

NOTA DE PRENSA

**LAS AGENCIAS DIGITALES,
LAS QUE GENERAN MAYOR SATISFACCIÓN
EN LOS ANUNCIANTES COLOMBIANOS**

- **El presupuesto dedicado a acciones digitales supera ya el tercio de las inversiones de los anunciantes en Marketing / Comunicación / Publicidad**
- **Wunderman Thompson, VMLY&R y Ariadna, agencias digitales que lideran en rankings**
- **Catalina Sánchez (VMLY&R), Angélica Escrucería y Daniel Payán (Wunderman Thompson), son los profesionales de agencias digitales más valorados por el sector**

Colombia, 10 de septiembre de 2020. El AGENCY SCOPE Colombia 2020/21, analiza las tendencias de la industria de la comunicación, así como la percepción e imagen de las agencias con las que trabajan los anunciantes colombianos. En esta edición, se ha entrevistado a más de 800 profesionales que trabajan en compañías anunciantes, agencias creativas y de medios.

Una compañía anunciante en Colombia invierte, por término medio, el 3.6% de su facturación en Marketing-Comunicación-Publicidad; casi un punto más que la inversión declarada en 2018. La inversión que se destina a **acciones digitales** alcanza ya el 35% del presupuesto, más de un tercio, y aumenta casi cinco puntos porcentuales en los últimos dos años. Colombia es así el cuarto país (al mismo nivel que España), entre los 10 mercados en los que realizamos el estudio, en cuanto a inversión destinada al medio Digital (lideran la clasificación China, Brasil y Reino Unido).

Las tres **disciplinas que solucionan** las agencias digitales son, principalmente, la *Producción Digital*, la *Estrategia Digital* y las acciones en *Medios Sociales y Blogs*.

Cuando se pide a los anunciantes colombianos definir a **la agencia Digital 'ideal'**, las características que mencionan con mayor frecuencia son la *Creatividad/Ideas Innovadoras*, la *Conocimiento del mercado/marca/cliente* y la *Investigación/Datos/Herramientas*.

Por otro lado, afirman encontrar algunas **barreras** a la hora de realizar acciones digitales. Entre ellas, aparecen en las tres primeras posiciones: la *Falta de conocimiento digital*, la *Falta de presupuesto*, y *No contar con el proveedor adecuado*.

"Los clientes demandan datos, conocimiento y experiencia a sus agencias para facilitarles la toma de decisiones en un entorno cada vez más incierto. Si las agencias apuestan por reforzar sus capacidades en Data y Tecnología se convertirán en socios aún más imprescindibles para sus clientes uniendo ese talento a sus fortalezas en Estrategia y Creatividad con las que no cuentan otros agentes" **Óscar López**, Research & Studies Director de SCOPEN

Cada responsable de marketing mantiene una relación media de 3.3 años de duración con su agencia digital, un dato que aumenta en casi un año la duración declarada en la edición anterior. De entre las distintas tipologías de agencia, son también las digitales las que más mantienen relaciones continuas con los anunciantes (85.5%) y no trabajan tanto por proyecto (14.5%), y además, las más remuneradas mediante fee anual (en un 80.3% de los casos).

“Es muy notorio cómo han evolucionado las relaciones con las agencias digitales tanto en Colombia como en el mundo. Hoy en día son relaciones continuas (no por proyecto) y remuneradas por iguales muy cercanas en promedio a las iguales en publicidad. Todavía son escasos los casos en los que los anunciantes premian a sus agencias digitales con bonus por resultados, pero ya detectamos un aumento de los mismos respecto a la anterior edición del estudio” comenta **César Vacchiano**, presidente y CEO de SCOPEN.

La satisfacción de los anunciantes colombianos con sus agencias digitales es clara y, con un 77.6%, obtienen el mejor dato entre las diferentes agencias creativas. Los marketers les adjudican además un 29.6% de contribución al crecimiento de sus negocios y no es por tanto de extrañar que sólo el 11.8% de ellos declare tener intención de cambiar.

Héctor Abanades, Research Manager de SCOPEN nos cuenta que *“los anunciantes colombianos valoran en general a sus agencias mucho mejor que hace dos años. Aprecian especialmente sus aportaciones en áreas como la estrategia, la creatividad y el servicio y se las valora mejor en digital, con una mejor oferta en la relación calidad/precio y aportando mayor valor a sus empresas y rentabilidad a sus inversiones. Es el momento de que las agencias comiencen a evolucionar ofreciendo más servicios, capacitando a sus equipos en nuevos territorios y/o atrayendo nuevo talento”*.

En otros mercados donde se realiza este mismo estudio, se observa cómo las agencias creativas intentan crecer en áreas “fuera” de sus servicios clásicos, especialmente en las áreas de Digital, Branded Content, Data y Estrategia. Parece claro que, para crecer, es clave empezar a ofrecer otro tipo de soluciones a los clientes.

Con los resultados obtenidos en el estudio, donde se pregunta también a los anunciantes por las **agencias que destacan** en distintas áreas, se completan diferentes rankings que clasifican a las agencias en base a diferentes atributos. En el caso de las agencias digitales, recogemos las tres que destacan en:

Conocimiento espontáneo – Agencias Digitales más conocidas de forma espontánea

1. Wunderman Thompson
2. VMLY&R
3. Ariadna

Creatividad – Agencias Digitales mejor percibidas por su creatividad (original + eficaz)

1. Wunderman Thompson
2. VMLY&R
3. Ariadna

Percepción del mercado – Agencias Digitales mejor percibidas, teniendo en cuenta varios atributos clave de servicio

1. Wunderman Thompson

[SCOPEN.COM](https://www.scopen.com)



COLOMBIA 2020/21

2. VMLY&R
3. Ariadna

Entre los **profesionales de agencias digitales más valorados** por el sector, ocupa la primera posición **Catalina Sánchez** de VMLY&R seguida, en segundo lugar, de **Angélica Escrucería** y **Daniel Payán** de Wunderman Thompson.

Muestra: AGENCY SCOPE Colombia 2020/21: 834 **entrevistas**. 348 entrevistas personales con los Responsables de Marketing (y de Medios) de compañías anunciantes, 474 entrevistas a profesionales de agencias y 12 entrevistas a Directores de Compras. Campo realizado entre los meses de enero a abril 2020.

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.

Con presencia 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