

NOTA DE PRENSA

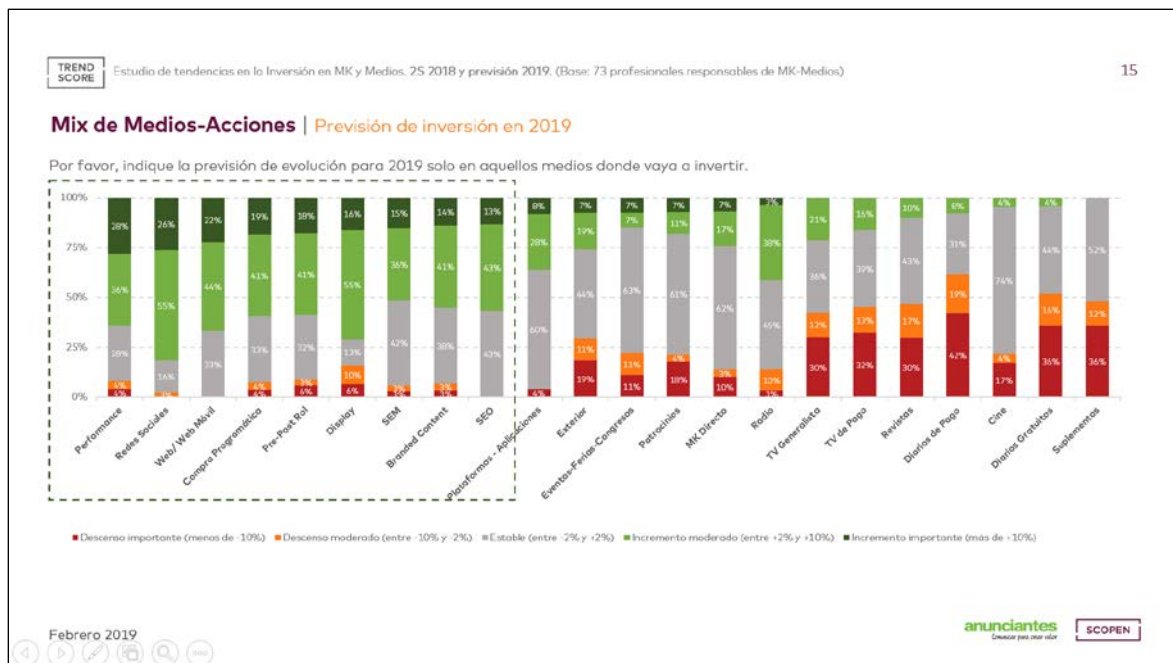
18ª oleada barómetro TREND SCORE
impulsado por la Asociación Española de Anunciantes y SCOPEN
(Segundo semestre 2018 y previsión 2019)

TREND SCORE: LOS CANALES DIGITALES COMO MOTOR DE LAS INVERSIONES

Madrid, 5 de marzo de 2019.-La última edición de TREND SCORE, barómetro de tendencias de inversión en marketing y publicidad de los principales anunciantes del mercado, indica que los canales digitales son el claro motor de crecimiento de las inversiones.

Esta es una de las conclusiones que se deriva de las respuestas de los 73 profesionales que han participado en este barómetro -directores de Marketing, de Publicidad y de Medios -.

Los anunciantes, cada vez más, centran sus esfuerzos y acciones de comunicación en estos formatos en los que se registran los mayores incrementos de presupuesto asignado, especialmente en performance, redes sociales, web, compra programática y pre-post roll.



Asimismo, tal y como ya se apuntaba en la anterior oleada de TREND SCORE, se ha seguido profundizando en identificar otras áreas de inversión en comunicación de los anunciantes más allá de los medios.

Los resultados obtenidos apuntan a que, en promedio, hay más de un 26% del presupuesto que no va destinado a acciones/canales controlados por los modelos de medición y tracking actuales de mercado.

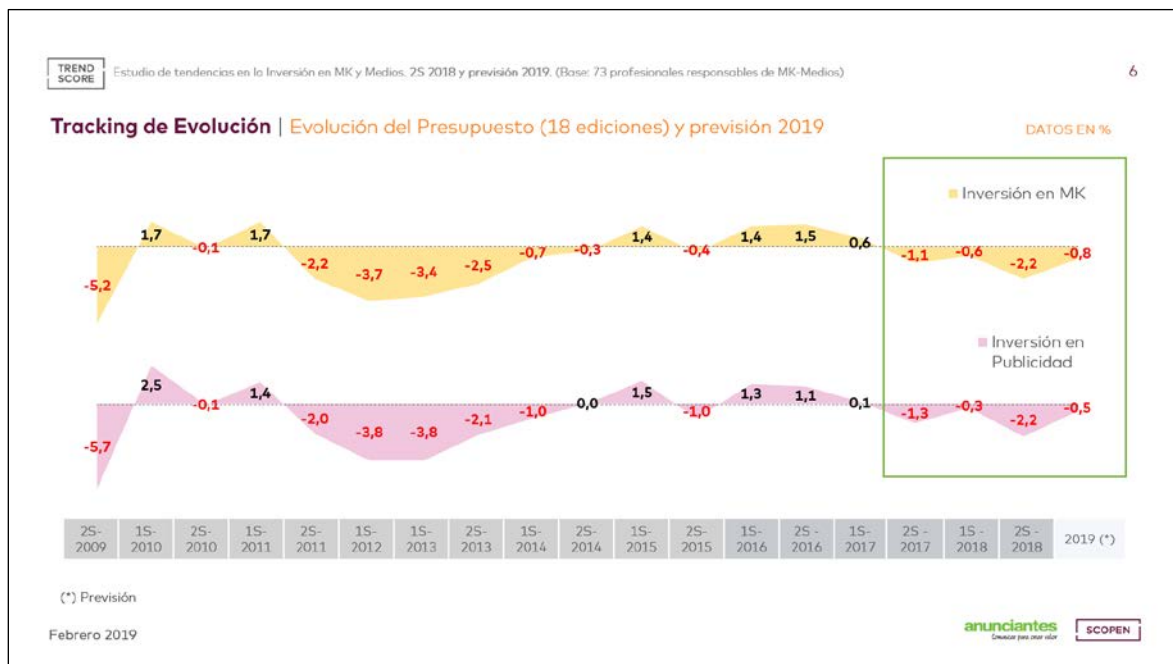
Los anunciantes siguen apostando por trabajar en proyectos centrados en la experiencia de usuario, data, dashboards y automatización de procesos. En cerca de la mitad de los casos se habilita un

presupuesto adicional para ello. No obstante, un 40% extrae el presupuesto de la inversión en ATL; dato que duplica al de la anterior oleada.

La nueva manera de comunicar, más allá de los medios y de las mediciones tradicionales tiene un claro reflejo en la evolución de la inversión en marketing y publicidad. Las áreas que representan una mayor estabilidad son las de investigación y promoción, que cierran 2018 con -0.5% y +0.6% respectivamente.

Sin embargo, en el lado opuesto se encuentran las declaraciones respecto a marketing y publicidad, tras las que se evidencia un cierre del año 2018 con un descenso del -2.2% tanto en marketing como en publicidad.

Menos de la mitad de los anunciantes indica que su presupuesto se ha mantenido estable en el segundo semestre de 2018, cerca del 43% lo ha disminuido. Por lo que respecta a las expectativas para 2019, son conservadoras ya que se detectan índices del -0.8% y -0.5% tanto para marketing como para publicidad, respectivamente.





Declaraciones aea y SCOPEN:

Begoña Gómez, Directora técnica de la aea: “Como factores a destacar vemos que de cara a 2019 las cifras de tanto por ciento de inversión son positivas en cuanto al crecimiento en digital. Asimismo, la televisión claramente se mantiene como el medio que ofrece un mayor retorno a los anunciantes, y observamos, igualmente, que sigue creciendo la inversión en dashboard propios y en automatización de procesos, lo cual es muestra del interés de los anunciantes en tener un mayor control de los procesos.”

Patricia Chávez, Consulting Director de SCOPEN: “Una edición más, el barómetro TREND SCORE nos da un pulso claro de cómo está evolucionando el planteamiento de canales de las marcas con mayor inversión publicitaria. Todo apunta a una desinversión en canales tradicionales y una ampliación del split de proyectos de innovación que se lideran desde los equipos de marketing; algo que supone un reto evidente para nuestra industria.”

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