOCIÓN	6.7	18.2
TEXTIL Y VESTIMENTA	--	9.1
DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	6.7	--
EQUIPOS DE OFICINA	6.7	--
<b>SERVICIOS</b>		
<b>FINANZAS Y SEGUROS</b>	<b>26.7</b>	<b>22.7</b>
TELECOMUNICACIONES	--	4.5
DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	6.7	--
ENERGÍA	--	4.5
CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS	--	4.5
<b>SOCIALES Y DIVULGACIÓN</b>		
ASOCIACIÓN, ONG	--	4.5

Preguntas Sugeridas  
Base: **RESPONSABLES DE COMPRAS** entrevistados en 2015 (15) y 2017 (22). Datos en porcentaje (%)

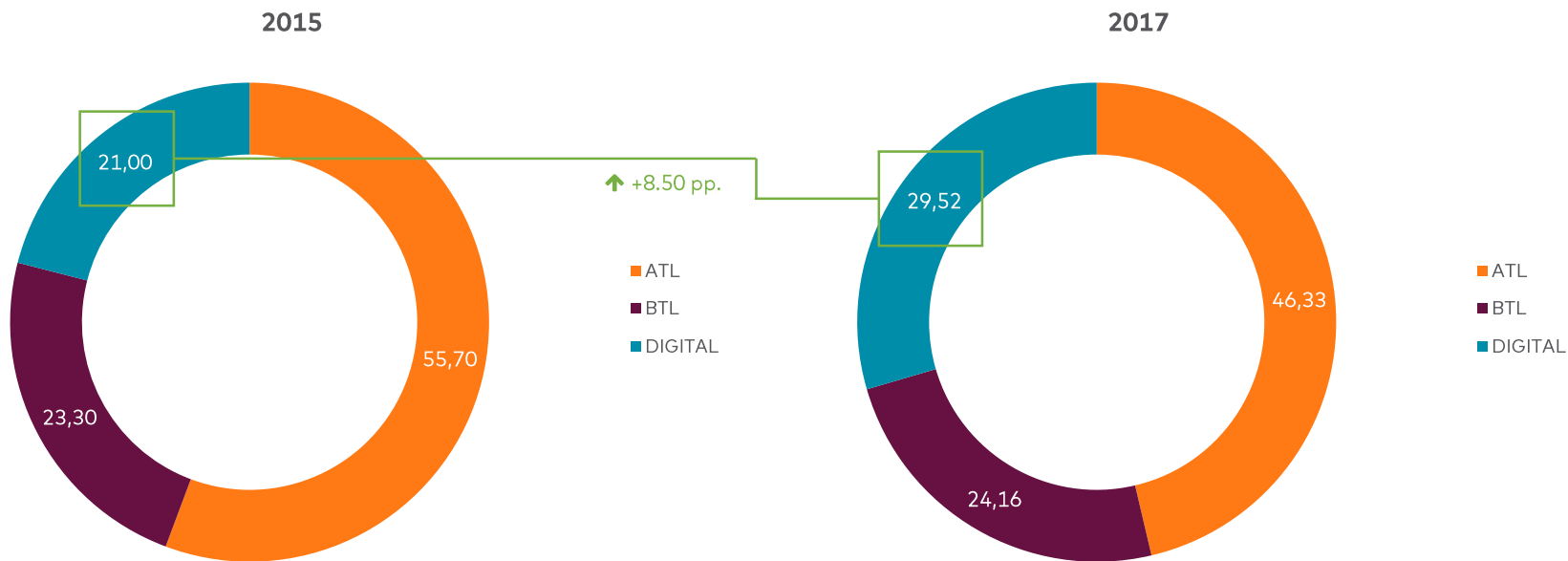
**Ratio** (Presupuesto de Comunicación/Ventas)



Base: ANUNCIANTES en REINO UNIDO en 2015. BRASIL, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA en 2016. MÉXICO en 2017. [Datos en porcentaje \(%\)](#)

Preguntas Sugeridas

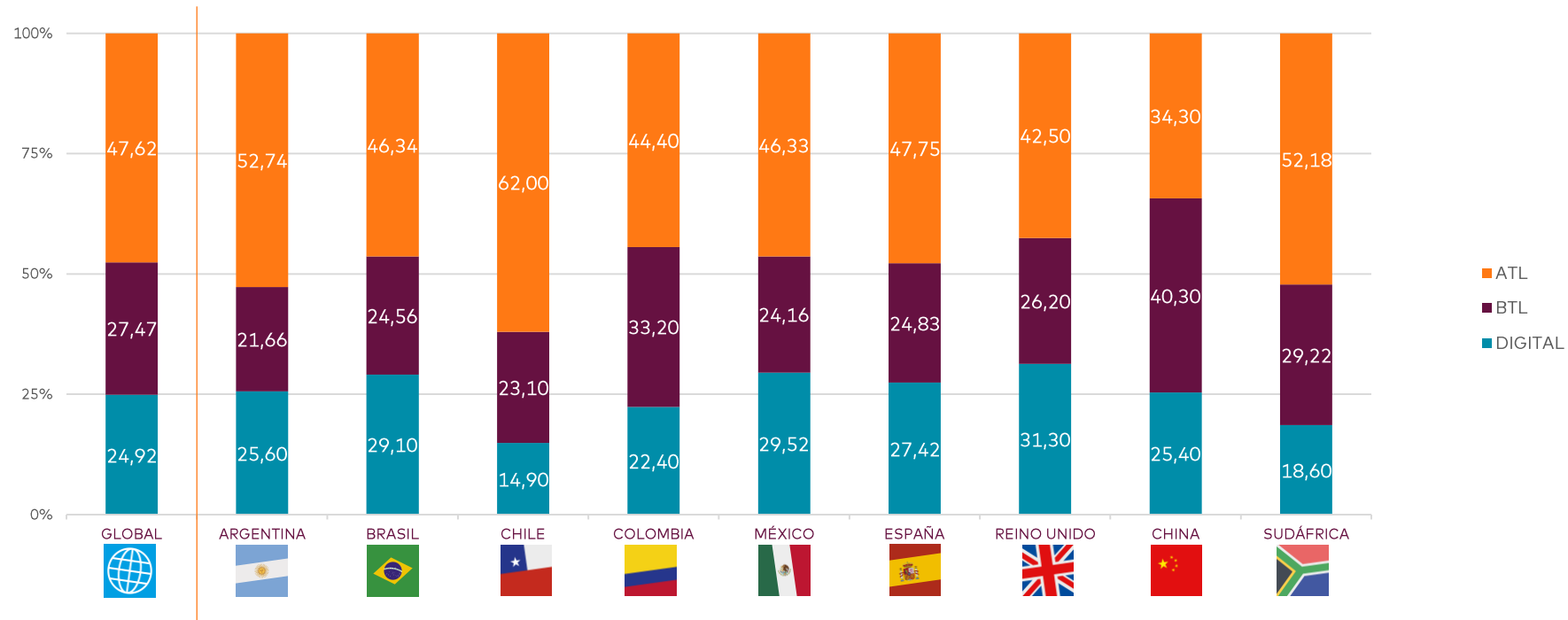
**Presupuesto** (distribución por disciplinas. **ATL**: Publicidad Convencional / **BTL**: Activación/Promocional-CRM/Relacional / **DIGITAL**: Paid-Owned-Earned Media)



Pregunta Sugerida  
Base: **EMPRESAS ANUNCIANTES** entrevistadas en **2015** (238) y **2017** (303). Datos en porcentajes medios (%)



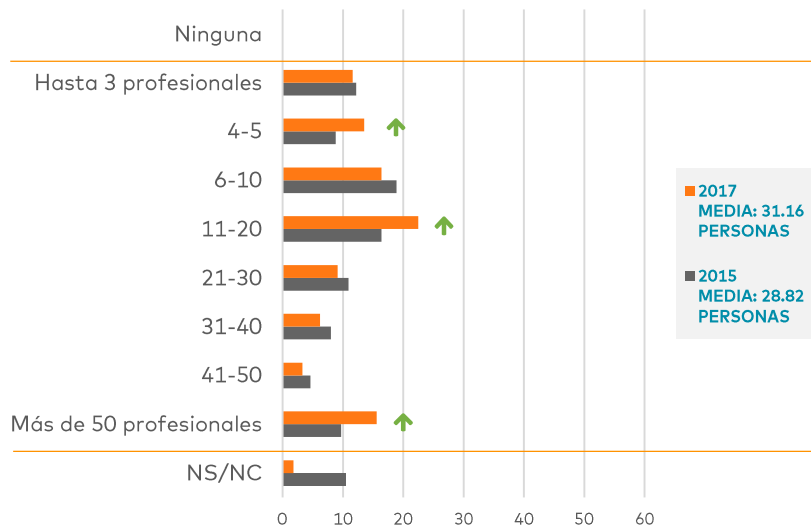
**Presupuesto** (distribución por disciplinas. **ATL**: Publicidad Convencional / **BTL**: Activación/Promocional-CRM/Relacional / **DIGITAL**: Paid-Owned-Earned Media)



Base: **ANUNCIANTES** en **CHILE** en 2014. **REINO UNIDO** EN 2015. **ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA** y **SUDÁFRICA** en 2016. **MÉXICO** en 2017. Datos en % medios Pregunta Sugerida

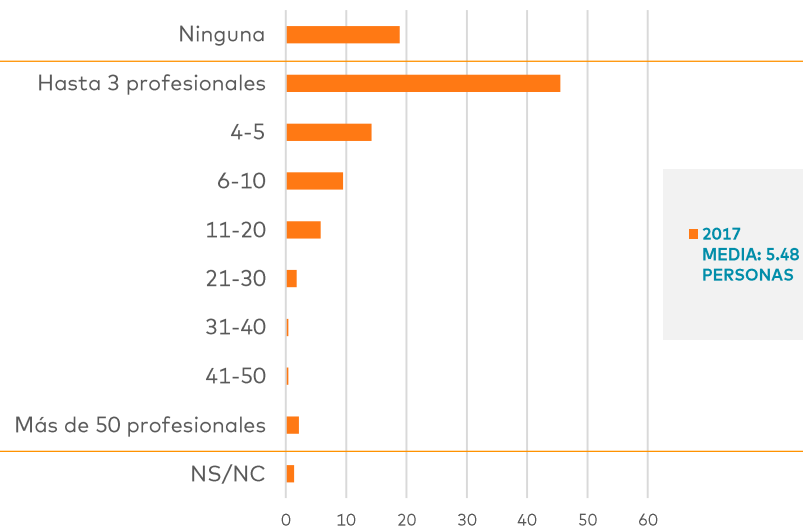
Configuración de los Equipos (Marketing y Digital)

¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN EL DEPARTAMENTO DE MARKETING?



Y, ¿CUÁNTAS TRABAJAN FULL-TIME EN PROYECTOS DIGITALES?

(Base: aquellos que tienen equipos digitales en 2017 (167))

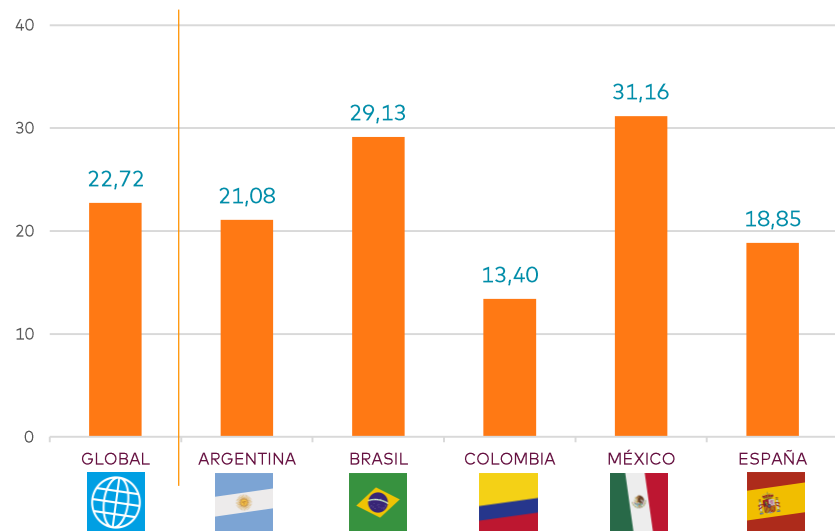


Preguntas Espontáneas  
 Base: ANUNCIANTES entrevistados en 2015 (238) y 2017 (275). Datos en porcentaje (%)



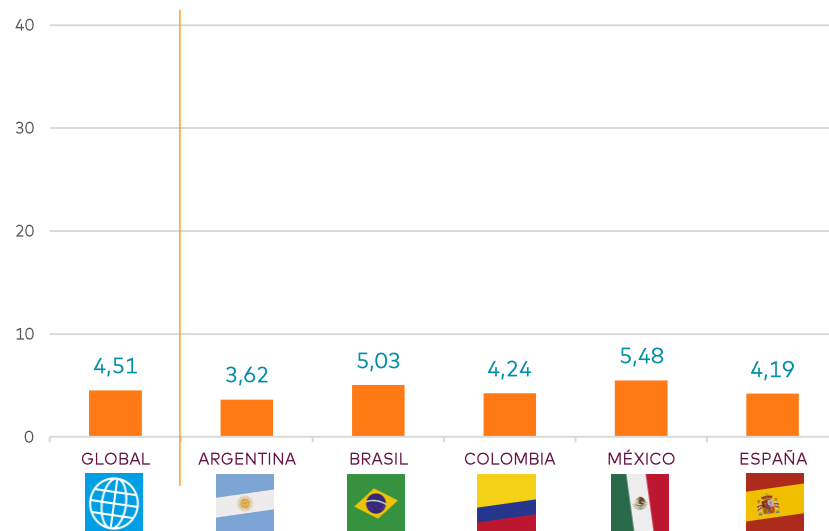
Configuración de los Equipos (Marketing y Digital)

¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN EL DEPARTAMENTO DE MARKETING?



Y, ¿CUÁNTAS TRABAJAN FULL-TIME EN PROYECTOS DIGITALES?

(Base: aquellos que tienen equipos digitales en 2017 (167))

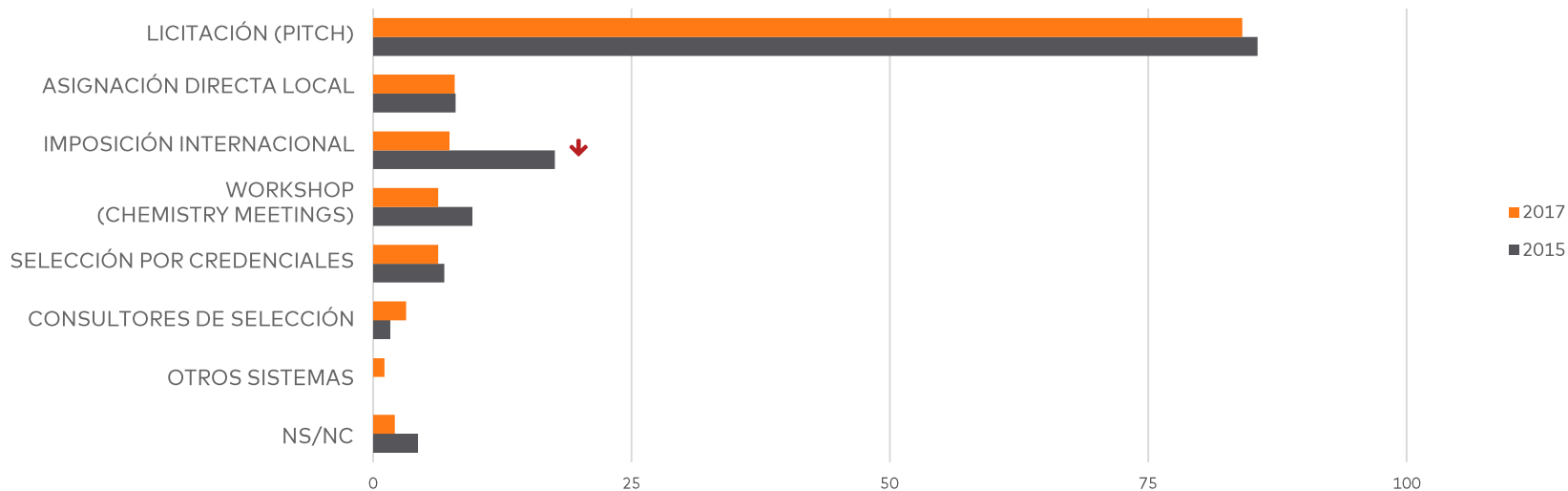


Preguntas Espontáneas  
Base: ANUNCIANTES en ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA y ESPAÑA en 2016. MÉXICO en 2017. Datos en medias

**Selección** (forma de elegir a una nueva agencia)

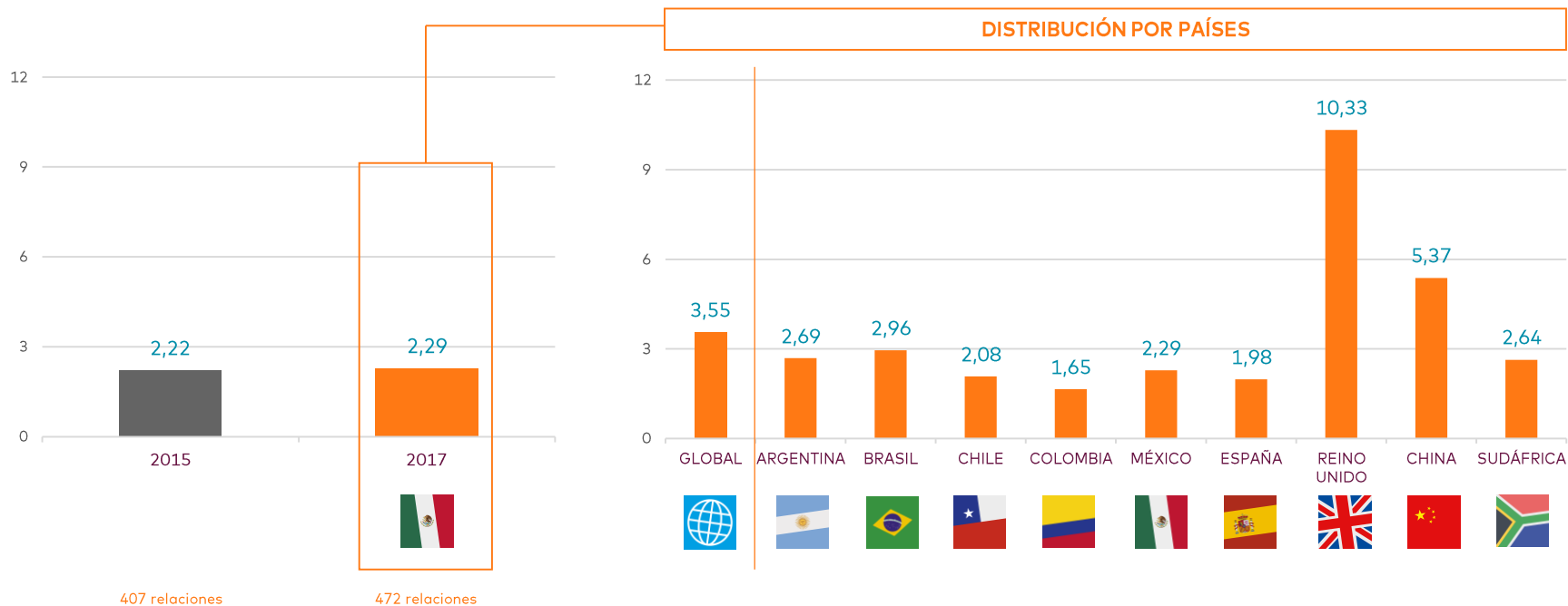
**SISTEMAS PARA SELECCIONAR A UNA NUEVA AGENCIA**

(Media de menciones: 2015: 1.29, 2017: 1.19)



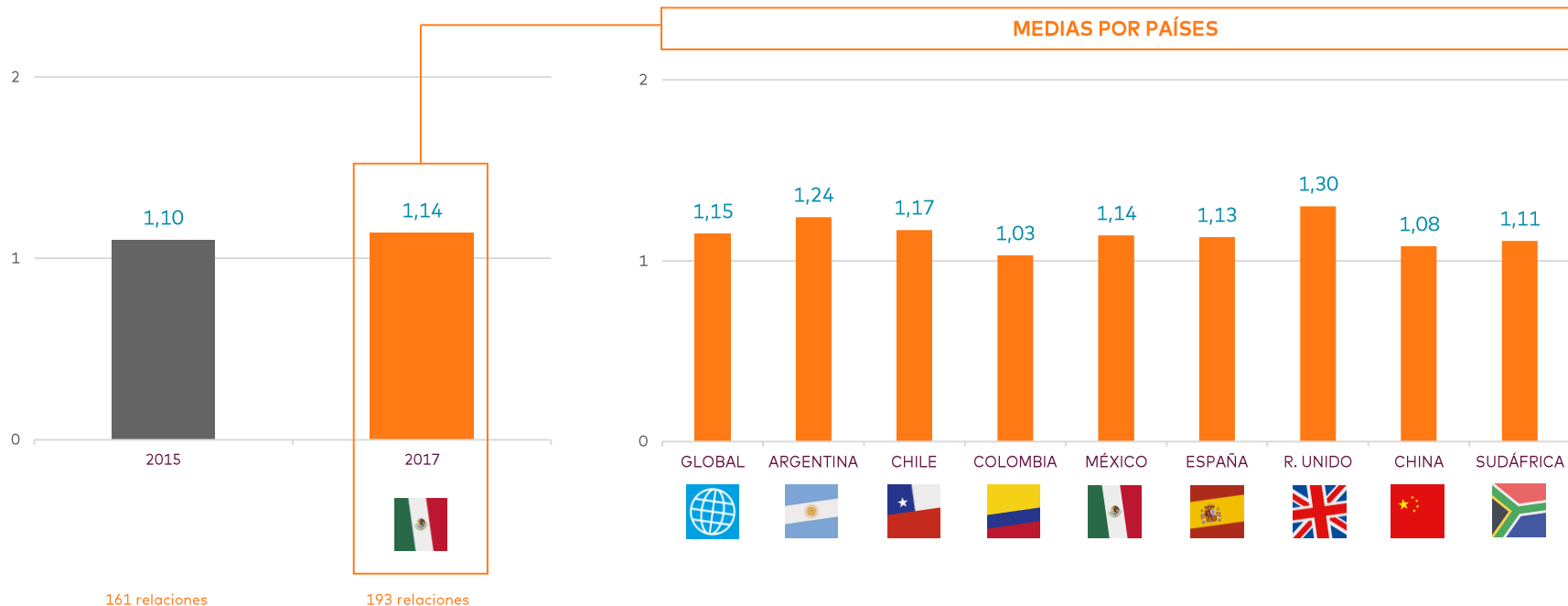
Preguntas Sugeridas  
Base: ANUNCIANTES entrevistados en 2015 (188) y 2017 (189). Datos en porcentaje (%)

Número de Agencias (con las que trabajan habitualmente los anunciantes)



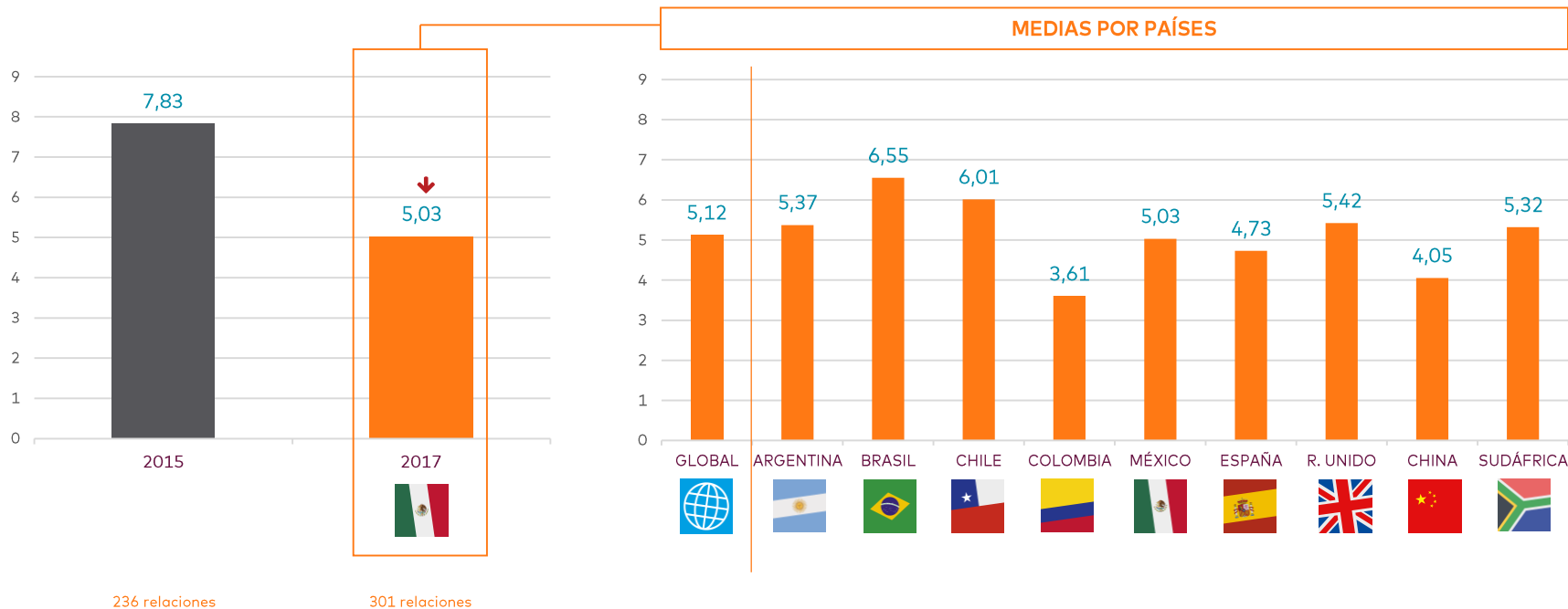
Base: ANUNCIANTES en CHILE en 2014. REINO UNIDO en 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA en 2016. MÉXICO en 2015-2017. [Datos en medias](#) Pregunta Espontánea

Número de Agencias (con las que trabajan habitualmente los anunciantes)



Base: **RELACIONES** en CHILE en 2014. **REINO UNIDO** en 2015. **ARGENTINA, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA** en 2016. **MÉXICO** en 2015-2017. [Datos en medias](#) Pregunta Espontánea

Duración de la Relación (con las agencias con las que trabajan habitualmente los anunciantes)

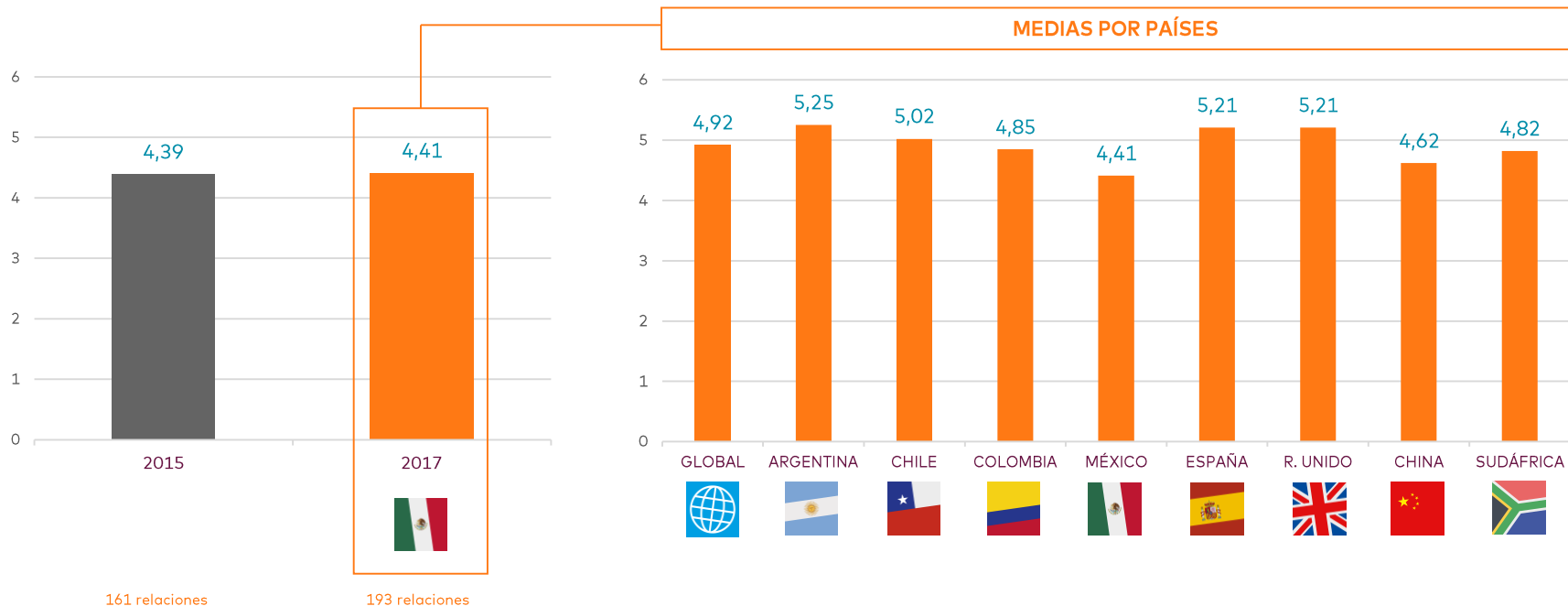


236 relaciones

301 relaciones

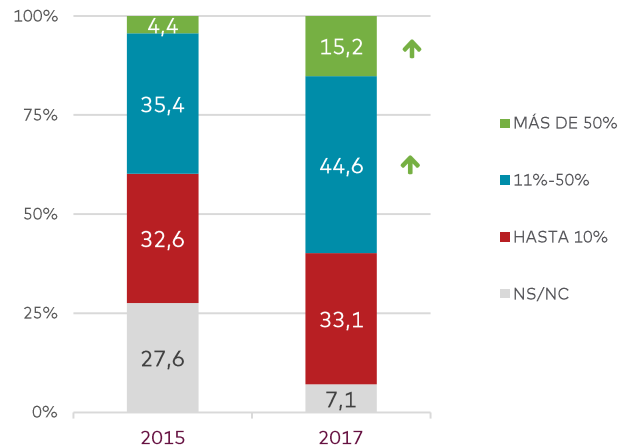
Base: RELACIONES en CHILE en 2014. REINO UNIDO en 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA en 2016. MÉXICO en 2015-2017. [Datos en medias](#) Pregunta Espontánea

**Duración de la Relación** (con las agencias con las que trabajan habitualmente los anunciantes)



Base: **RELACIONES** en CHILE en 2014. **REINO UNIDO** en 2015. **ARGENTINA, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA** en 2016. **MÉXICO** en 2015-2017. [Datos en medias](#) Pregunta Espontánea

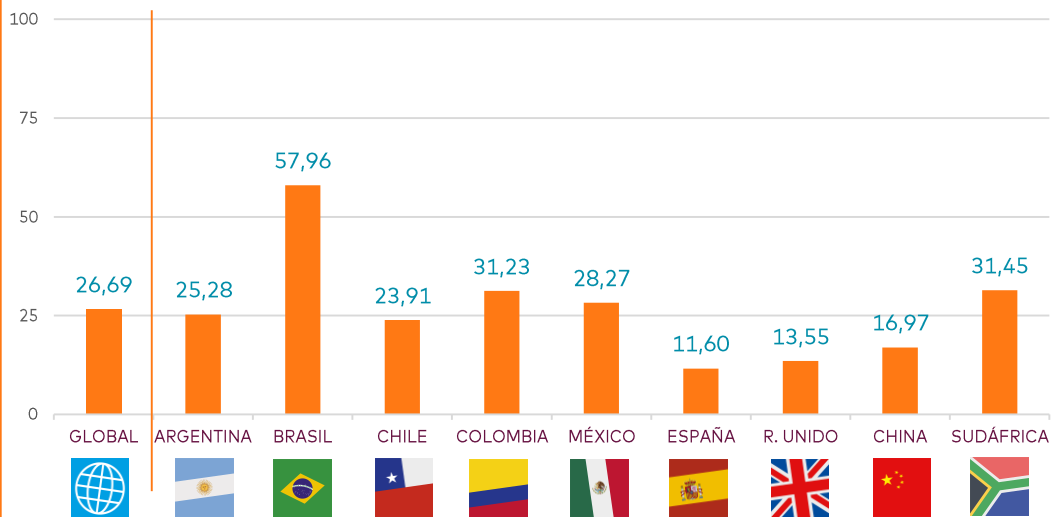
Contribución al Crecimiento del Negocio de los Clientes (según una escala del 0% al 100%)



20,04%  
407 relaciones

28,27%  
472 relaciones

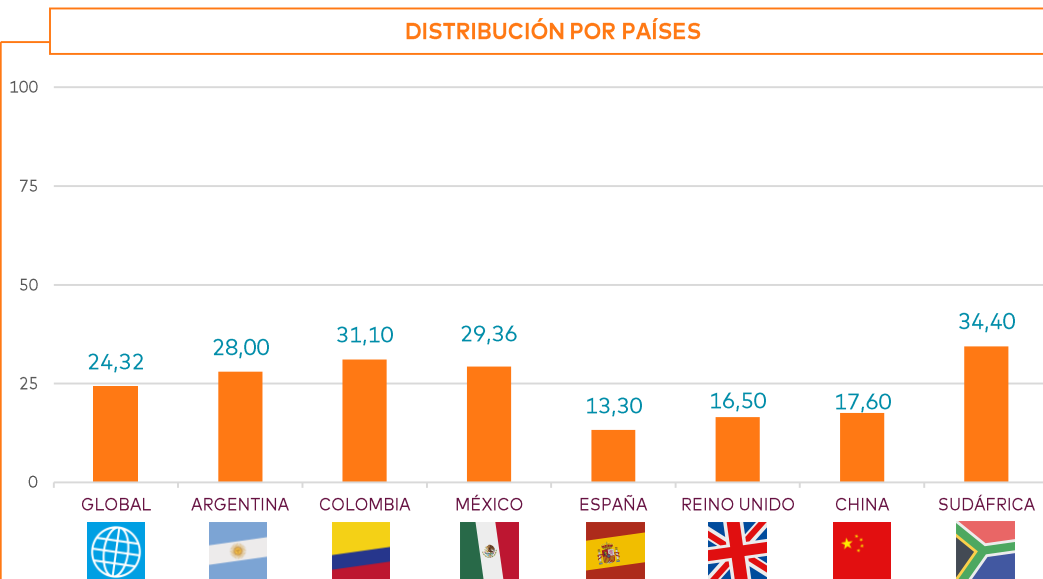
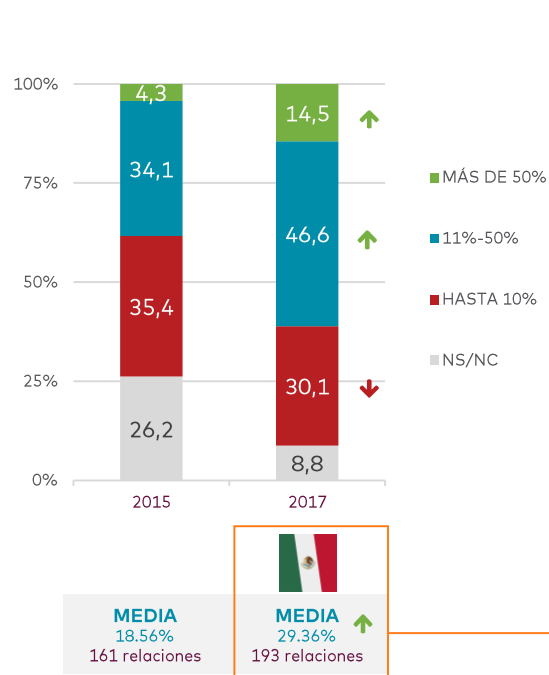
DISTRIBUCIÓN POR PAÍSES



Base: RELACIONES en CHILE en 2014. REINO UNIDO en 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA en 2016. MÉXICO en 2015-2017. Datos en porcentaje (%)



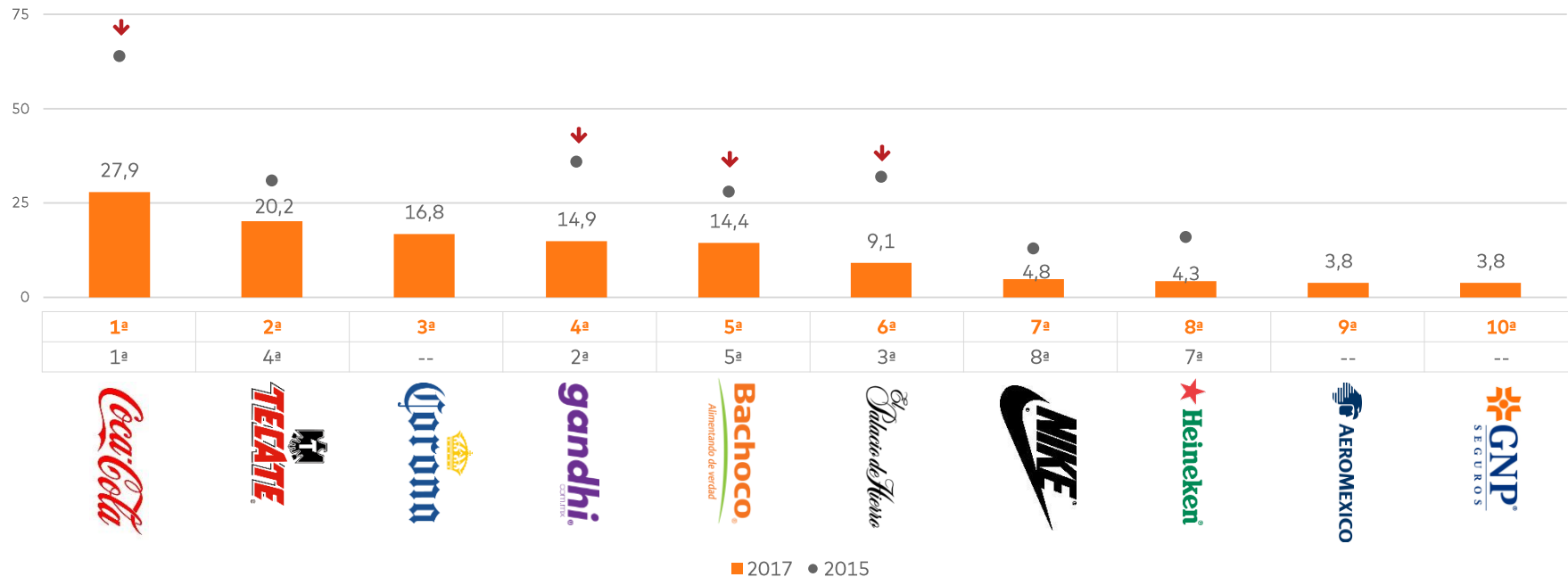
Contribución al Crecimiento del Negocio de los Clientes (según una escala del 0% al 100%)



Base: **RELACIONES** en CHILE en 2014. **REINO UNIDO** en 2015. **ARGENTINA, COLOMBIA, ESPAÑA, CHINA y SUDÁFRICA** en 2016. **MÉXICO** en 2015-2017. [Datos en medias](#)

Pregunta Sugerida

Campañas más Destacadas (de los últimos dos años) (Top 10)



Pregunta Espontánea  
Base responden: ANUNCIANTES entrevistados en 2015 (238) y 2017 (208). Datos en porcentaje (%)

Compañías más Admiradas (por su Marketing) (Top 10)



Pregunta Espontánea  
Base responden: ANUNCIANTES entrevistados en 2015 (238) y 2017 (231). Datos en porcentaje (%)

Profesionales de anunciantes más admirados



1º  
**ALEXSANDRO PINTO**  
GRUPO MODELO



2º  
**ANTONIO MATIENZO**  
TECATE / CUAUHTÉMOC MOCTEZUMA



2ª  
**MARCELA VELASCO**  
TELCEL

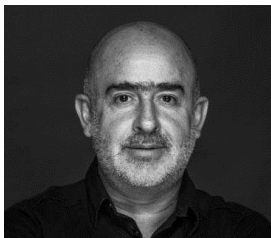


2ª  
**MAYRA GONZÁLEZ**  
NISSAN

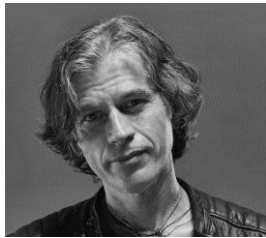
---

Pregunta Espontánea  
Base : **ANUNCIANTES** entrevistados 2017 (231)

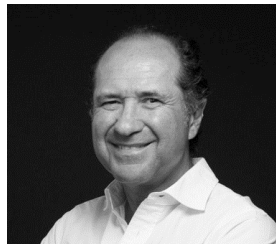
Profesionales de agencias creativas y de medios más admirados



1º  
RAÚL CARDÓS  
ANÓNIMO



2º  
HÉCTOR FERNÁNDEZ  
Y&R



3º  
JOSÉ ALBERTO TERÁN  
TERAN\TBWA



3º  
JOSÉ MONTALVO  
MONTALVO



1ª  
PATRICIA MOLINA  
HAVAS MEDIA GROUP



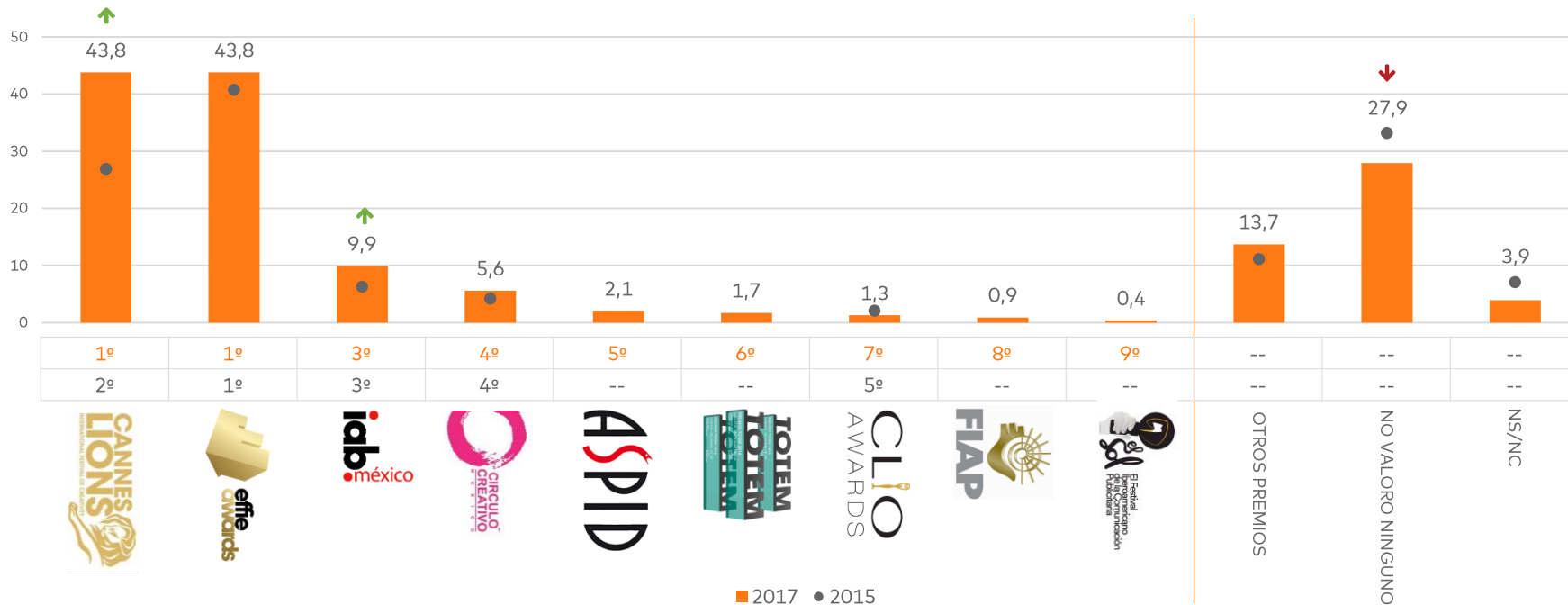
2º  
SERGIO KESSISSIAN  
IPG MEDIABRANDS



3ª  
LILI BARROSO  
MINDSHARE

Pregunta Espontánea  
Base : ANUNCIANTES entrevistados 2017 (231)

Premios del Sector más Valorados (de los últimos dos años)



Base: ANUNCIANTES entrevistados en 2015 (328) y 2017 (233). Datos en porcentaje (%) (1.33 y 1.81 menciones de media) Pregunta Espontánea

# ¡Gracias!

Para más información contactar con:

Héctor Abanades (Research Manager) - [habanades@scopen.com](mailto:habanades@scopen.com)

Óscar López (Research & Studies Director) - [olopez@scopen.com](mailto:olopez@scopen.com)

César Vacchiano (President & CEO) - [cvacchiano@scopen.com](mailto:cvacchiano@scopen.com)

[SCOPEN.COM](http://SCOPEN.COM)

The logo for SCOPEN, featuring the word "SCOPEN" in a bold, white, sans-serif font centered within a white rectangular border that has a slight 3D effect.

ARGENTINA · BRAZIL · CHILE · CHINA · COLOMBIA · INDIA · MEXICO · PORTUGAL · SINGAPORE · SOUTH AFRICA · SPAIN · UK

The logo for AGENCY SCOPE, consisting of the words "AGENCY" and "SCOPE" stacked vertically in a bold, white, sans-serif font, enclosed within a white rectangular border with a 3D effect.

AGENCY  
SCOPE

MEXICO 2017