

SCOPEN

# MEDIA SCOPE

ESPAÑA 2019/20

TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

13ª EDICIÓN

## NOTA:

La información que encontrarás a continuación es una introducción al contenido del estudio pero no es un informe.

Si quieres conocer más,  
ponte en contacto con nosotros.  
Estaremos encantados de contarte más.

MEDIA  
SCOPE

ESPAÑA 2019/20

## INTRODUCCIÓN

# EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN LA RELACIÓN DE EMPRESAS Y AGENCIAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ÓSCAR LÓPEZ  
RESEARCH DIRECTOR

HÉCTOR ABANADES  
RESEARCH MANAGER



*Estamos orgullosos de haber realizado en 2019 la 13ª edición del MEDIA SCOPE en España. El estudio se ha llevado a cabo gracias a la participación de 466 profesionales de empresas líderes en España y de profesionales senior de las agencias de medios en España.*

*Todos ellos nos han cedido generosamente parte de su tiempo para compartir su conocimiento, experiencia y visión sobre los medios de comunicación, pensando en los retos futuros de la industria y valorando sus distintas relaciones con los equipos comerciales de los medios. Desde aquí nuestro más sincero agradecimiento a todos los entrevistados, ya que sin ellos, este estudio no sería posible.*

*El Estudio sirve a las empresas de medios para conocer mejor las necesidades y deseos de sus clientes y, así, seguir transformándose y ofreciendo un mejor servicio cada día.*

CÉSAR VACCHIANO  
PRESIDENT & CEO

SCOPEN

## ESTUDIO ÚNICO EN EL SECTOR

### ANÁLISIS CUANTITATIVO

**13<sup>a</sup>**  
**EDICIÓN**

TRACKING  
BIENAL

**449**

ENTREVISTAS

**24 DE JUNIO  
A 30 DE  
SEPTIEMBRE  
(2019)**

#### UNIVERSO

Máximos responsables de empresas anunciantes, usuarias e inversoras en España de servicios profesionales de comunicación. Profesionales que trabajan en agencias de medios que operan en España.

#### MUESTRA

449 entrevistas totales: ANUNCIANTES (184) y AGENCIAS de MEDIOS (265).

El profesional entrevistado en cada compañía anunciante debe estar invirtiendo en algún medio de comunicación. Por su parte, los profesionales de agencias de medios deben estar planificando y/o comprando medios, o bien tener relación en su día a día con los equipos comerciales de los medios.

#### TIPO DE ENTREVISTA

Entrevistas personales en el puesto del entrevistado con una duración media de 50 minutos.

### ANÁLISIS CUALITATIVO

**4<sup>a</sup>**  
**EDICIÓN**

TRACKING  
BIENAL

**17** SESIÓN  
WORKSHOP

PARTICIPANTES

**15 DE OCTUBRE  
(2019)**

#### UNIVERSO

Máximos responsables de empresas, usuarias e inversoras en España de servicios profesionales de comunicación. Profesionales del sector que trabajan en agencias de medios que operan en España. Y profesionales de los principales medios de comunicación.

#### MUESTRA

17 participantes: ANUNCIANTES (4), AGENCIAS de MEDIOS (5) y MEDIOS DE COMUNICACIÓN (8).

#### DINÁMICA DE ANÁLISIS

Sesión workshop de 4 horas de duración.

# CLASIFICACIÓN DE LOS ANUNCIANTES ENTREVISTADOS

METODOLOGÍA Y PERFIL DE LA MUESTRA

GÉNERO		ANTIGÜEDAD		SECTOR (continuación)	
HOMBRE	44.0%	EN EL PUESTO	6 años	<b>CONSUMO DURADERO</b>	23.9%
MUJER	56.0%	EN LA EMPRESA	9 años	HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	6.0%
CIUDAD		TIPO DE EMPRESA		AUTOMOCIÓN	6.0%
MADRID	68.5%	MULTINACIONAL ESPAÑOLA	27.2%	INDUSTRIAL / AGROPECUARIOS	1.6%
BARCELONA	22.3%	<b>MULTINACIONAL EXTRANJERA</b>	<b>49.5%</b>	OBJETOS PERSONALES	3.8%
RESTO DE ESPAÑA	8.9%	NACIONAL	15.8%	TEXTIL Y VESTIMENTA	3.3%
CARGO		EMPRESA PÚBLICA	1.6%	DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	2.7%
<b>DIRECTOR DE MARKETING</b>	<b>29.9%</b>	ASOCIACIÓN, ONG	6.0%	EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICA	0.5%
DIRECTOR DE PUBLICIDAD	2.2%	EDAD		<b>SERVICIOS</b>	<b>42.9%</b>
JEFE DE MARKETING / PUBLICIDAD	11.4%	EDAD MEDIA	41 años	FINANZAS Y SEGUROS	19.0%
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN	9.8%	SECTOR		TELECOMUNICACIONES	3.3%
DIRECTOR / JEFE DE MEDIOS	17.9%	<b>GRAN CONSUMO</b>	<b>26.1%</b>	TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	8.7%
BRAND / GROUP / PRODUCT MANAGER	5.4%	ALIMENTACIÓN	12.5%	DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	1.6%
DIRECTOR DIGITAL	9.2%	BEBIDAS	5.4%	ENERGÍA	2.2%
DIRECTOR DE ÁREA MOBILE	2.2%	BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	5.4%	CONSTRUCCIÓN	1.1%
DIRECTOR NUEVO NEGOCIO COMERCIAL	1.6%	LIMPIEZA	0.5%	CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS	4.9%
DIRECTOR DE ECOMMERCE	1.1%	SALUD, FARMACIA Y PARAFARMACIA	2.2%	LOTERÍAS Y APUESTAS	2.2%
OTROS CARGOS	9.3%			<b>SOCIALES Y DIVULGACIÓN</b>	<b>7.1%</b>
				EMPRESA PÚBLICA	1.6%
				ASOCIACIÓN, ONG	5.4%

# CLASIFICACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS ENTREVISTADOS

METODOLOGÍA Y PERFIL DE LA MUESTRA

GÉNERO	
HOMBRE	38.9%
MUJER	61.1%
CIUDAD	
MADRID	69.1%
BARCELONA	28.7%
RESTO DE ESPAÑA	2.4%
CARGO	
DIRECTOR GENERAL / OFICINA	5.7%
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN	5.3%
JEFE PLANIFICACIÓN / PLANIFICADOR	16.6%
DIRECTOR COMPRAS / JEFE COMPRAS	17.0%
DIRECTOR DE MEDIOS	2.3%
DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE	25.7%
DIRECTOR PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	5.7%
DIRECTOR / JEFE DE INVESTIGACIÓN	1.9%
DIRECTOR DIGITAL	9.1%
OTROS CARGOS	11.3%
FUNCIONES EN LA AGENCIA	
PLANIFICACIÓN	72.8%
NEGOCIACIÓN Y COMPRA	60.8%
PRESCRIPCIÓN	52.8%

EDAD	
EDAD MEDIA	41 años
MEDIOS QUE NEGOCIA Y COMPRA	
TELEVISIÓN GENERALISTA	70.6%
TELEVISIÓN DE PAGO	64.9%
RADIO	62.6%
PRENSA	61.1%
SUPLEMENTOS	49.1%
REVISTAS	52.1%
EXTERIOR	68.3%
CINE	46.4%
DIGITAL	70.6%

RELACIÓN CON EQUIPOS COMERCIALES	
LOS CONOZCO Y NEGOCIO DIRECTAMENTE	58.1%
PRESENTAN NOVEDADES, NO NEGOCIO	39.6%
NO TENGO TRATO CON ELLOS	2.3%

SECTORES PLANIFICADOS	
GRAN CONSUMO	78.5%
ALIMENTACIÓN	54.3%
BEBIDAS	26.4%
ALIMENTACIÓN	54.3%
BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	38.1%

SECTORES PLANIFICADOS (continuación)	
LIMPIEZA	17.0%
TABACOS	7.5%
SALUD, FARMACIA Y PARAFARMACIA	30.9%
CONSUMO DURADERO	63.4%
HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	24.5%
AUTOMOCIÓN	24.9%
INDUSTRIAL / AGROPECUARIOS	6.0%
OBJETOS PERSONALES	11.7%
TEXTIL Y VESTIMENTA	17.0%
DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	18.9%
EQUIPOS DE OFICINA	9.4%
SERVICIOS	72.1%
FINANZAS Y SEGUROS	29.4%
TELECOMUNICACIONES	27.5%
TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	30.2%
DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	17.4%
ENERGÍA	17.0%
CONSTRUCCIÓN	6.8%
CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS	19.6%
LOTERÍAS Y APUESTAS	9.1%
SOCIALES Y DIVULGACIÓN	20.0%
EMPRESA PÚBLICA	14.3%
ASOCIACIÓN, ONG	9.8%



# LOS SOPORTES MÁS INNOVADORES POR CADA MEDIO

TENDENCIAS CLAVE



**SOPORTE MÁS INNOVADOR**  
(DE CADA MEDIO ANALIZADO)



TELEVISIÓN

**movistar+**



RADIO

CADENA  
**SER**



PRENSA

**EL PAÍS**



REVISTAS

**Tapas**



EXTERIOR

**JCDecaux**



DIGITAL

**Instagram**

# LOS EQUIPOS COMERCIALES MEJOR VALORADOS

TENDENCIAS CLAVE

Disney  
CHANNEL



smartclip



exteriorplus



cmvocento  
TARGETS



KISS FM



## VALORACIÓN DE LOS EQUIPOS COMERCIALES

(POR LOS CLIENTES DE CADA MEDIO -VALORANDO 17 ATRIBUTOS CLAVE-)



# PASADO Y PRESENTE

## 2017

### Relación Comercial

- CORTOPLACISMO EN LAS DECISIONES
- GENERACIÓN DE CONTENIDOS
- TRANSVERSALIDAD
- INTERLOCUTOR ÚNICO
- MEDICIÓN EN LA OFERTA COMERCIAL
- CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR
- DIGITALIZACIÓN DE LOS MEDIOS
- MEDICIÓN & DATA

## 2019

### Transformación

- CONTEXTO DE INMEDIATEZ
- NO INTERRUPTIÓN - EXPERIENCIA
- TRAZABILIDAD DE LOS MEDIOS - ATRIBUCIÓN
- INTERLOCUCIÓN: GENERALISTA + ESPECIALISTA
- MEDICIÓN ESTANDARIZADA
- CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR
- MODELO TRIBANDA DE TRABAJO
- DEL JOURNEY DE LOS MEDIOS AL JOURNEY DEL CONSUMIDOR

# 2021, 2022, 2023...

*¿Seremos capaces de medir y trabajar con KPI de negocio? ¿Estamos preparados?*

*¿Cómo van a evolucionar las métricas en la nueva economía?*

*¿Cómo equilibrar los medios pagados, propios y ganados?*

*¿Estamos asignando el mérito de la venta final al medio que realmente lo tiene?*

*¿Se comprará la Televisión de forma programática?*

*¿El GRP seguirá teniendo sentido?*

*¿El usuario percibe realmente como un beneficio la hiper personalización?*

# ¡Gracias!

Para más información contactar con:

María José Ramiro (Directora de Comunicación) – [mjramiro@scopen.com](mailto:mjramiro@scopen.com)

Héctor Abanades (Research Manager) - [habanades@scopen.com](mailto:habanades@scopen.com)

Óscar López (Research Director) - [olopez@scopen.com](mailto:olopez@scopen.com)

César Vacchiano (Presidente & CEO) - [cvacchiano@scopen.com](mailto:cvacchiano@scopen.com)

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



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