

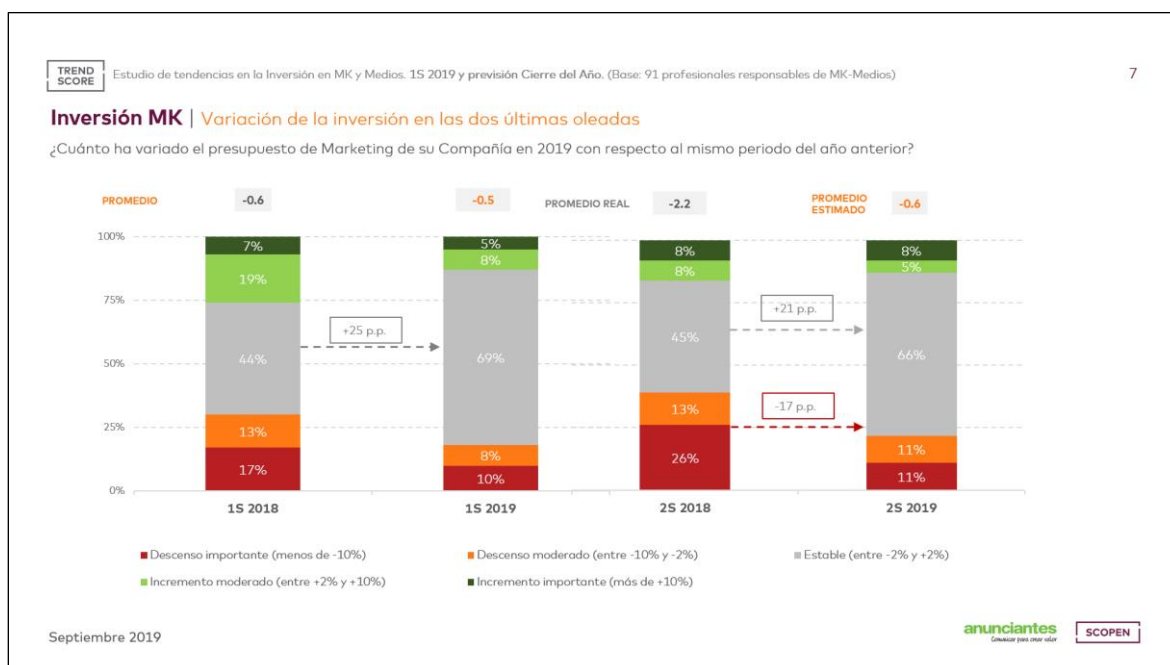
NOTA DE PRENSA

19ª oleada barómetro TREND SCORE
impulsado por la Asociación Española de Anunciantes (aea) y SCOPEN
(Primer semestre 2019 y previsión de cierre de año)

Estabilidad en las inversiones con foco en innovación en marketing

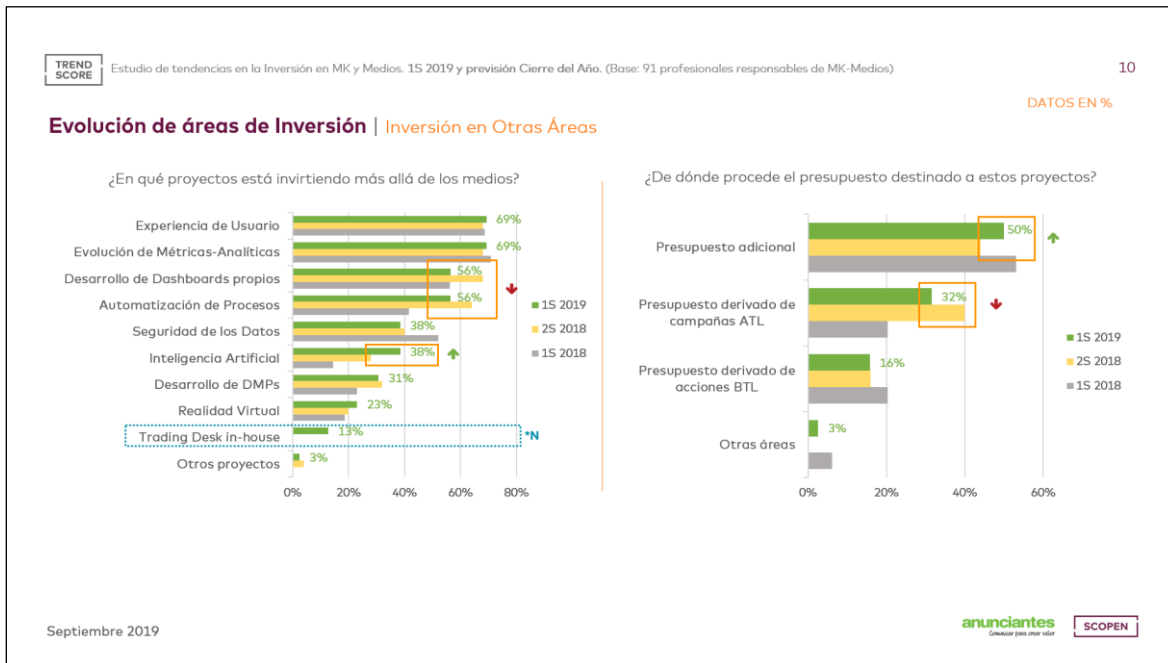
Madrid, 26 de septiembre de 2019.- La última edición del barómetro TREND SCORE sobre tendencias de inversión en marketing y publicidad de los principales anunciantes del mercado, indica una mayor estabilidad en los presupuestos de marketing en 2019 respecto a los resultados de 2018.

Los 91 profesionales que han participado en este barómetro -directores de Marketing, de Publicidad y de Medios-, incrementan en 25 puntos porcentuales las respuestas de mantenimiento de la inversión en el primer semestre del año versus 2018 y, en el segundo semestre, las expectativas son más positivas teniendo en cuenta que, no solo aumenta el índice de estabilidad (+21 puntos porcentuales), sino que también disminuye el número de anunciantes que indican una posible reducción del presupuesto (-17 puntos porcentuales versus 2018).



En un entorno como el actual, con previsiones económicas muy conservadoras y sin haber alcanzado todavía una estabilidad política, el mantenimiento de las inversiones en el área de marketing y publicidad es una tendencia muy positiva que da un cierto respiro al sector.

A este respecto se le suma la tendencia que, oleada tras oleada, se va consolidando de inversión en áreas de innovación.



En este sentido, los anunciantes siguen invirtiendo en proyectos centrados en mejora de la experiencia de usuario y evolución de métricas/analíticas. Asimismo, aparece por primera vez la inversión en el desarrollo de trading desk in-house (sistema de compra de impresiones de publicidad digital de manera automatizada). Un 13% de los anunciantes indica estar trabajando en este aspecto. Dato que, si bien es menor al que encontramos en otros mercados más maduros, aporta una tendencia que será interesante evaluar en próximas ediciones del barómetro.

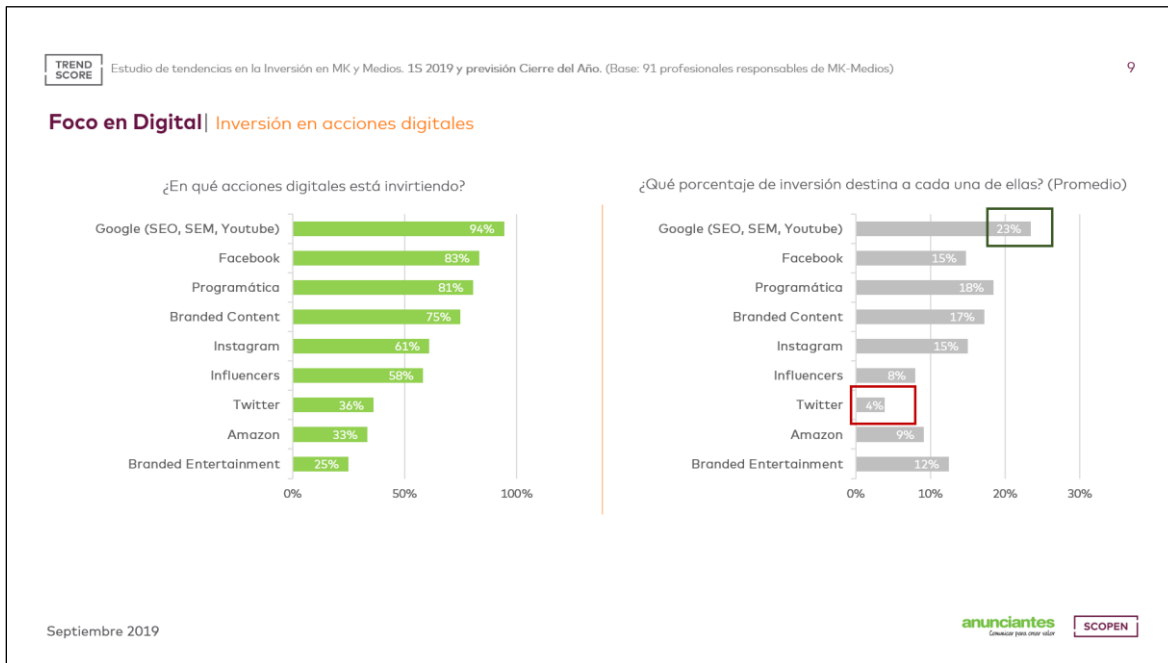
La mitad de los participantes en esta oleada afirma habilitar un presupuesto adicional para este tipo de proyectos de innovación, siendo solo un 32% el que lo extrae de la inversión en ATL, dato que reduce el índice de la anterior oleada.

En el entorno de la inversión digital, el 94% de los profesionales declara que invierte en Google (SEO, SEM, Youtube) para lo que destina una media del 23% del presupuesto.

Más del 80% de los entrevistados afirma invertir en Facebook y Programática y destinar un 15% y un 18% del presupuesto respectivamente.

Branded Entertainment es el área en la que menos están invirtiendo los profesionales de marketing. Sólo el 25% manifiesta hacerlo y le dedica una media del 12% del presupuesto.

Twitter es la plataforma que menor porcentaje de inversión se lleva del presupuesto.



Declaraciones aea y SCOPEN:

Begoña Gómez, directora técnica de la aea: “detectamos cómo los anunciantes cada vez tienen un mayor conocimiento de las áreas de innovación, lo que nos introduce en un mercado más maduro en el que conocer mejor al usuario es vital para el desarrollo de sus acciones”.

Patricia Chávez, Consulting Director de SCOPEN: “La estabilidad en los presupuestos de marketing y publicidad son una buena noticia para nuestro mercado; pero hay que estar atentos a la evolución de las áreas de innovación que, si bien serán un foco de incremento de la inversión global, también conllevarán un cambio en el modelo de operación y, por tanto, de los servicios a ofrecer por parte de las agencias”.

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. Directora de 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 · Spain
Tlfno: 91 702 11 13 - SCOPEN.COM