

7ª edición

AGENCY SCOPE

ARGENTINA 2023/24

Diciembre 2023

Tendencias en las relaciones anunciante-agencia
y análisis de la percepción e imagen de las agencias en Argentina

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

NOTA:

La información que se muestra a continuación es una introducción al contenido del estudio con algunos de sus gráficos más relevantes, pero no es un informe completo.

Para conocer más,
póngase en contacto con nosotros.
Estaremos encantados de atenderle.

Prólogo



AGENCY SCOPE es un estudio bienal sobre tendencias en el marco de las relaciones anunciante-agencias y el análisis pormenorizado de la percepción e imagen de las agencias.

El valor principal de AGENCY SCOPE es proporcionar a las agencias suscriptoras información de primera mano sobre las necesidades de sus clientes y detectar oportunidades para crecer.

El informe brinda una herramienta única para mejorar y proporcionar nuevos servicios, ya que cubre los principales hallazgos y tendencias en el sector del Marketing, Comunicación y Publicidad y, más específicamente, la percepción e imagen de cada agencia en particular en comparación con todas las demás agencias con las que trabajan los anunciantes que operan en Argentina.

Nuestro universo de análisis está compuesto por los responsables en la toma de decisiones de más alto nivel en Marketing, Comunicación, Publicidad de las compañías anunciantes más grandes e importantes del país. Los profesionales de cada empresa tenían que participar e interactuar constantemente en el proceso de toma de decisiones para seleccionar y aprobar el trabajo de sus agencias.

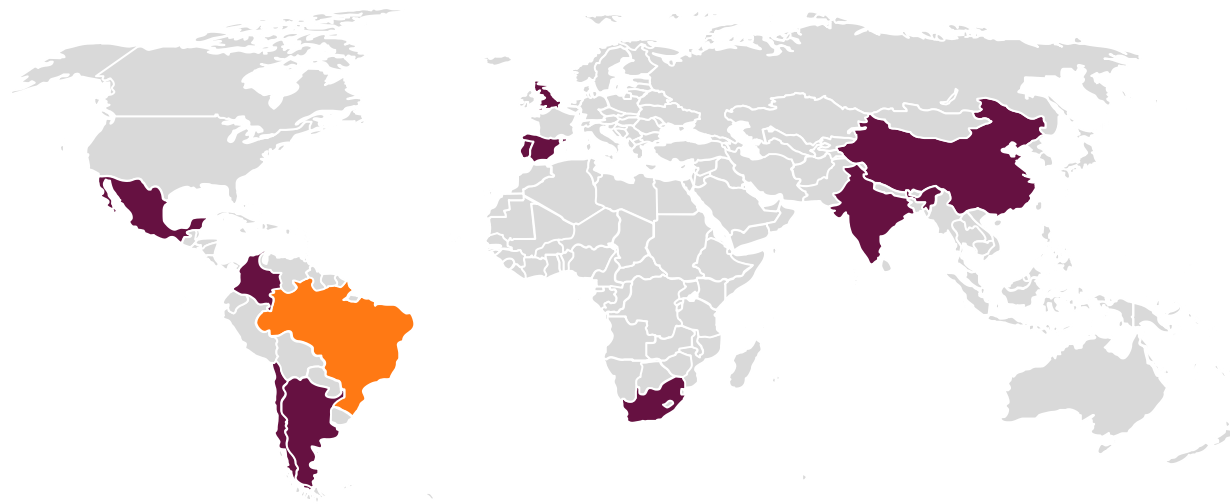
Cada año entrevistamos a más de 3.500 directivos de Marketing y Comunicación en el mundo.

En la presente edición (2023/24) en Argentina hemos entrevistado a 424 profesionales de los cuales 287 trabajan en compañías anunciantes (de 161 empresas distintas), 83 profesionales en agencias creativas y 54 en agencias de medios (este último target, los profesionales de las agencias, es nuevo en la presente Edición)



AGENCY SCOPE en el Mundo

AGENCY SCOPE MÉXICO 2023/24 es la séptima edición del estudio en Argentina que también se lleva a cabo en otros 10 mercados en cinco continentes (Brasil, Colombia, Chile, México, España, Portugal, Reino Unido, China, India y Sudáfrica).



PAÍS	ÚLTIMA EDICIÓN
ARGENTINA	2023/24
BRASIL	2022/23
CHILE	2023/24
COLOMBIA	2022/23
MÉXICO	2023/24
ESPAÑA	2022/23
PORTUGAL	2023/24
REINO UNIDO	2021/22
CHINA	2021/22
INDIA	2018/19
SUDÁFRICA	2023/24

Ello nos permite incorporar datos internacionales que marcan las **tendencias globales**.

Ficha Técnica

Universo

Máximos responsables de anunciantes, usuarios e inversores en Argentina de servicios profesionales de Marketing, Comunicación y Publicidad. Profesionales de las principales agencias (creativas y medios).

Muestra

424 entrevistas en total*

287 anunciantes.

137 profesionales** (83 de agencias creativas / 54 de agencias de medios).

Tipo de entrevista

Personal o a través de videollamada a partir de un cuestionario semiestructurado de más de 60 minutos de duración (anunciantes) y entrevista autoadministrada de 15 minutos de duración (profesionales).

Fechas de trabajo de campo

Anunciantes: del 15 de junio al 6 de noviembre de 2023.

Profesionales: del 9 de octubre al 6 de noviembre de 2023.



(*) ERROR MUESTRAL N=424 ±4,9%) SI P=Q=0,05

(**) NUEVO EN ESTA EDICIÓN

EN TODO EL INFORME (SALVO QUE SE INDIQUE EXPRESAMENTE) SE MARCAN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS [CELDAS, FLECHAS (2023 vs. 2021) Y TRIÁNGULOS (ENTRE SEGMENTOS) EN COLOR VERDE / ROJO AL 90% DEL NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

161 Compañías Participantes [100 (62,1%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR CON SU LOGO EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (287). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL AGENCY SCOPE.



INTRODUCCIÓN · PERFIL DE LA MUESTRA

36 Agencias Creativas Analizadas (EN EL ESTUDIO CON DOS O MÁS CLIENTES EN LA MUESTRA)

RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%)

AGENCY
SCOPE

ARGENTINA 2023/24

19 Agencias de Medios Analizadas (EN EL ESTUDIO CON DOS O MÁS CLIENTES EN LA MUESTRA)



RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (141). DATOS EN PORCENTAJES (%)



Perfil de los Responsables de Marketing (QUE TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

CIUDAD	2021	2023	DATOS DE PERFIL	2021	2023
BUENOS AIRES	87,7	84,0	HOMBRE	39,1	40,4
OTRAS CIUDADES DE ARGENTINA	3,2	3,1	MUJER	60,9	59,6
INTERNACIONAL	9,1	12,9	EDAD (MEDIA)	39,4	39,6
			ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO (MEDIA)	8,7	3,7
			ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA (MEDIA)	11,0	7,2
CARGO	2021	2023	PODER DE DECISIÓN	2021	2023
DIRECTOR DE MARKETING / PUBLICIDAD	28,2	23,7	EL ENTREVISTADO ES EL MÁXIMO DECISOR	15,9	16,7
PRESIDENTE / GERENTE GENERAL	--	1,4	ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS DIRECTIVOS	59,5	49,1
JEFE DE MARKETING / PUBLICIDAD	7,7	13,3	NO DECIDE, PERO LIDERA LA RELACIÓN CON AGENCIAS	9,1	16,7
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN / PRENSA	4,5	2,4	NO DECIDE, DECIDE INTERNACIONAL	15,5	17,4
DIRECTOR / JEFE DE MEDIOS	10,5	12,2			
DIRECTOR DE DIGITAL	2,3	7,3			
GROUP / PRODUCT / BRAND MANAGER	15,9	17,8			
DIRECTOR / GERENTE DE BTL / SERVICIOS DE MARKETING	3,2	5,2			
VP MARKETING / CMO	6,4	8,7			
DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / DIRECTOR COMERCIAL	2,3	0,3			
SUPERVISOR / COORDINADOR / ANALISTA	7,7	1,7			
DIRECTOR DE CONTENIDOS	--	2,4			
OTROS CARGOS	11,3	3,6			

SUGERIDAS. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (220) Y 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIO EN AÑOS.

Perfil de los Responsables de Marketing (QUE TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

TIPO DE EMPRESA	2021	2023	SECTOR	2021	2023
MULTINACIONAL ARGENTINA	9,5	7,0	TEXTIL Y VESTIMENTA	0,5	0,3
MULTINACIONAL EXTRANJERA	62,3	65,2	DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	--	1,0
NACIONAL	22,3	24,4	EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICA	0,5	1,0
EMPRESA PÚBLICA	0,9	3,1	SERVICIOS	36,8	40,4
ASOCIACIÓN, ONG	5,0	0,3	FINANZAS Y SEGUROS	10,5	12,9
			TELECOMUNICACIONES	3,2	3,5
SECTOR	2021	2023	SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	1,8	2,1
GRAN CONSUMO	45,0	46,3	TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	2,3	2,4
ALIMENTACIÓN	14,5	13,2	DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN (RETAIL)	5,0	9,4
BEBIDAS	11,4	13,2	ENERGÍA	3,6	3,5
BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	8,2	8,4	CONSTRUCCIÓN	--	--
LIMPIEZA	4,1	2,8	CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	5,9	2,1
TABACOS	0,5	0,7	LOTERÍAS Y APUESTAS	0,5	0,3
SALUD, FARMA Y PARAFARMACIA	6,4	8,0	.COM	3,6	4,2
CONSUMO DURADERO	12,3	11,1	INMOBILIARIO	0,5	--
HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	2,7	2,1	SOCIALES Y DIVULGACIÓN	5,9	2,1
AUTOMOCIÓN	6,4	5,2	EMPRESA PÚBLICA	0,5	1,4
INDUSTRIAL, AGROPECUARIO	1,4	0,7	ASOCIACION, ONG	5,5	0,7
OBJETOS PERSONALES	0,9	0,7			

SUGERIDAS. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (220) Y 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Perfil de los Profesionales de Agencias Creativas (NUEVO EN ESTA EDICIÓN)

CARGO	2023	CIUDAD	2023
CEO / SOCIO / DIRECTOR GENERAL	19,3	BUENOS AIRES	94,0
CFO / DIRECTOR FINANCIERO	1,2	OTRAS CIUDADES DE ARGENTINA	2,4
COO / DIRECTOR DE OPERACIONES	7,2	INTERNACIONAL	3,6
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN	4,8		
DIRECTOR DIGITAL	2,4	GÉNERO	2023
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	6,0	HOMBRE	57,8
DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE	6,0	MUJER	42,2
DIRECTOR DE CUENTAS	10,8		
SUPERVISOR / EJECUTIVO DE CUENTAS	2,4	EXPERIENCIA DEL ENTREVISTADO (EN AÑOS)	2023
DIRECTOR GENERAL CREATIVO	13,3	EDAD	42,2
DIRECTOR CREATIVO	12,0	ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	7,7
DIRECTOR DE ARTE / COPY	1,2	ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	5,6
PLANNER	2,4		
DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	4,8		
PROGRAMADOR / DESARROLLADOR FULL STACK	1,2		
CGO / CHIEF GROWTH OFFICER	1,2		
OTRO CARGO	5,0		

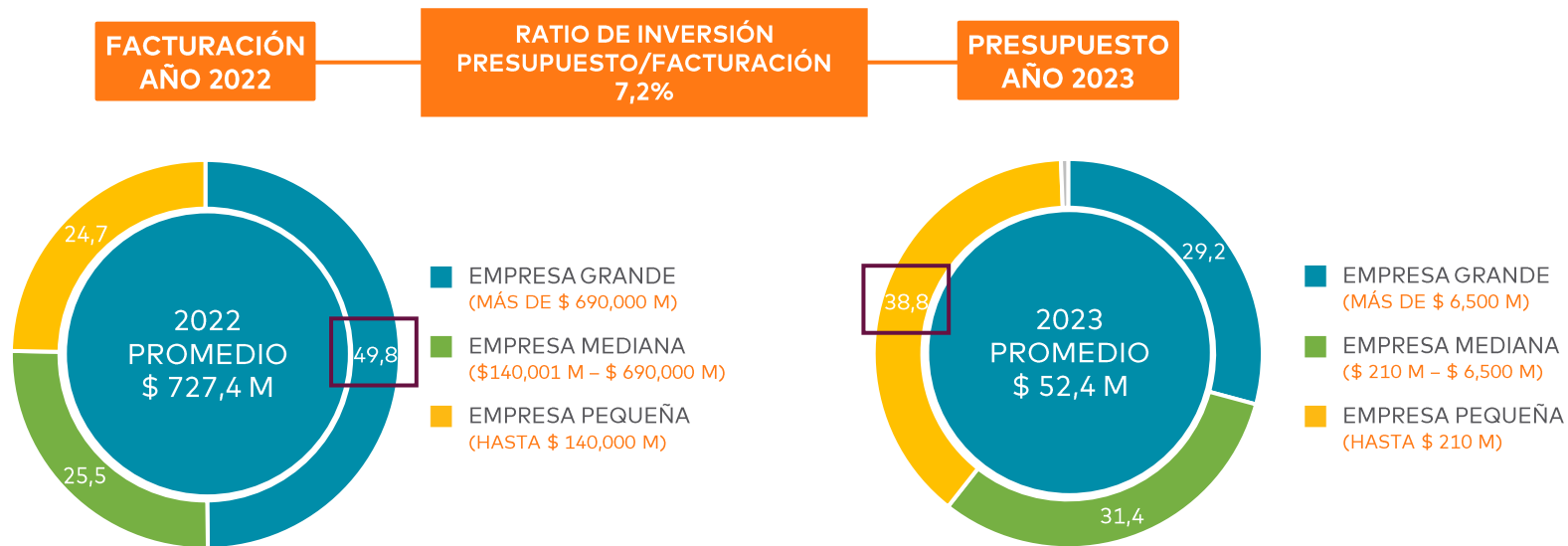
SUGERIDAS. PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS ENTREVISTADOS EN 2023 (83). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIO EN AÑOS..

Perfil de los Profesionales de Agencias de Medios (NUEVO EN ESTA EDICIÓN)

CARGO	2023	CIUDAD	2023
DIRECTOR GENERAL / OFICINA	3,7	BUENOS AIRES	100
CFO / DIRECTOR FINANCIERO	1,9		
DIRECTOR DIGITAL	7,4	GÉNERO	2023
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	13	HOMBRE	46,3
DIRECTOR DE CUENTAS	25,9	MUJER	53,7
DIRECTOR / SUPERVISOR DE NEGOCIACIÓN	5,6	EXPERIENCIA DEL ENTREVISTADO (EN AÑOS)	2023
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN	9,3	EDAD	43,2
DIRECTOR DE OPERACIONES / NEGOCIACIÓN / COMPRAS	5,6	ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	7,7
PLANEADOR/ COMPRADOR	3,7	ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	5,6
DIRECTOR DE MARKETING / COMUNICACIÓN	3,7		
SUPERVISOR / EJECUTIVO DE MEDIOS	1,9		
OTRO CARGO	18,5		

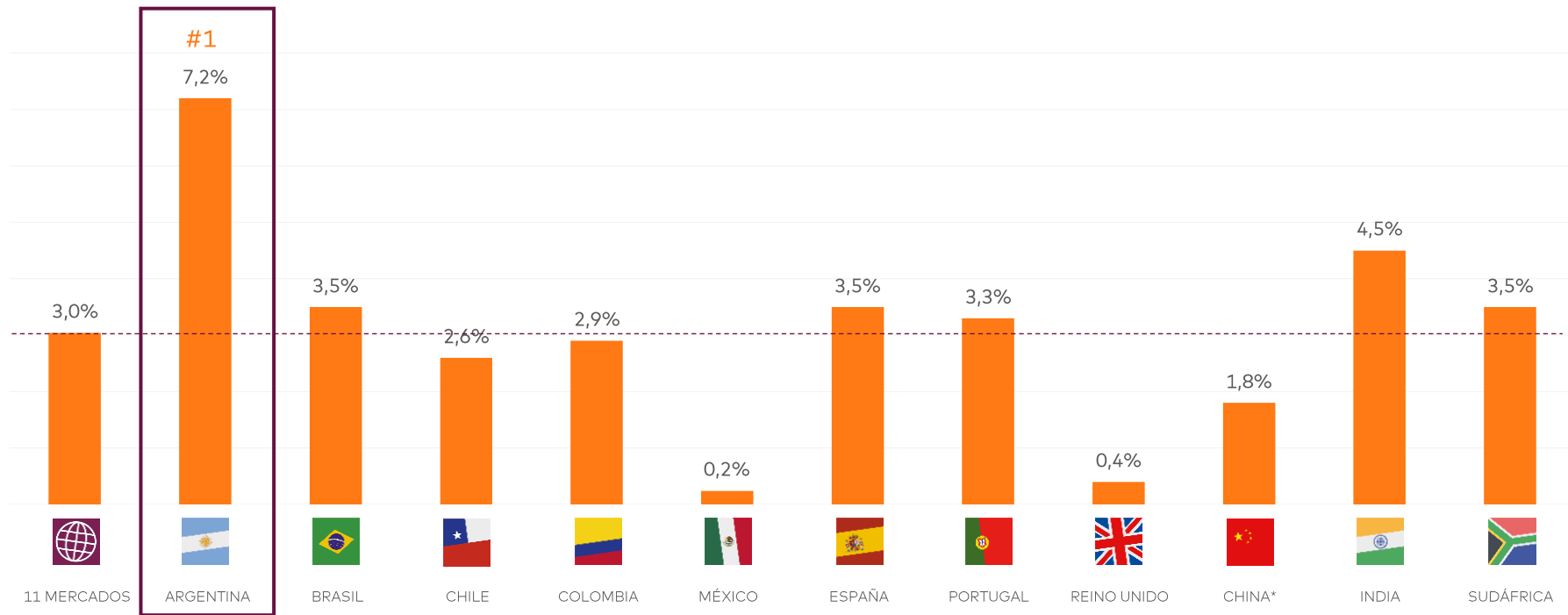
SUGERIDAS. PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS ENTREVISTADOS EN 2023 (54). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIO EN AÑOS..

Facturación (VENTAS TOTALES) (NUEVO EN ESTA EDICIÓN) y **Presupuesto** (ESTIMADO EN MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD)



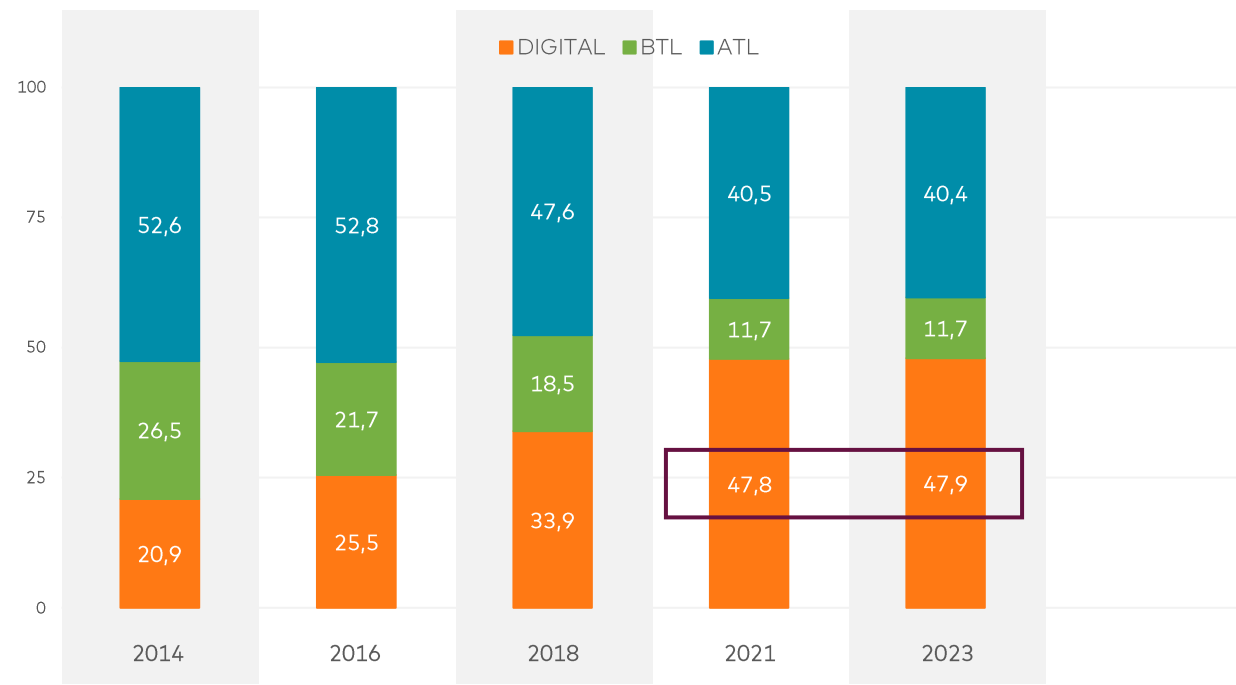
ESPONTÁNEAS. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIO EN MILLONES DE PESOS ARGENTINOS (\$M).

Ratio de Inversión (PRESUPUESTO MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD / FACTURACIÓN)



BASES: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS CALCULADOS: RATIO PRESUPUESTO/FACTURACIÓN. (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

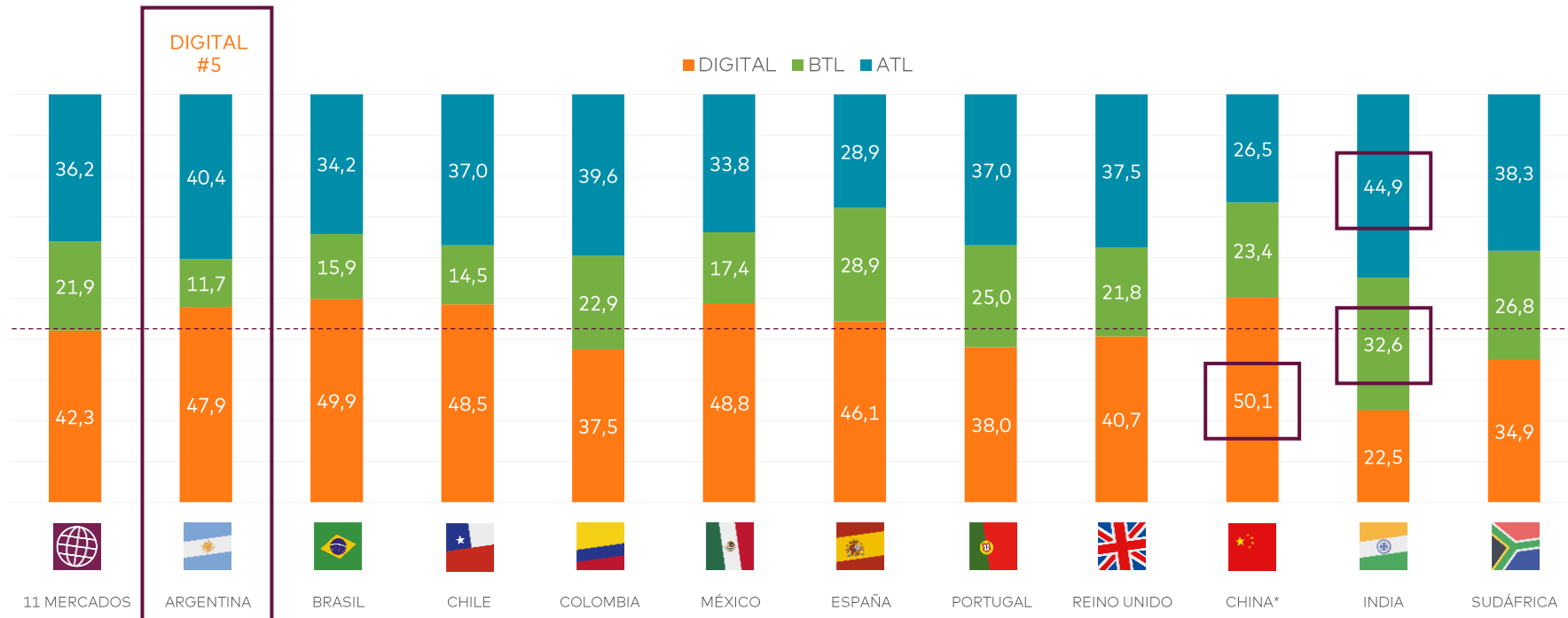
Presupuesto (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)



- Digital supone casi el 50% de los presupuestos destinados a Marketing-Publicidad-Comunicación. Argentina, ocupa la posición #5 (de entre 11 mercados analizados).
- Según el último reporte de la Cámara Argentina de Agencias de Medios la inversión en el medio digital ya supone el 40% del share publicitario y experimentó un crecimiento del +92% en dos años (2022 vs. 2021).

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2014 (186), 2016 (266), 2018 (281), 2021 (220) Y 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%).

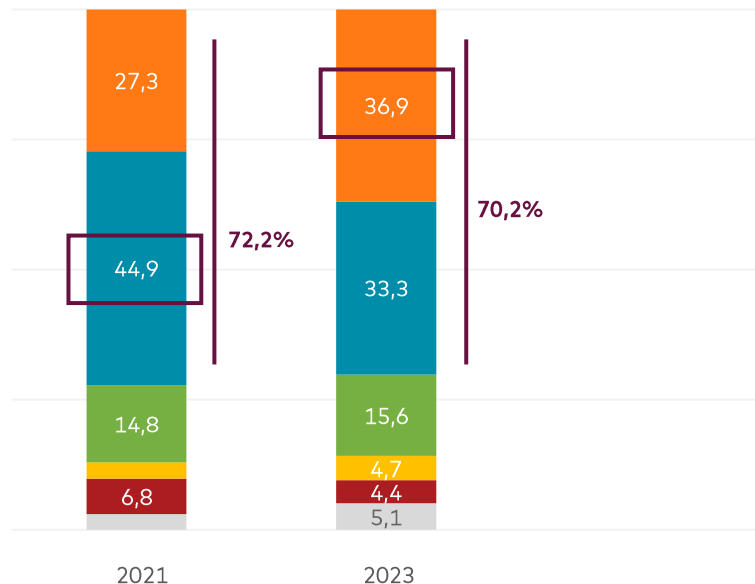
Presupuesto (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

Disciplinas Digitales (PAID-OWNED-EARNED MEDIA)

- MEDIOS PAGADOS DIGITALES
- SOCIAL MEDIA / INFLUENCERS
- BUSCADORES (SEO/SEM)
- CRM DIGITAL
- ECOMMERCE / MARKETPLACES
- OTRAS DISCIPLINAS DIGITALES

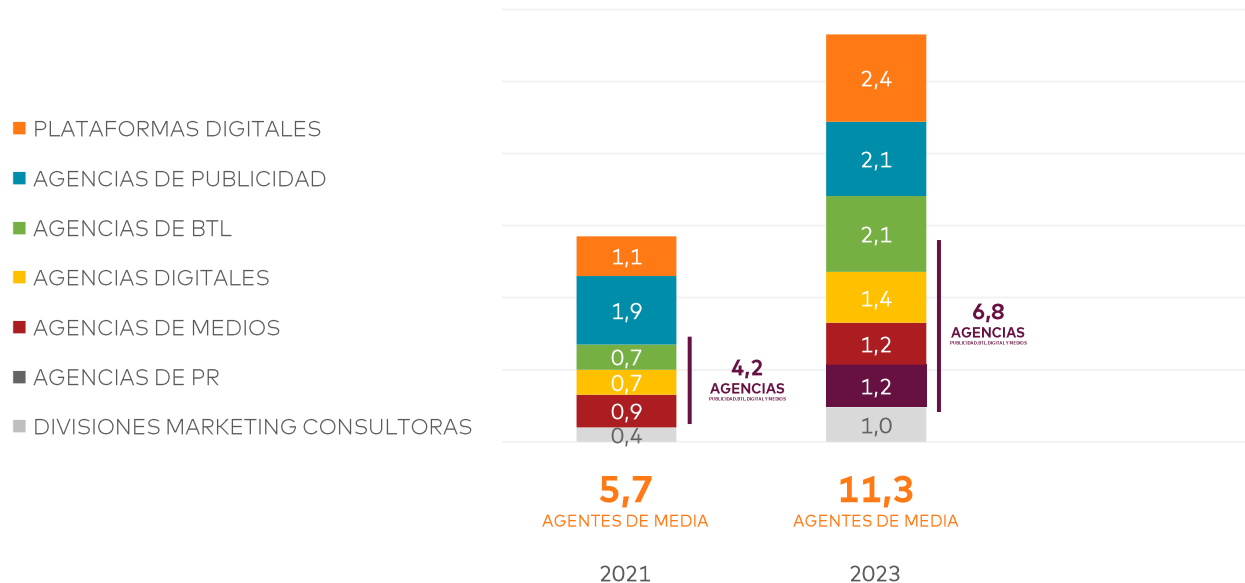


- 7 de cada 10 pesos dedicados a Digital se invierten en Paid Media & Social Media (70,2%).
- En Latinoamérica, Brasil apuesta más que el resto de los mercados por los Medios Pagados. En México la inversión en Social Media es la más elevada y, en Chile, se apuesta más por el Marketing de Buscadores.

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING 'INVIERTEN EN DIGITAL' ENTREVISTADOS EN 2021 (105) 2023 (138). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Número de Agentes (DE MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD CON LOS QUE TRABAJAN LOS RESPONSABLES DE MARKETING)

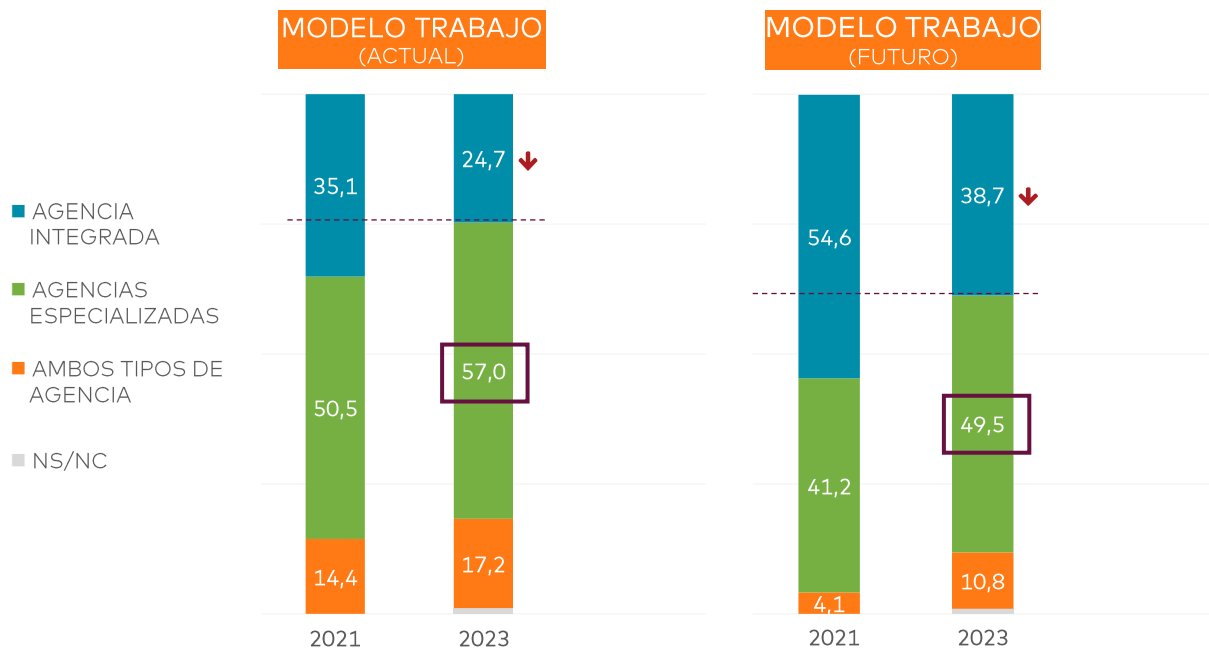
P. ¿CON CUÁNTOS PARTNERS TRABAJA SU COMPAÑÍA?



- Un anunciante tipo en Argentina trabaja con 11 colaboradores distintos (declaraban 6 en 2021). Con ellos llevan a cabo proyectos de Marketing, Comunicación y Publicidad.
- Las Plataformas Digitales (2,4), Agencias de Publicidad (2,1) y las Agencias de BTL (2,1) son los agentes que más colaboran con los anunciantes.

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (220), 2023 (287). DATOS EN PORCENTAJES (%).

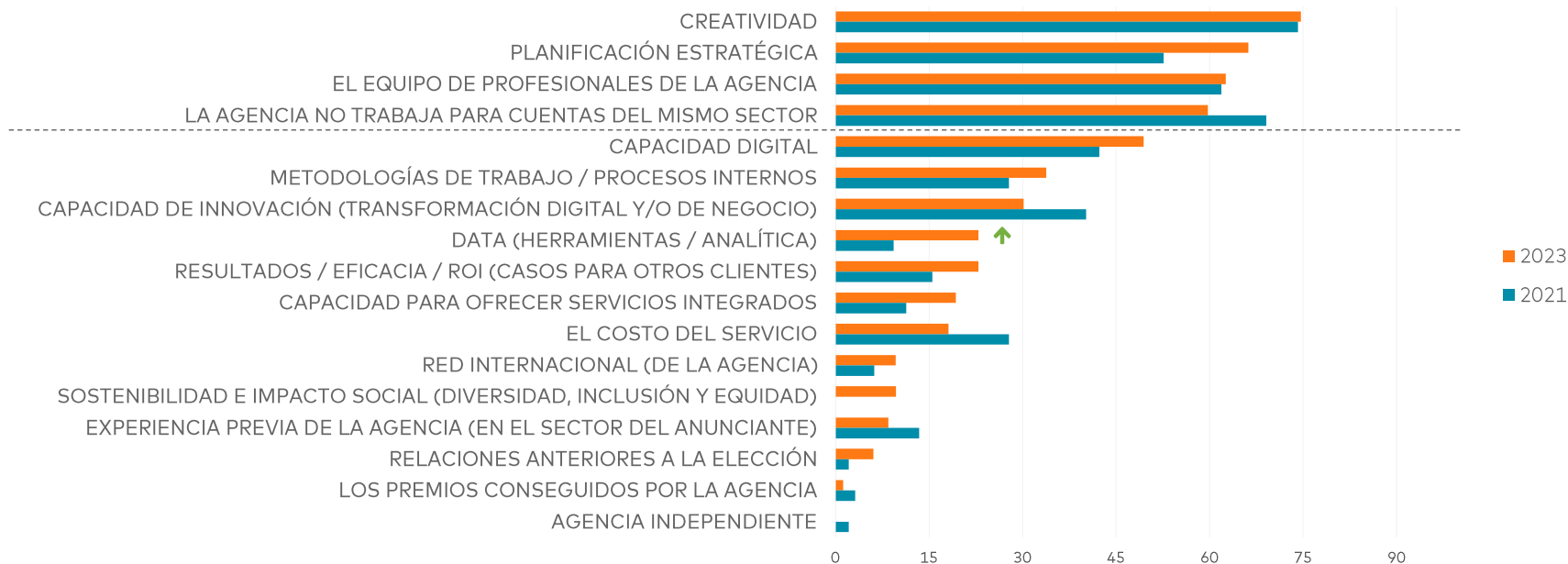
Integración y Especialización (P. ¿CÓMO TRABAJA ACTUALMENTE CON SUS AGENCIAS? P. ¿CON QUÉ TIPO DE AGENCIA LE GUSTARÍA TRABAJAR?)



- Actualmente, el modelo más frecuente en Argentina es trabajar con distintas 'agencias por especialidades' (57,0%),
- Al plantearse el futuro, los anunciantes creen que seguirán trabajando con 'agencias especialistas'. Argentina es un país donde claramente prima la 'Especialización' (actualmente y a futuro) respecto a otros mercados internacionales.

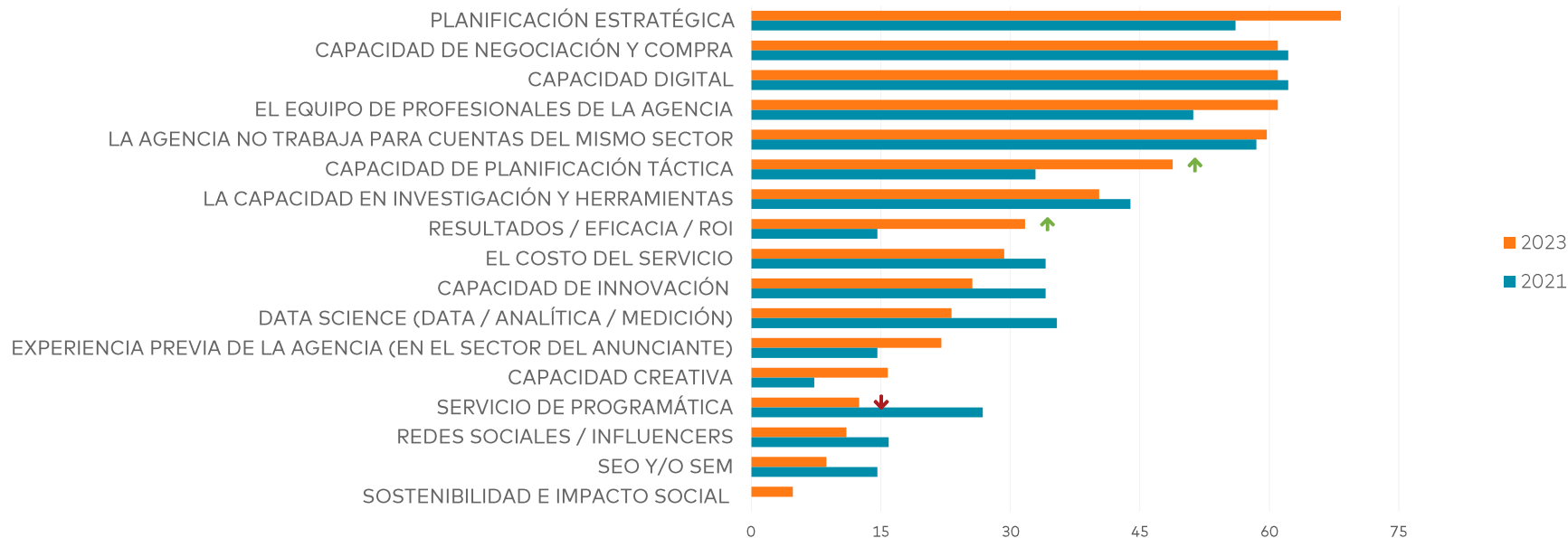
SUGERIDAS. RESPONSABLES DE MARKETING 'TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS' ENTREVISTADOS EN 2021 (97) Y 2023 (93) . DATOS EN (%).

Criterios de Selección 'Determinantes' (DE AGENCIAS CREATIVAS)



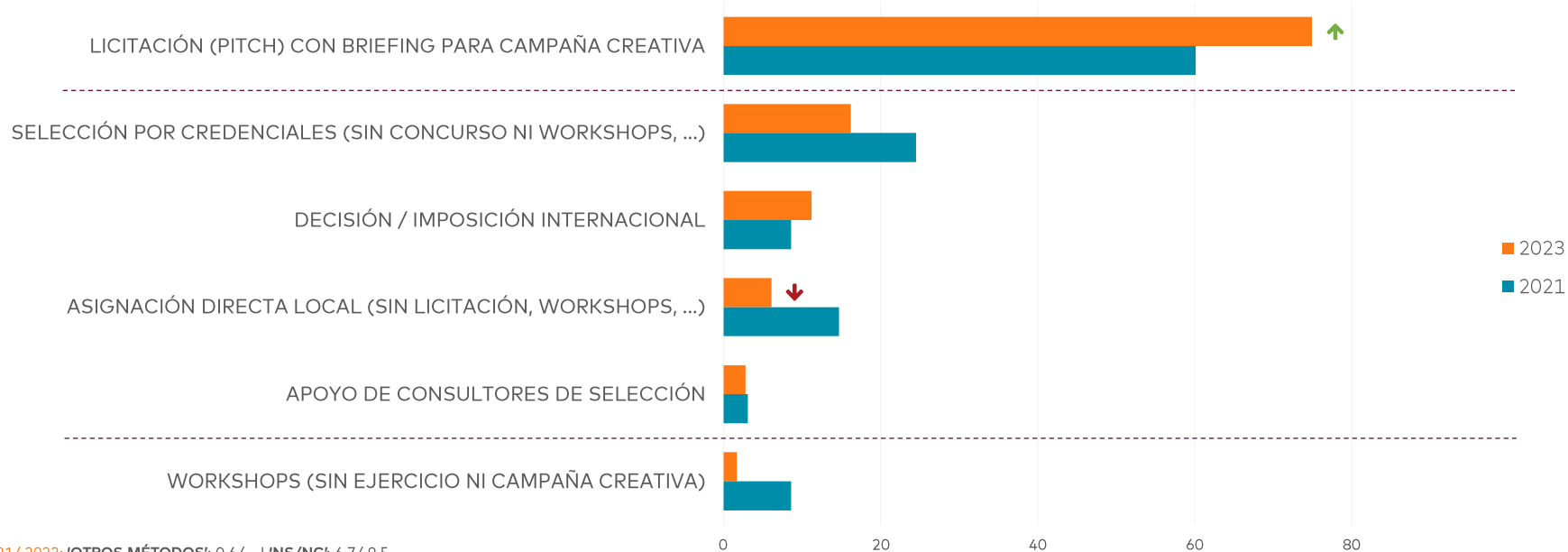
SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (97) Y 2023 (93). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Criterios de Selección 'Determinantes' (DE AGENCIAS DE MEDIOS)



SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (80) Y 2023 (90). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Métodos de Selección (DE AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

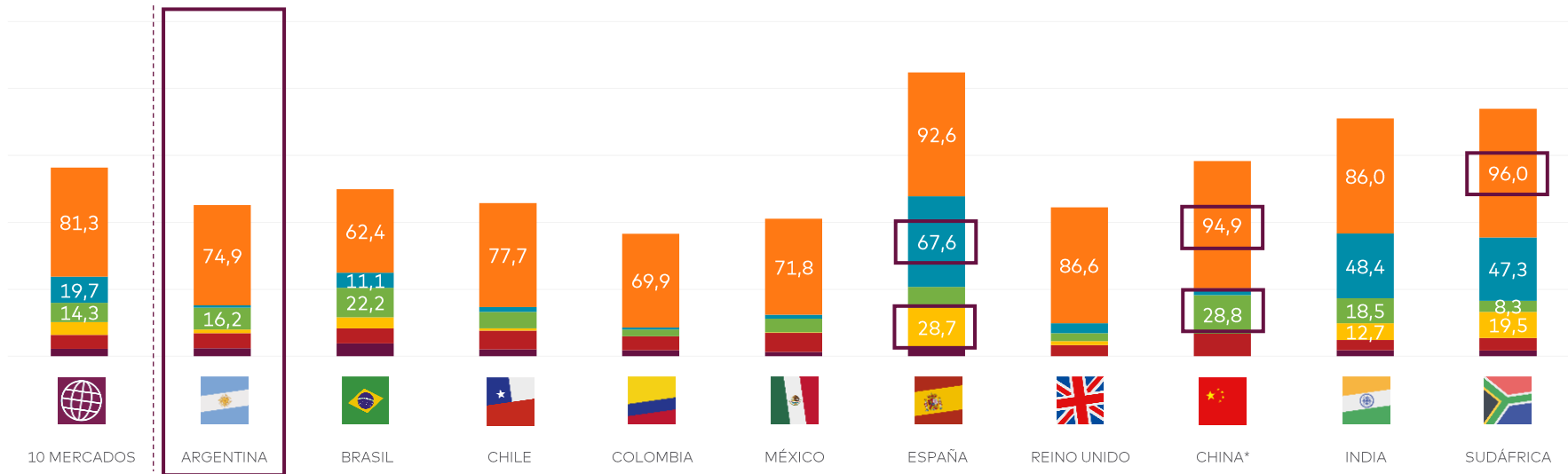


2021/ 2023: 'OTROS MÉTODOS': 0,6/ -- | 'NS/NC': 6,7/ 9,5

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (163) Y 2023 (179). DATOS EN PORCENTAJES (%)

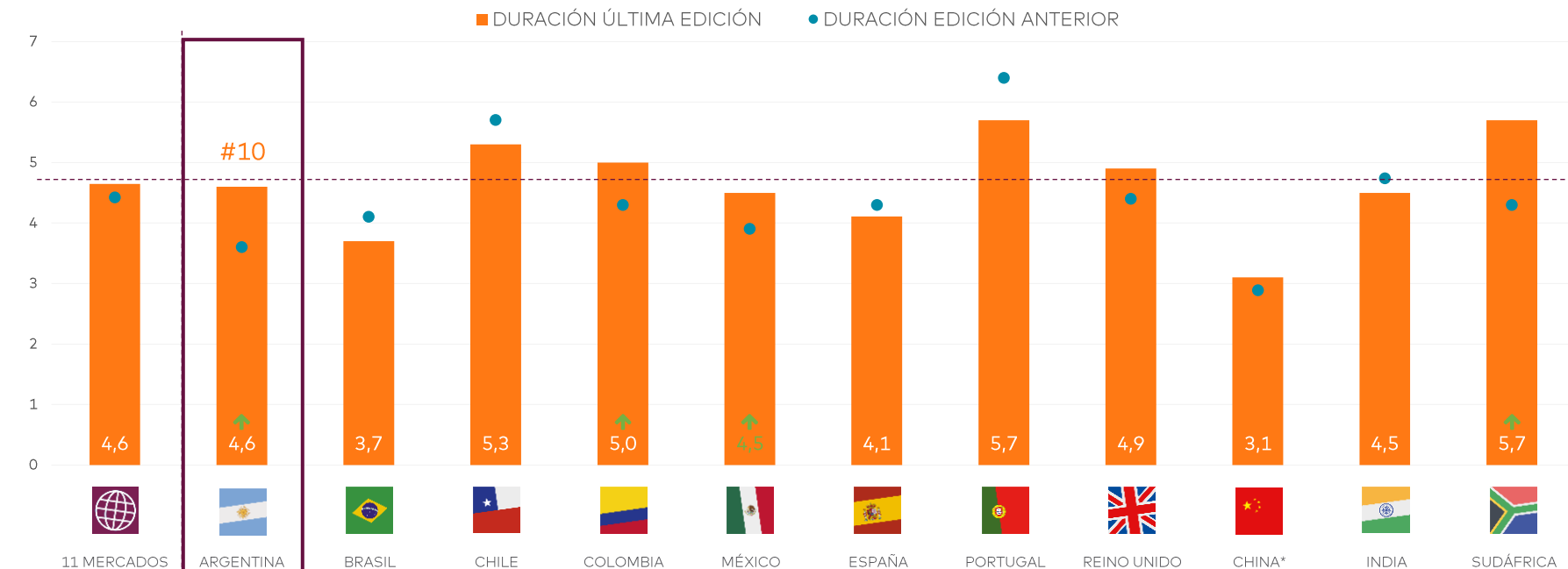
Métodos de Selección (DE AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

- ASIGNACIÓN DIRECTA LOCAL
- DECISIÓN / IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
- APOYO DE CONSULTORES EXTERNOS
- SELECCIÓN POR CREDENCIALES
- WORKSHOPS / CHEMISTRY MEETINGS
- CONCURSO / PITCH / LICITACIÓN



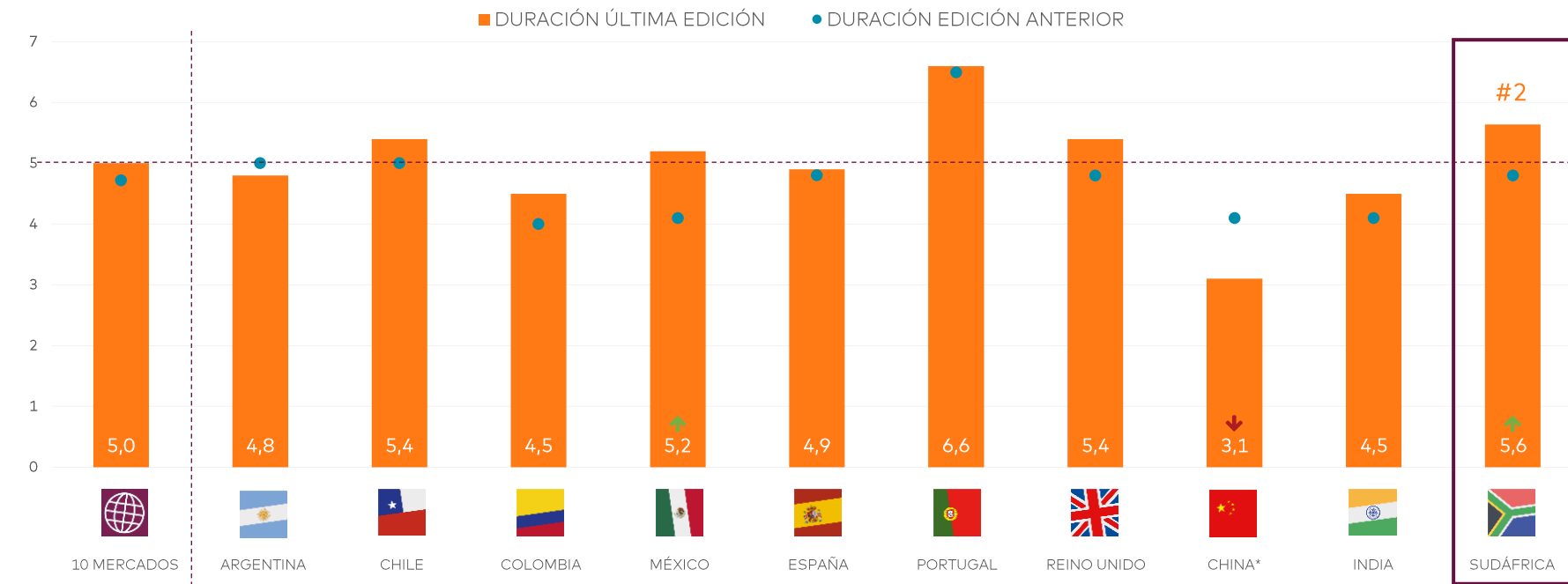
SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (* CHINA DATOS DE LA EDICIÓN 2019/20,

Duración de la Relación (CON LAS AGENCIAS CREATIVAS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



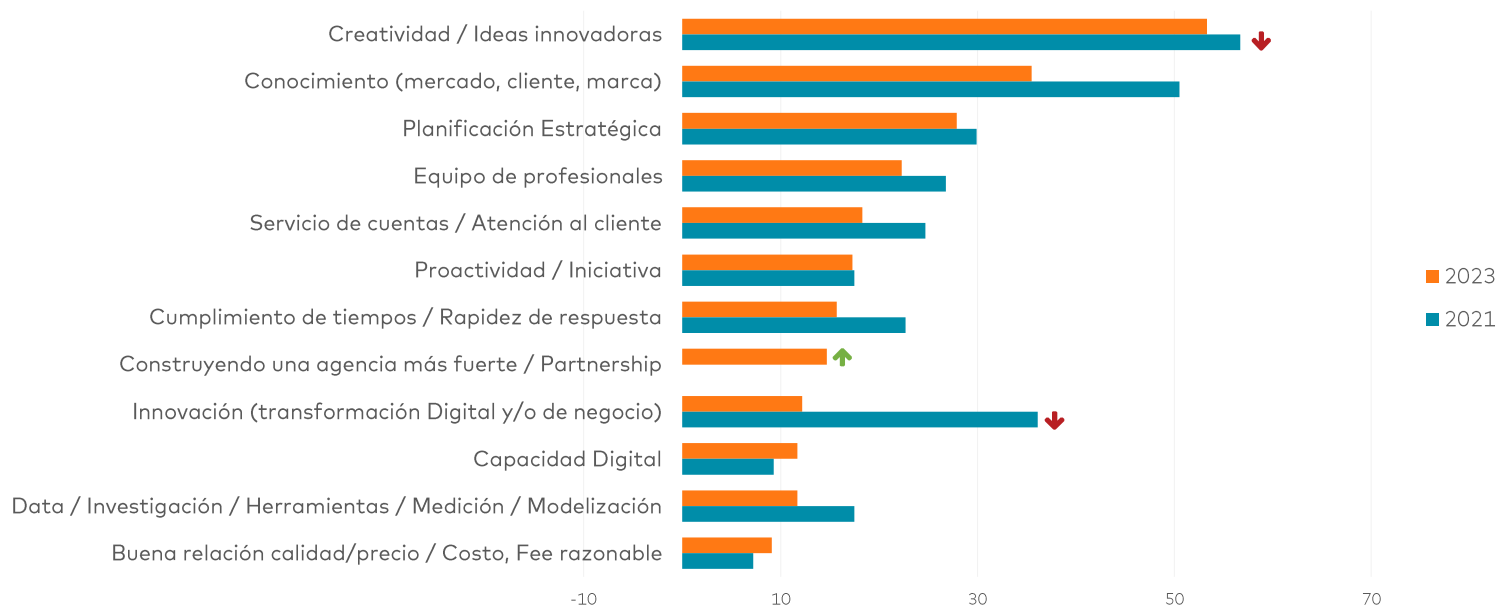
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (* CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19, LAS FLECHAS INDICAN DIFERENCIAS DE ± 15%.

Duración de la Relación (CON LAS **AGENCIAS DE MEDIOS** CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



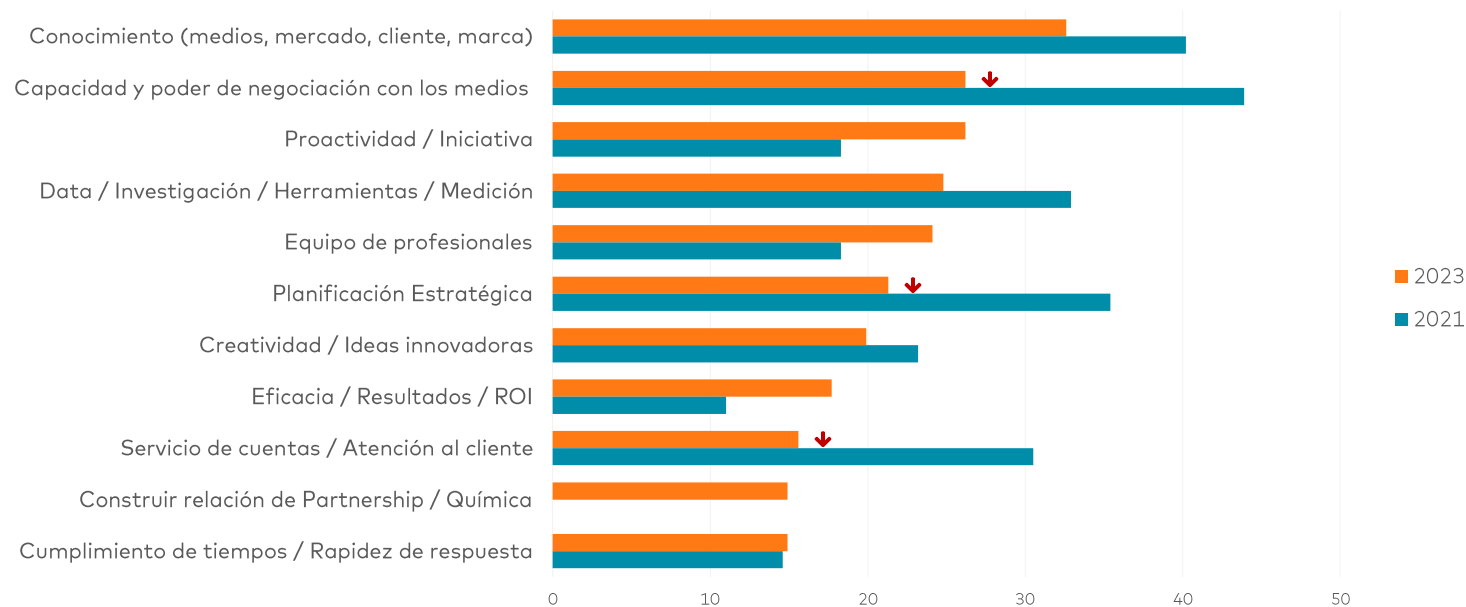
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19, LAS FLECHAS INDICAN DIFERENCIAS DE ± 15%.

Características de la Agencia Creativa 'Ideal' (O EJEMPLAR) (1/2)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (97) Y 2023 (197). DATOS EN PORCENTAJES (%). PORCENTAJES SUPERIORES AL 9%

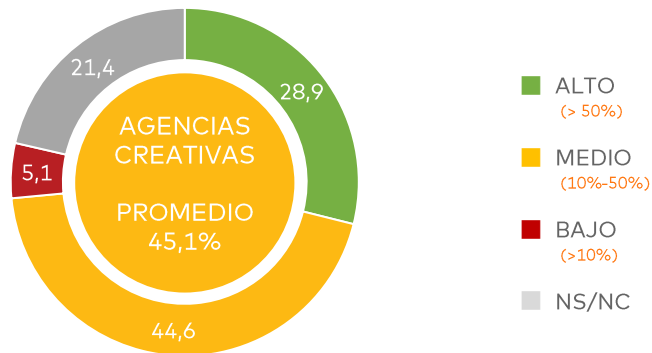
Características de la Agencia de Medios 'Ideal' (O EJEMPLAR) (1/2)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (82) Y 2023 (141). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3,4 / 3,2 MENCIONES DE MEDIA).

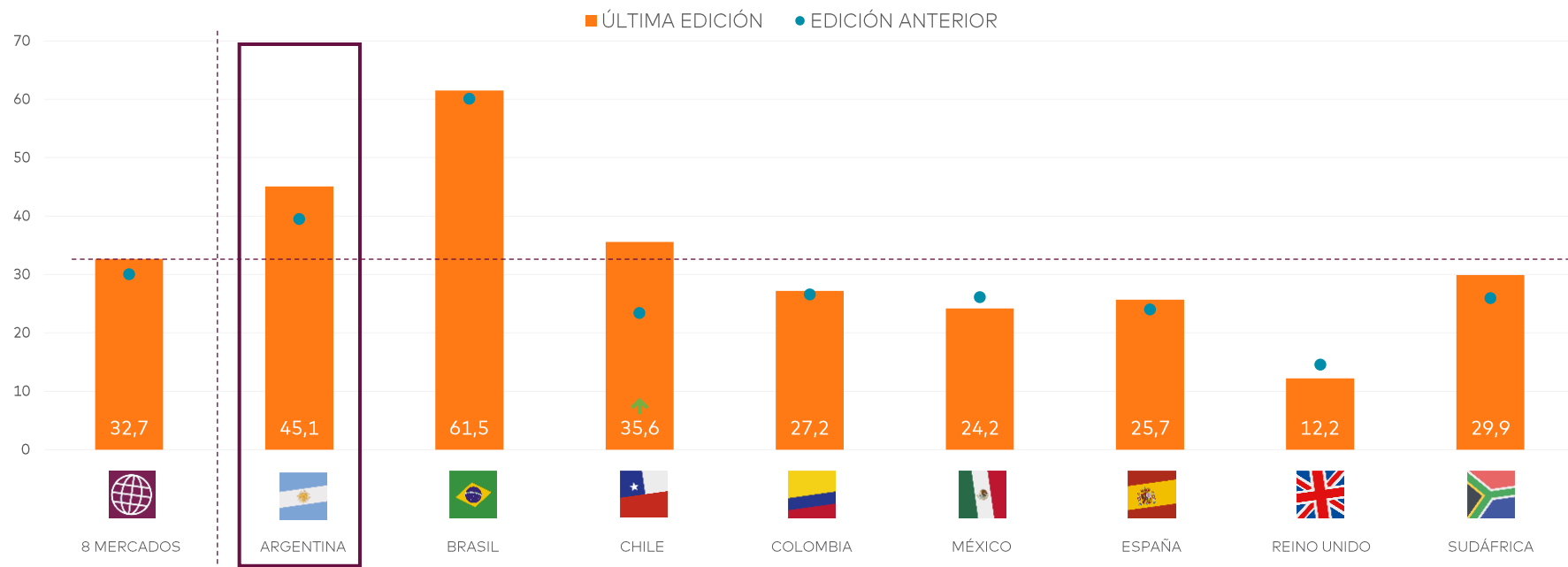
Contribución al Crecimiento del Negocio

P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA CREATIVA AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?



SUGERIDA. CUENTAS [AGENCIAS CREATIVAS (332), DE GRUPO (138), INDEPENDIENTES (194)] . DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS.

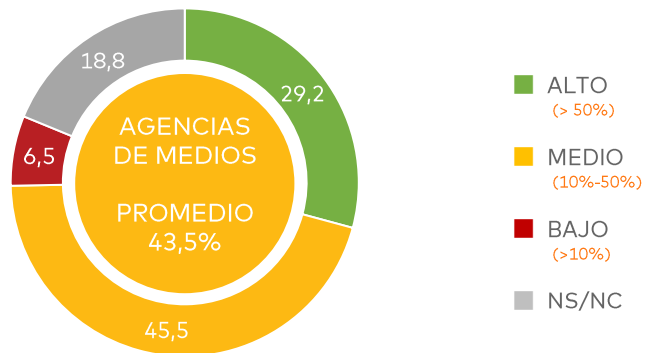
Contribución al Crecimiento del Negocio (P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA CREATIVA AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?)



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Contribución al Crecimiento del Negocio

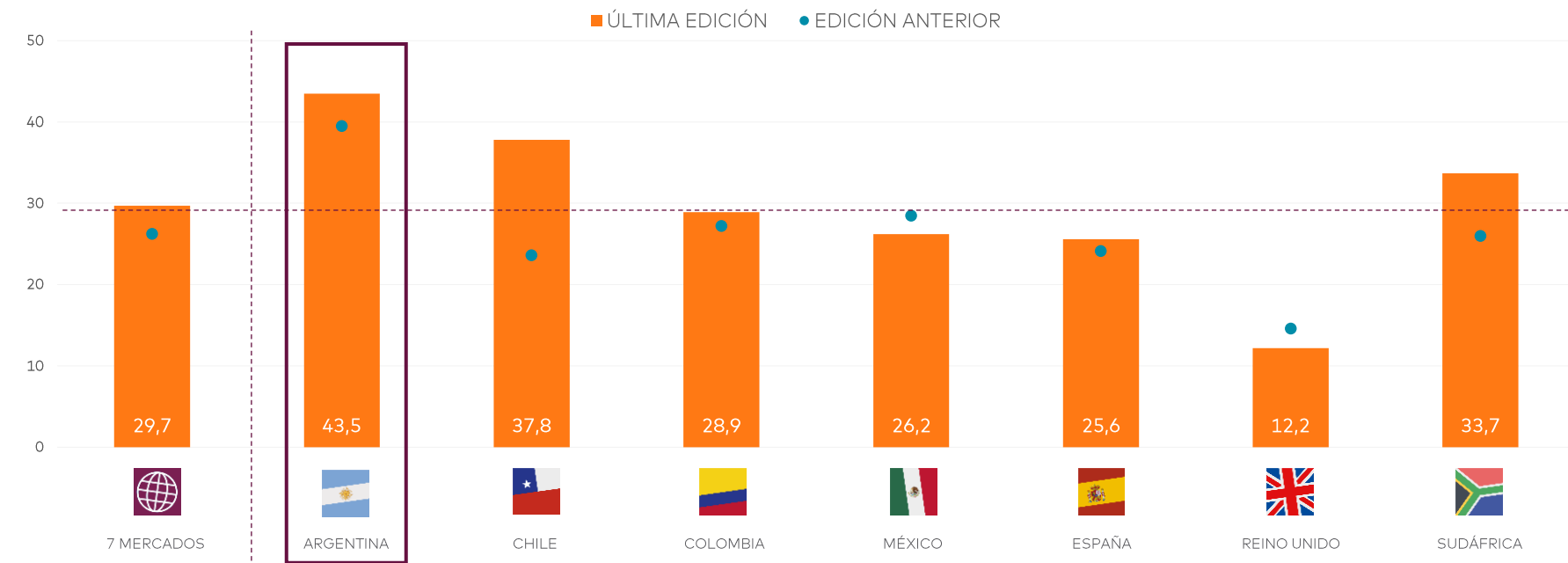
P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA DE MEDIOS AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?



SUGERIDA. CUENTAS [AGENCIAS DE MEDIOS (154), CLIENTES DE CARAT ANALIZADOS EN 2021 (8) Y 2023 (9) Y AGENCIAS COMPETIDORAS* (46) ANALIZADAS EN 2023]. DATOS EN (%) Y PROMEDIOS.

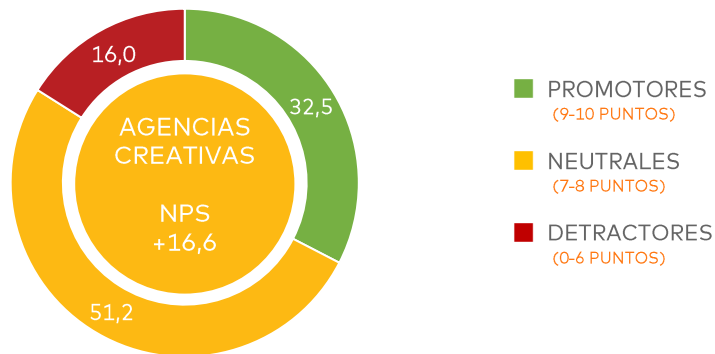
*AGENCIAS COMPETIDORAS ANALIZADAS DE CARAT: HAVAS MEDIA, INITIATIVE, MINDSHARE, PHD, STARCOM SPARK y UM.

Contribución al Crecimiento del Negocio (P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA DE MEDIOS AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?)



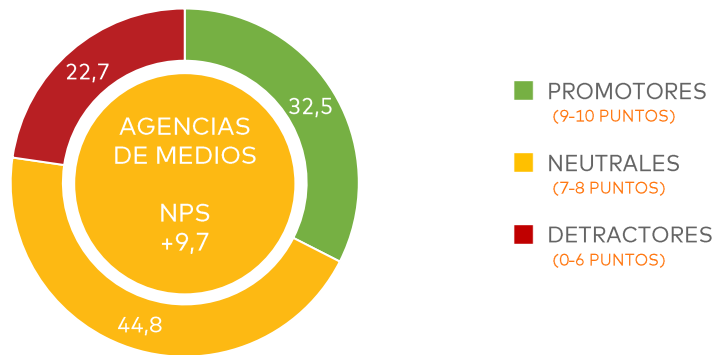
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Nivel de **Recomendación** (DECLARADO POR LOS CLIENTES ACTUALES DE LAS AGENCIAS CREATIVAS)



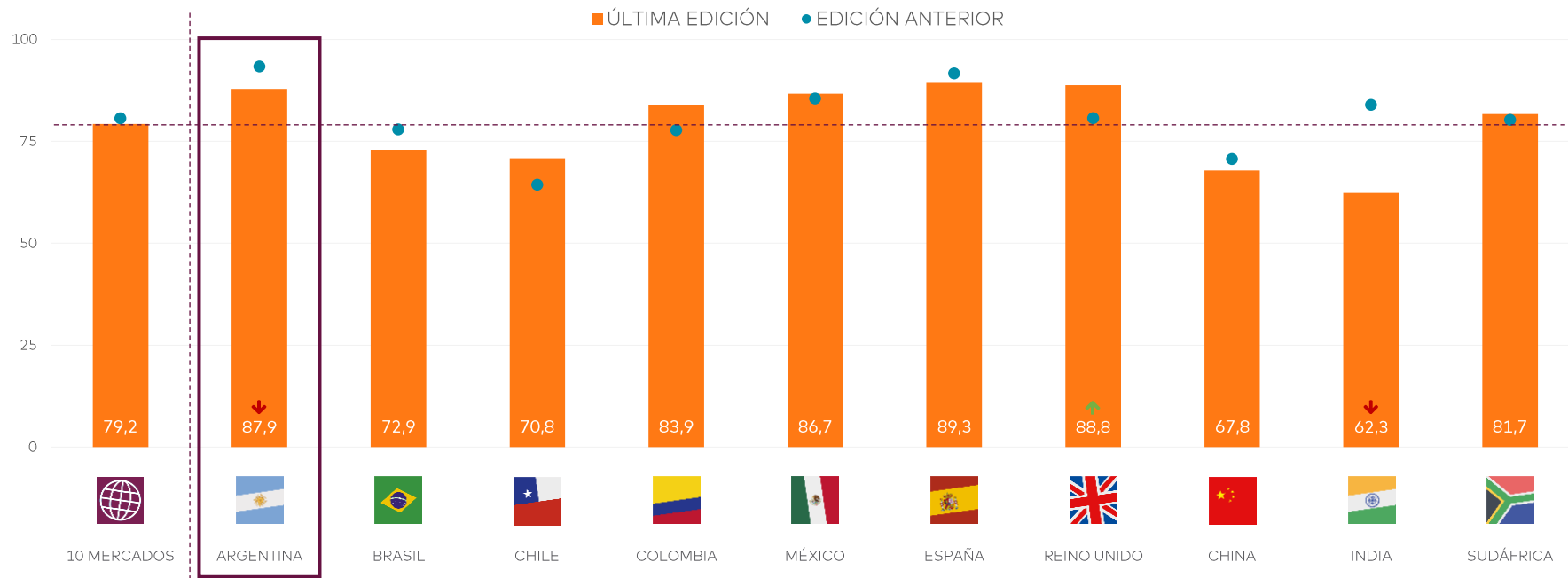
SUGERIDA. CUENTAS [AGENCIAS CREATIVAS (332), DE GRUPO (138), INDEPENDIENTES (194) . DATOS EN PORCENTAJES (%) Y NPS.

Nivel de Recomendación (DECLARADO POR LOS CLIENTES ACTUALES DE LAS AGENCIAS DE MEDIOS)



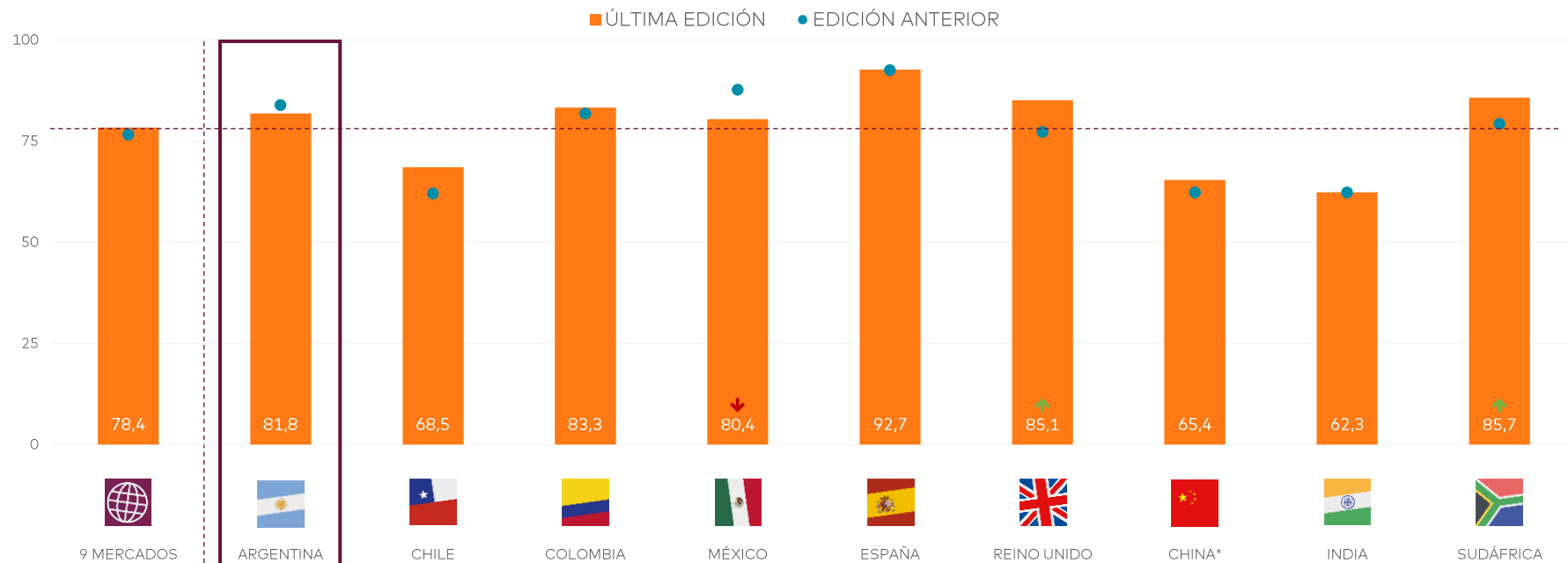
SUGERIDA. CUENTAS [AGENCIAS DE MEDIOS (154), DATOS EN (%) Y NPS.

Nivel de Satisfacción (DE AGENCIAS CREATIVAS, SEGÚN ESCALA DE SATISFACCIÓN)



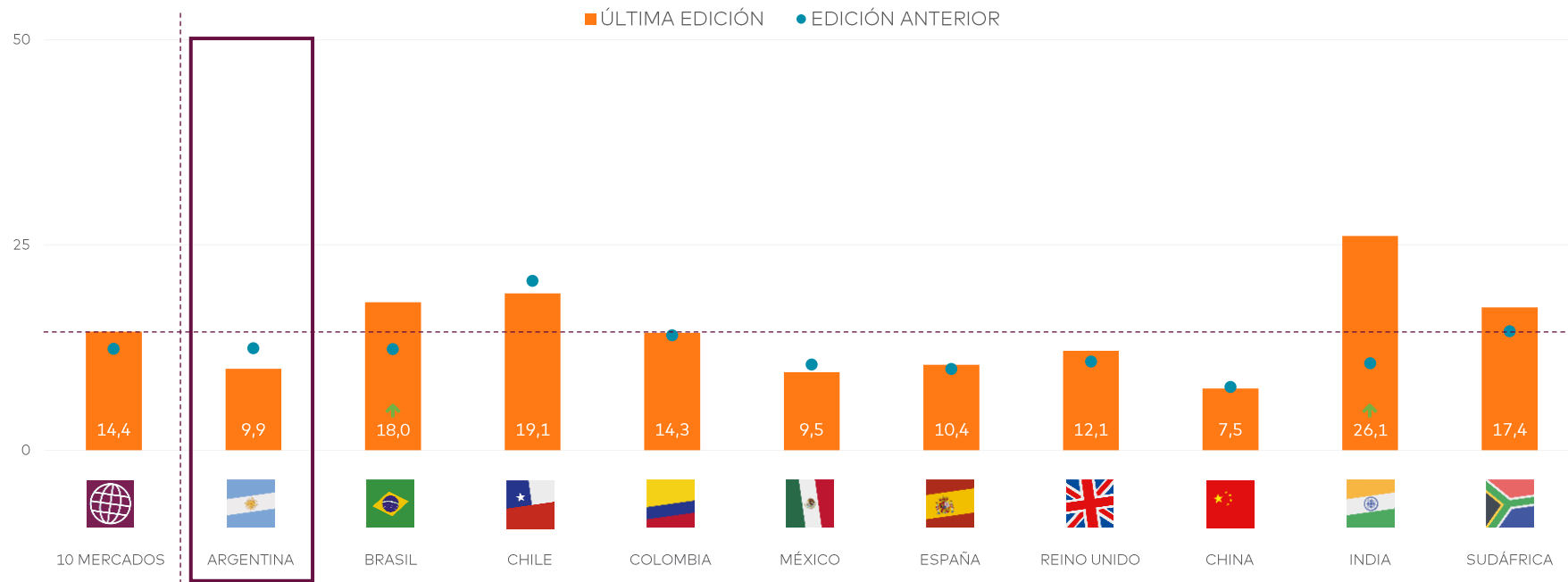
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Nivel de Satisfacción (SEGÚN ESCALA DE SATISFACCIÓN)



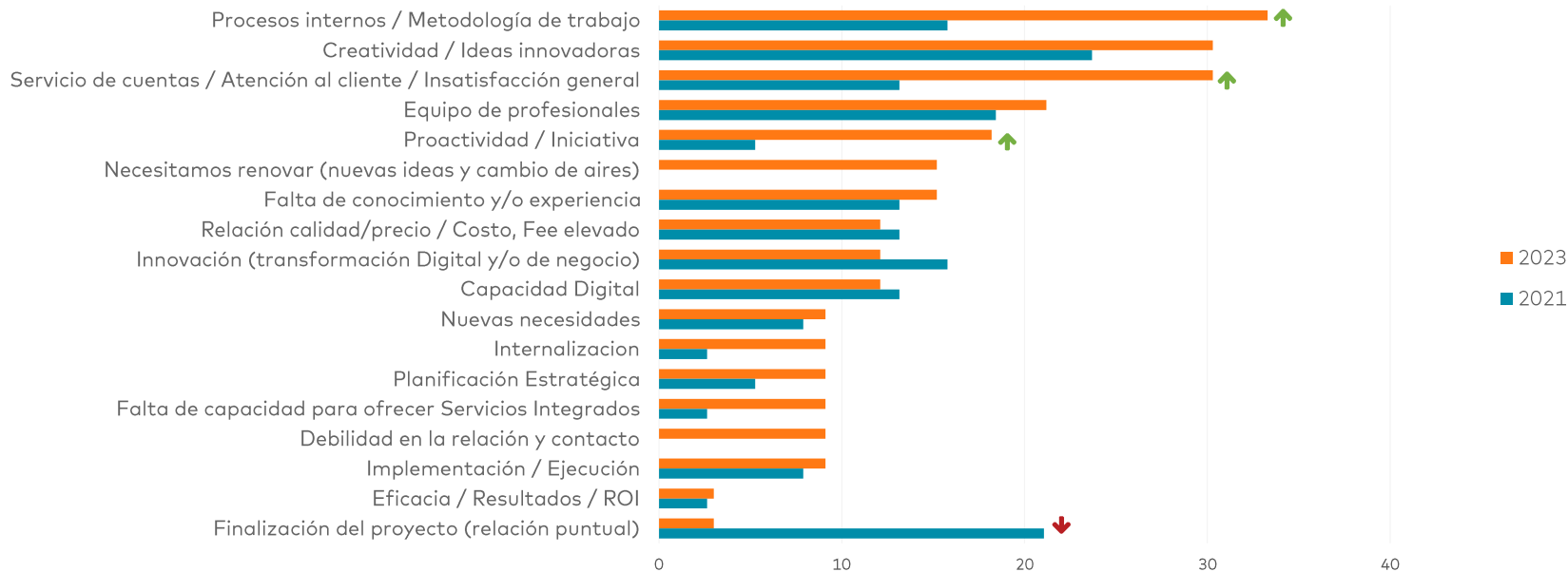
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Intención de Cambio (DE AGENCIAS CREATIVAS. SEGÚN ESCALA DE PREDISPOSICIÓN AL CAMBIO)



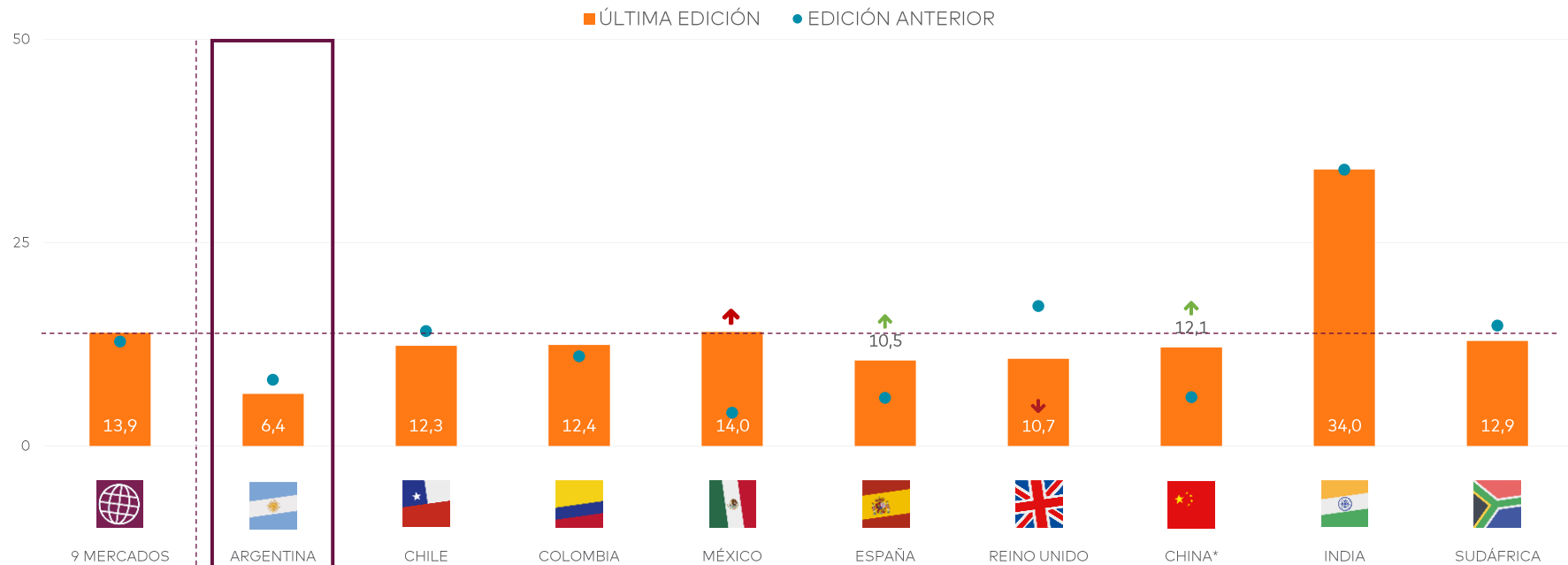
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Motivos de Cambio (DECLARADO POR SUS PROPIOS CLIENTES)



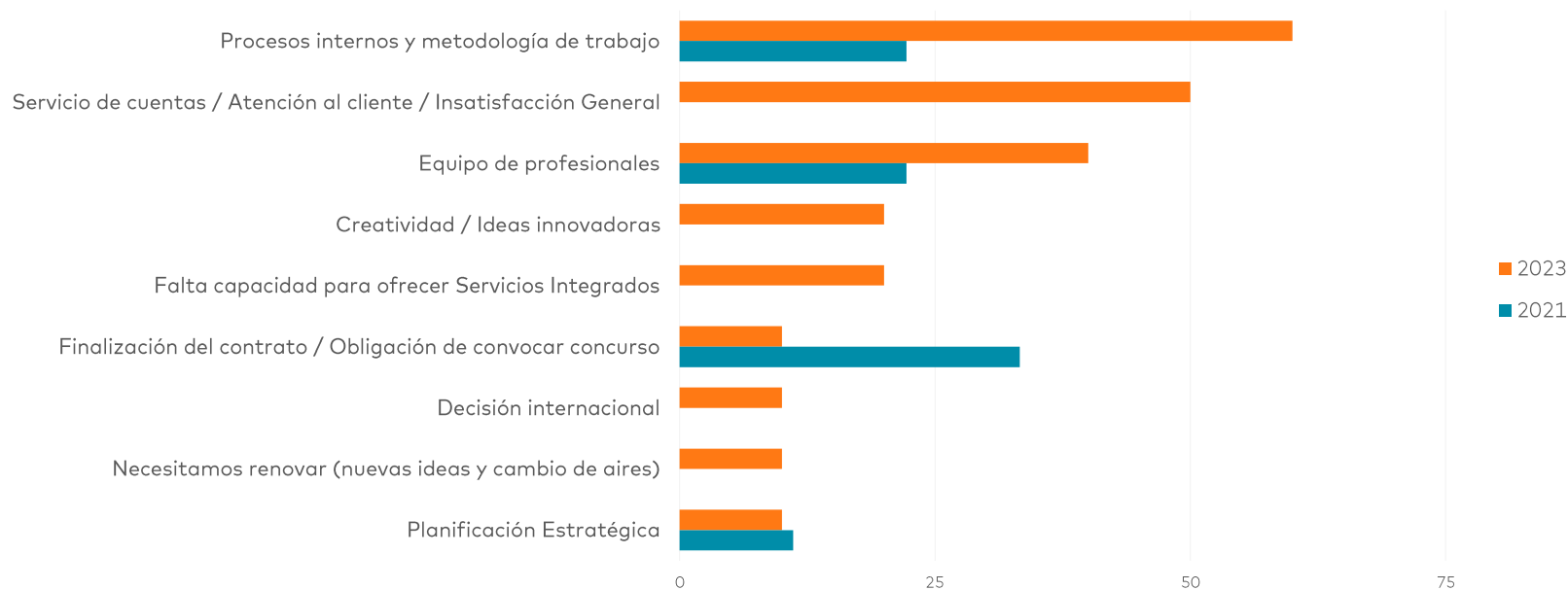
ESPONTÁNEA. CUENTAS QUE 'ESTÁN PENSANDO EN CAMBIAR DE AGENCIA' ANALIZADAS EN 2021 (38) Y 2023 (33). DATOS EN PORCENTAJES (%). (1,3 / 2,6 MENCIONES DE MEDIA).

Intención de Cambio (SEGÚN ESCALA DE PREDISPOSICIÓN AL CAMBIO)



SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

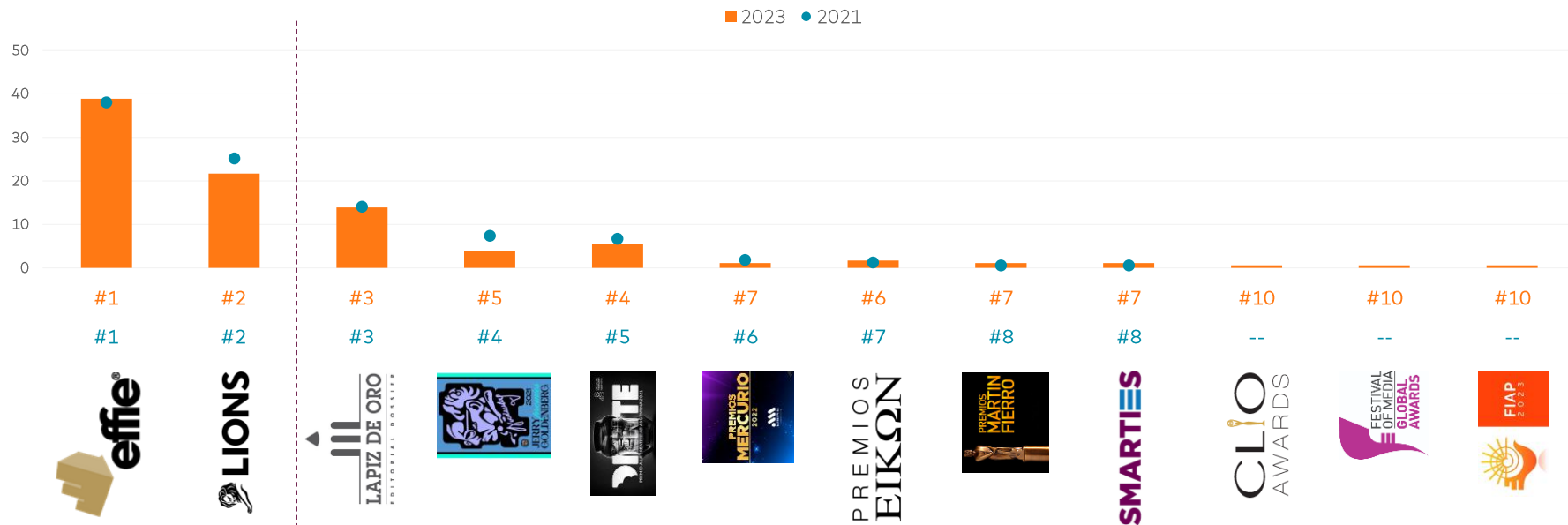
Motivos de Cambio (ENTRE AQUELLOS RESPONSABLES DE MARKETING QUE VAN A CAMBIAR DE AGENCIA)



ESPONTÁNEA. CUENTAS QUE 'ESTÁN PENSANDO EN CAMBIAR DE AGENCIA' ANALIZADAS EN 2021 (9) Y 2023 (10). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Festivales y Premios del Sector (MÁS VALORADOS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING)

P. Dígame los PREMIOS PUBLICITARIOS DEL SECTOR QUE MÁS VALORA



2021/2023: 'OTROS FESTIVALES-PREMIO' (3,1/3,6) 'NS/NC' (45,4/16,7)

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2021 (163) Y 2023 (179). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

Profesionales de Anunciantes Admirados (POR LOS ANUNCIANTES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS) (POSICIONES #1-#7)



#1
MARCELO ROMEO
NEWSAN



#2
EUGENIO RAFFO
QUILMES-ABINBEV



#3
CAROLINA DEL HOYO
FRATELLI BRANCA



#4
ALMENDRA OGDON
MOVISTAR



#5
ROSARIO TORTEROLA
LABORATORIOS BAGÓ



#6
MILENA CARRERA
BANCO PATAGONIA



#7
CAROLINA REY BLANCO
L'ORÉAL



#7
SEAN SUMMERS
MERCADO LIBRE

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS EN 2023 (106). DATOS EN RANKING (#).

Profesionales de Agencias Creativas Admirados (POR LOS ANUNCIANTES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS) (POSICIONES #1-#10)



#1
GASTÓN BIGIO
GUT



#2
DIEGO MEDVEDOCKY
GREY



#3
JOAQUÍN CUBRÍA
GUT



#4
CARLOS PÉREZ
BBDO



#5
JUAN M. RICCIARELLI
DON



#6
NICOLÁS ZARLENGA
THE JUJU



#7
VICTORIA COLE
WUNDERMAN THOMPSON



#8
MARTÍN MERCADO
MERCADO McCANN



#9
CONSTANZA ARCHAIN
OGILVY



#10
ALEJANDRO DOMÍNGUEZ
LA AMÉRICA

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS EN 2023 (102). DATOS EN RANKING (#).

Profesionales de Agencias de Medios Admirados (POR LOS ANUNCIANTES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10



#1

CAROLINA SABHA
PUBLICIS GROUPE



#2

ANA PAULA PAVESE
PHD



#3

MATÍAS DOMÍNGUEZ
IGNIS



#4

PABLO TKACH
QUIROGA



#5

SABRINA MAYOTTI
PHD



#6

MARÍA SOL TERZI
IGNIS



#7

SEBASTIÁN TERZI
IGNIS



#8

AGUSTINA BIANCHINI
PHD



#9

DANIEL SANTUCCIO
PHD



#10

GUSTAVO QUIROGA
QUIROGA

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS EN 2023 (66). DATOS EN RANKING (#).

Campañas Destacadas (MENCIONADAS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)

SE MUESTRAN RESPUESTAS DEL TOP 4

Quilmes

#1



Coincidencias

PedidosYa

#2



World Cup Delivery

La Campagnola

#3



No estamos en campaña,
estamos en Campagnola

STELLA ARTOIS

#4

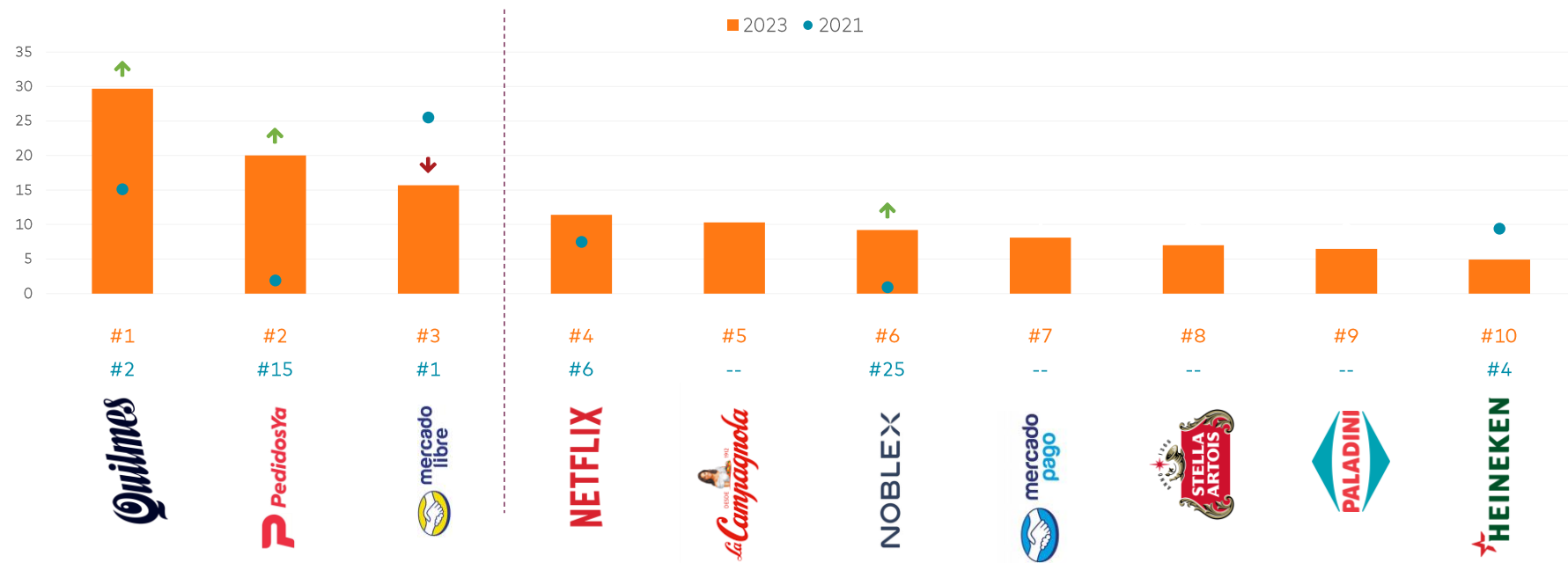


La Probabilidad de Artois

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS EN 2023 (185). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#)

Campañas Destacadas (MENCIONADAS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)

SE MUESTRAN DATOS AGREGADOS POR MARCAS/COMPAÑÍAS CON, AL MENOS, DOS MENCIONES (POSICIONES #1-#10 EN 2023)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS* ENTREVISTADOS EN 2021 (106) Y 2023 (185). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

* EN 2021 NO SE PREGUNTÓ A PROFESIONALES DE AGENCIAS

TENDENCIAS DEL MERCADO · ACCIONES Y VISIBILIDAD DE LAS AGENCIAS

Campañas Destacadas (MENCIONADAS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS (POSICIONES #1-#10))

	ARGENTINA										
	BRASIL										
	CHILE										
	COLOMBIA										
	MÉXICO										
	ESPAÑA										
	PORTUGAL										
	REINO UNIDO										
	CHINA										
	INDIA										
	SUDÁFRICA										

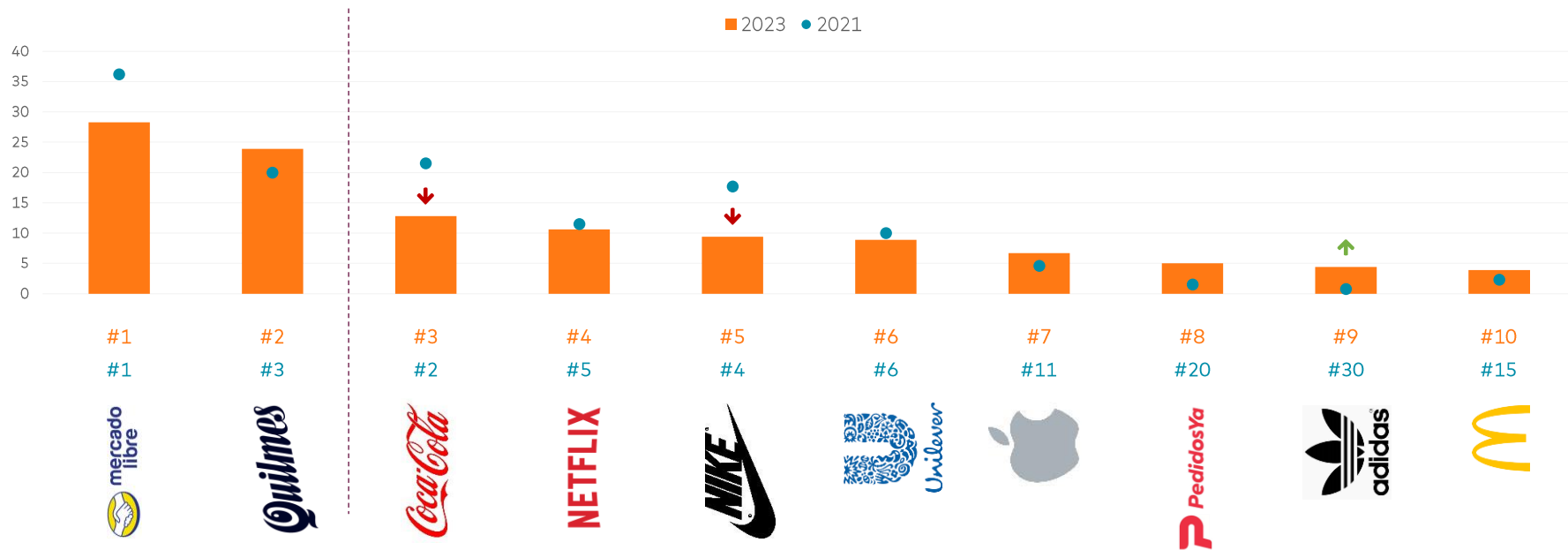
ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS. DATOS EN RANKING (#).(*) CHINA DATOS EDICIÓN 2019/2020.

AGENCY
SCOPE

ARGENTINA 2023/24

Compañías más Admiradas (POR SU COMUNICACIÓN, MARKETING Y PUBLICIDAD A LO LARGO DE LOS AÑOS)

SE MUESTRAN DATOS AGREGADOS POR MARCAS/COMPAÑÍAS CON, AL MENOS, DOS MENCIONES (POSICIONES #1-#10 EN 2023)



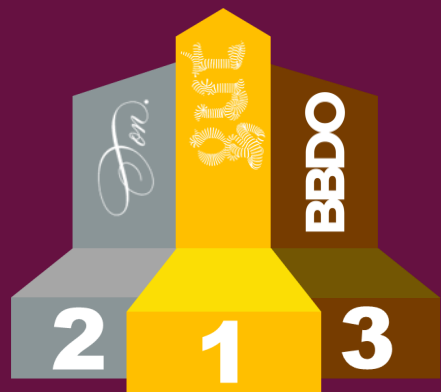
ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS EN 2021 (130) Y 2023 (180). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

Compañías más Admiradas (POR SU COMUNICACIÓN, MARKETING Y PUBLICIDAD A LO LARGO DE LOS AÑOS)

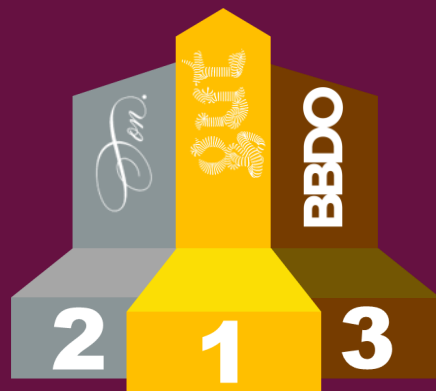
 ARGENTINA										
 BRASIL										
 CHILE										
 COLOMBIA										
 MÉXICO										
 ESPAÑA										
 PORTUGAL										
 REINO UNIDO										
 CHINA*										
 INDIA										
 SUDÁFRICA										

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING 'RESPONDEN A LA PREGUNTA' ENTREVISTADOS. DATOS EN RANKING (#).(*) CHINA DATOS EDICIÓN 2019/2020.

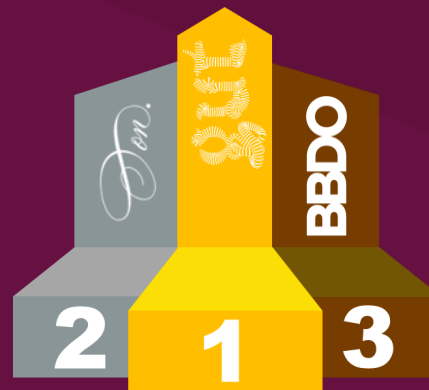
CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO



CREATIVIDAD



ATRACCIÓN



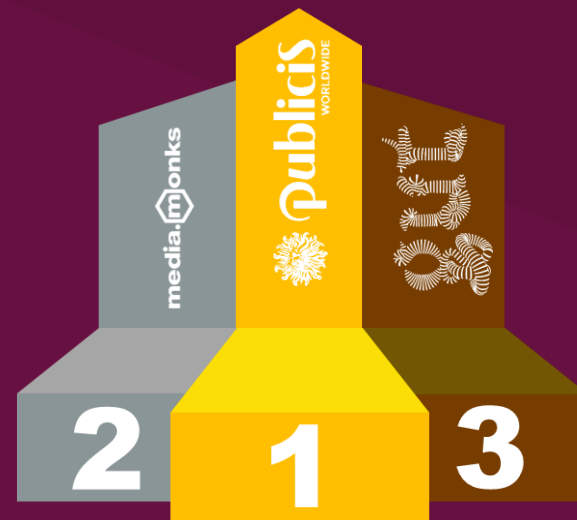
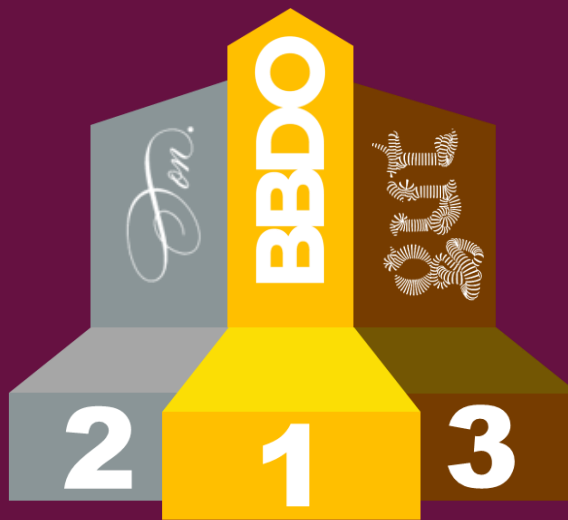
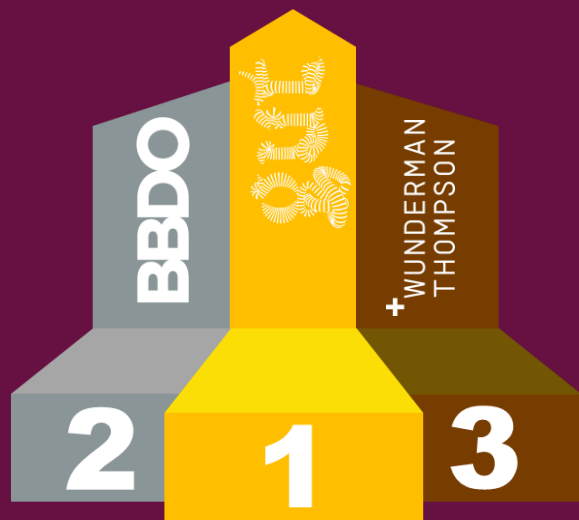
EJEMPLARIDAD



PERCEPCIÓN
MERCADO

VALORACIÓN
CLIENTES

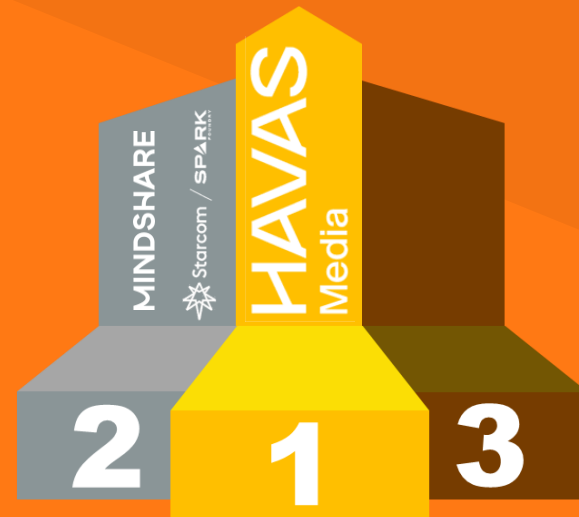
OPINIÓN
COMPETENCIA



CONOCIMIENTO
ESPONTÁNEO

EJEMPLARIDAD

ATRACCIÓN



PERCEPCIÓN
MERCADO

VALORACIÓN
CLIENTES

OPINIÓN
COMPETENCIA



¡Gracias!

Héctor Abanades (*Research Manager*) · habanades@scopen.com

Óscar López (*Research Director*) · olopez@scopen.com

César Vacchiano (*President & CEO*) · cvacchiano@scopen.com

SCOPEN.COM



SCOPEN

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