

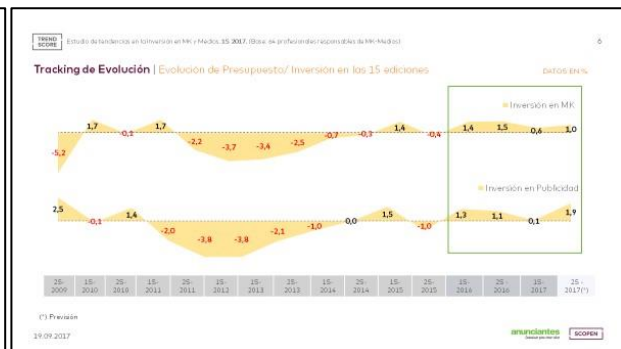
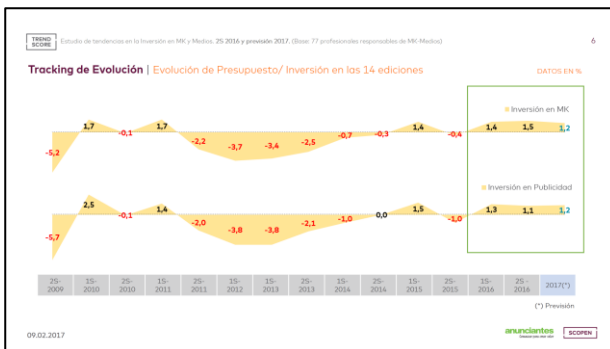
NOTA DE PRENSA

15ª oleada barómetro TREND SCORE
impulsado por la Asociación Española de Anunciantes (aea) y SCOPEN
(Inversión publicitaria primer semestre 2017 y previsión de cierre)

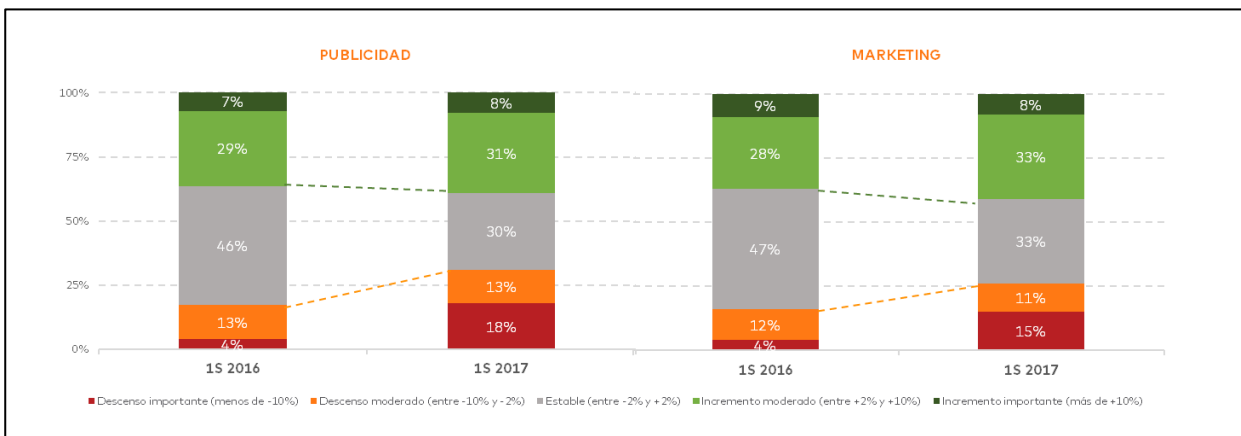
LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE LOS ANUNCIANTES SE MANTIENEN MODERADAS

Madrid, 28 de SEPTIEMBRE de 2017.-

Según el estudio del Barómetro TREND SCORE impulsado por el Foro de Medios de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y elaborado por SCOPEN, relativo al primer semestre de 2017, las expectativas de crecimiento de los presupuestos de inversión en marketing y publicidad han supuesto un incremento del **0.6%** para marketing y del **0.1%** en el caso de publicidad. Este dato, si bien mantiene la tendencia al crecimiento, contrasta con los datos de cierre de 2016 de dicho barómetro que apuntaban a una recuperación de las inversiones en 2017 del **1.2%** tanto para publicidad como para marketing.



De estos datos se aprecia, asimismo, un **comportamiento muy desigual entre los anunciantes**. Por una parte, algunos aumentan de manera significativa sus inversiones, pero por otra parte, también se observa lo contrario por parte de otros anunciantes, por lo que se deduce que existe una **polaridad**.



En el caso de marketing, un 41% de los anunciantes indica que ha incrementado su presupuesto respecto al mismo periodo del año anterior, al tiempo que un 26% de los anunciantes ha apostado por reducirlo.

El mismo modelo se produce respecto a la inversión en publicidad, donde se aprecian, no obstante, unos datos más similares en cuanto a la inversión, un 39% la ha aumentado mientras que un 31% declara haberla recortado.

En ambos casos, marketing y publicidad, se detecta una reducción muy relevante del bloque de anunciantes que manifiesta que sus presupuestos se han mantenido estables.

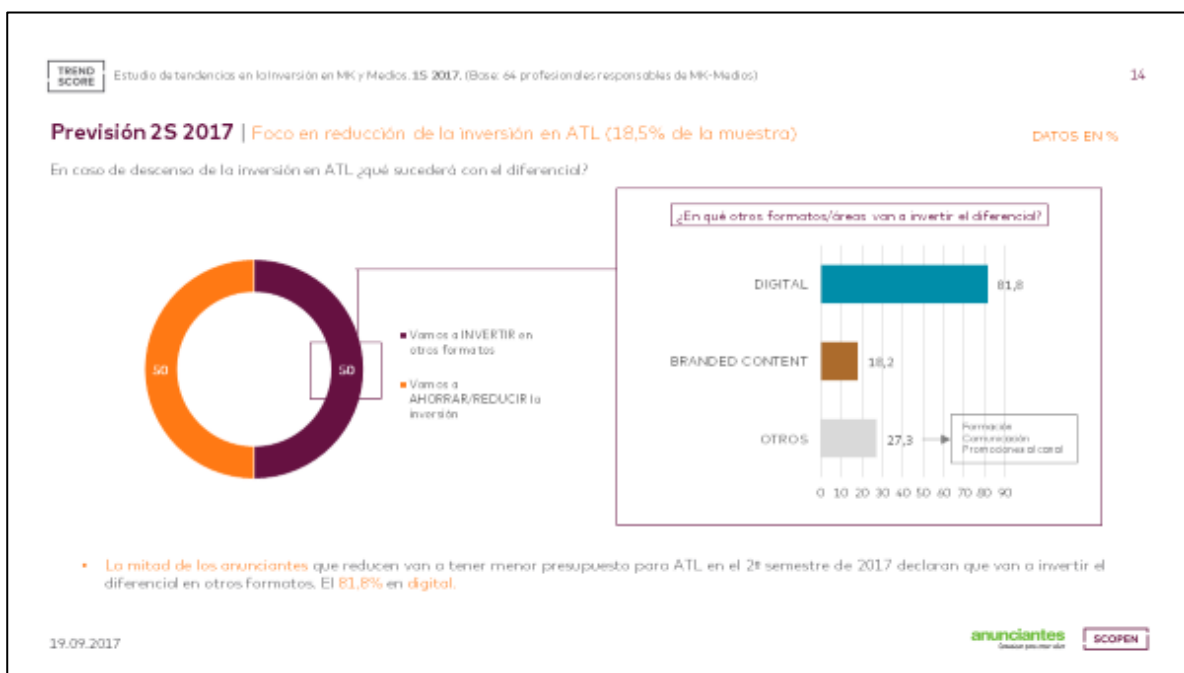
Por tanto, puede apreciarse un panorama desigual de políticas de inversión en comunicación y con modelos que, aun manteniendo una tendencia positiva, arrojan cierta volatilidad en la toma de decisiones de inversión en estas áreas.

Expectativas para el segundo semestre y cierre del año:

Este barómetro recoge también las expectativas de cara al segundo semestre. En este sentido, los datos aportados apuntan a una reducción de las inversiones por parte de muchos anunciantes que, como es práctica habitual en el mercado, destinan mayores presupuestos al primer semestre, concentrando gran parte de sus acciones a principios de año.

Esta reducción de presupuesto se aplicaría especialmente para ATL, categoría de medios convencionales de la cual se detraen partidas que el 50% de los anunciantes redirige a otros formatos de comunicación como *branded content*, o digital - al que destinarán un 80% de la inversión-, etc.

De cara al total del cierre del año, los anunciantes mantienen, de forma global, una previsión de tendencia positiva con un resultado final que sitúan en un **+1** y **+1.9** respectivamente para las inversiones en marketing y publicidad **versus 2016**.



Declaraciones aea y SCOPEN:



Begoña Gómez, directora técnica de la aea: *“El barómetro TREND SCORE nos proporciona una radiografía vital de las oscilaciones que este año está viviendo la industria de la comunicación comercial en la que, no obstante, apreciamos cómo se mantiene de manera moderada la tendencia positiva al crecimiento en las inversiones”*.

Sobre TREND SCORE



Barómetro de tendencia impulsado por el Foro de Medios de la Asociación Española de Anunciantes junto a SCOPEN, con el objetivo de recoger y compartir actitudes e inquietudes de los responsables de Marketing y Publicidad en Medios.

Metodología: Cuestionario online cerrado enviado a empresas anunciantes que representan el 80% de las empresas que invierten en publicidad en nuestro país.

Contactos PRENSA

Elena Pérez del Monte. Comunicación
aea. Pº de la Castellana, 121 - 5º B, Esc. Izda. – 28046 Madrid
Tlfno: 91 556 03 51 – Fax: 91 597 04 83
www.anunciantes.com

Mª José Ramiro. Communications Director
SCOPEN. Velázquez, 24 · 28001 Madrid
Tlfno: 91 702 11 13
SCOPEN.COM