

TREND SCORE

LATAM 2020

Tendencias de Inversión en Comunicación

22 de julio, 2020

Investigación - Ficha técnica

Tipo de Estudio: Tracking Cuantitativo.

Universo:

- Empresas Anunciantes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Seleccionadas a partir de la Base de Datos de SCOPEN y socios de la AA, AAP, ABAP, ACHAP, APAP, AVE, CAM y UCEP.

Muestra:

- 166 Empresas Anunciantes.
- Profesionales: Director de Marketing, Director de Medios y Director de Publicidad.

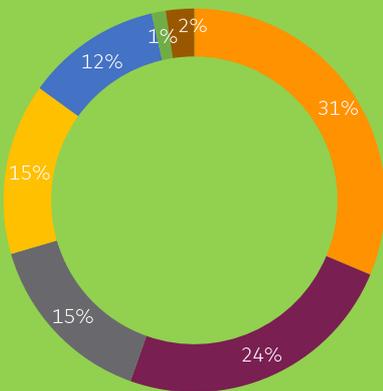
Questionario: Questionario online, con preguntas abiertas y cerradas, enviado a través de plataforma autogestionada. Áreas de revisión: Inversión en Marketing e Inversión en Publicidad.

Fechas de trabajo de campo: del 10 de junio al 6 de julio de 2020.

Esperamos que el estudio realizado por el equipo de SCOPEN resulte de su interés. Quedamos a su disposición para cualquier duda que pueda surgir.

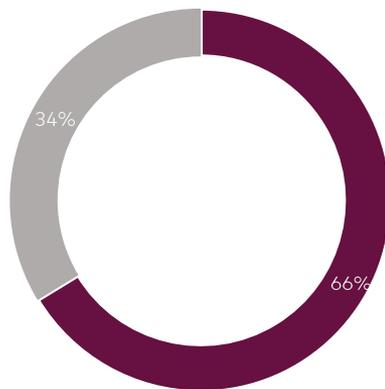
Primera edición
del barómetro
TREND SCORE de
tendencias en la
inversión en
Latinoamérica

Países



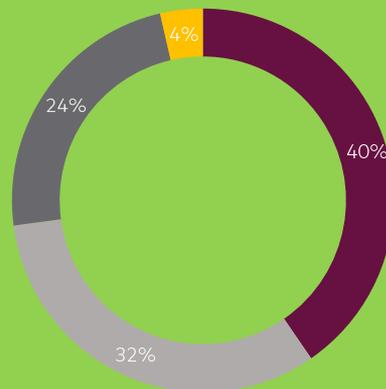
- BRASIL
- PERÚ
- MÉXICO
- REGIONALES
- COLOMBIA
- ARGENTINA
- CHILE

Empresas participantes



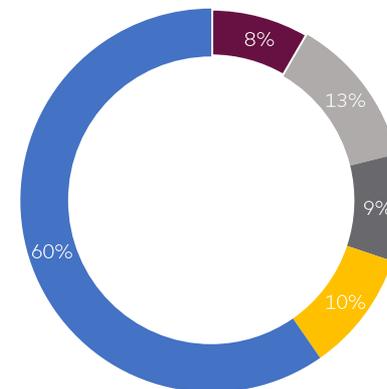
- MULTINACIONALES
- NACIONALES

Sector de actividad



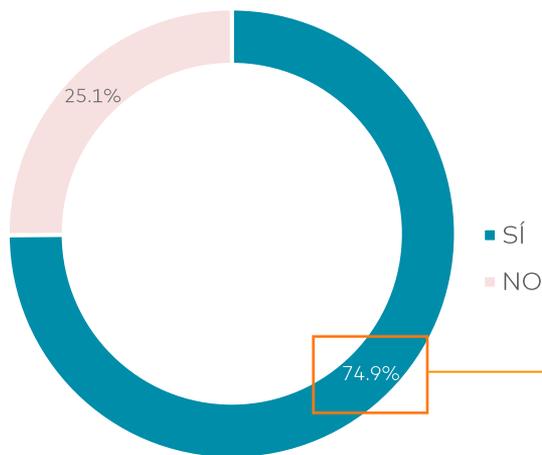
- GRAN CONSUMO
- SERVICIOS
- CONSUMO DURADERO
- SOCIALES-DIVULGACIÓN

Número de empleados

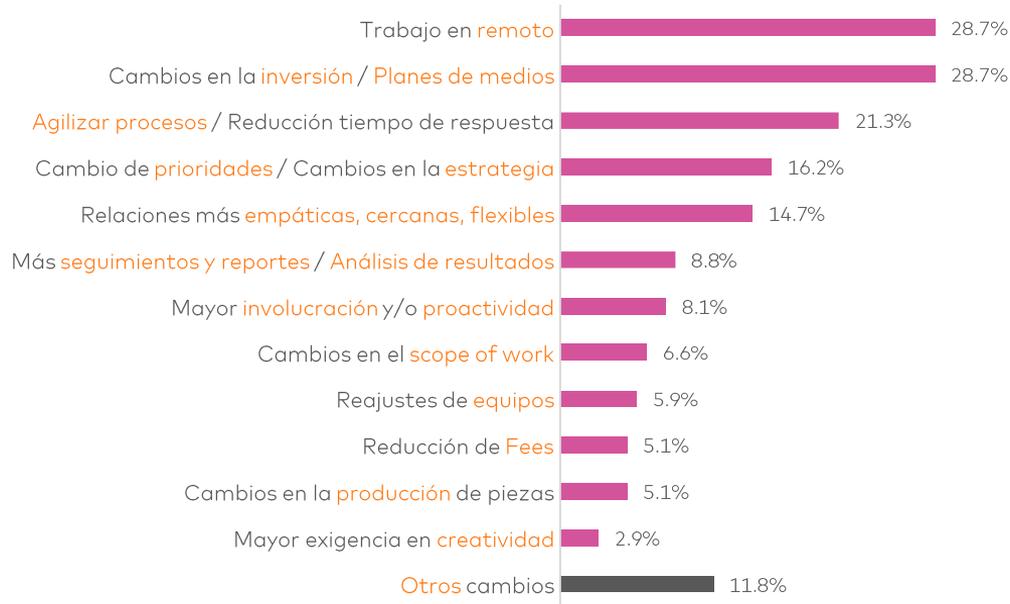


- De 0 a 49
- De 50 a 199
- De 200 a 499
- De 500 a 999
- Más de 1000

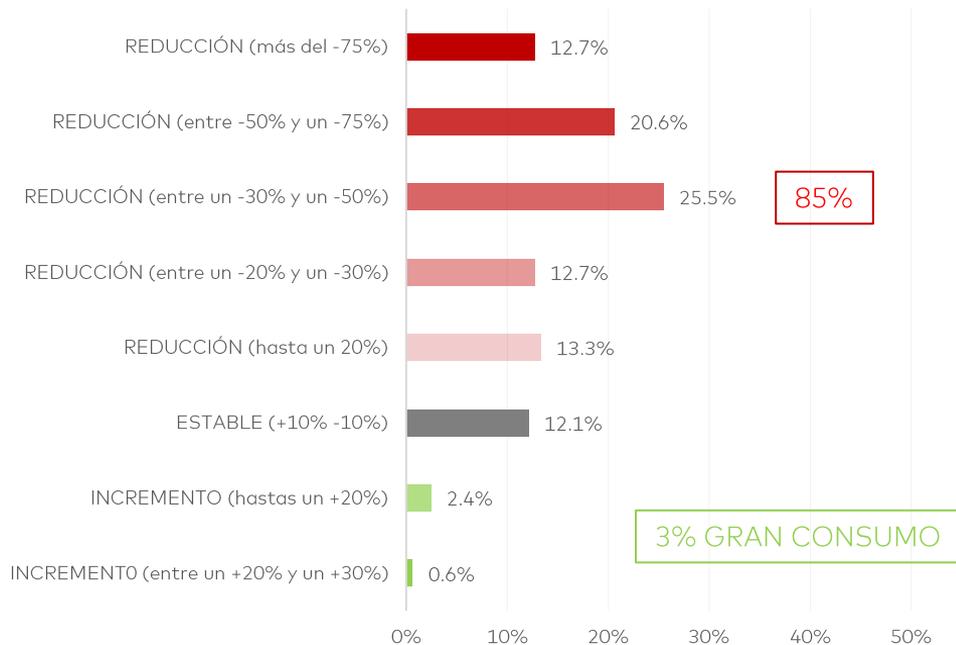
¿CREE QUE EL COVID-19 HA CAMBIADO LAS RELACIONES ANUNCIANTE-AGENCIA (CREATIVA Y/O DE MEDIOS)?



¿CUÁLES HAN SIDO LOS CAMBIOS MÁS IMPORTANTES?



¿CUÁNTO HA VARIADO SU PRESUPUESTO EN PUBLICIDAD A CAUSA DEL IMPACTO DEL COVID-19?



-39.2%
VARIACIÓN PROMEDIO EN LA REGIÓN

VARIACIÓN PROMEDIO POR SECTOR

Consumo Duradero	Gran Consumo	Servicios	Sociales y Divulgación
-47.0%	-34.8%	-37.5%	-53.8%

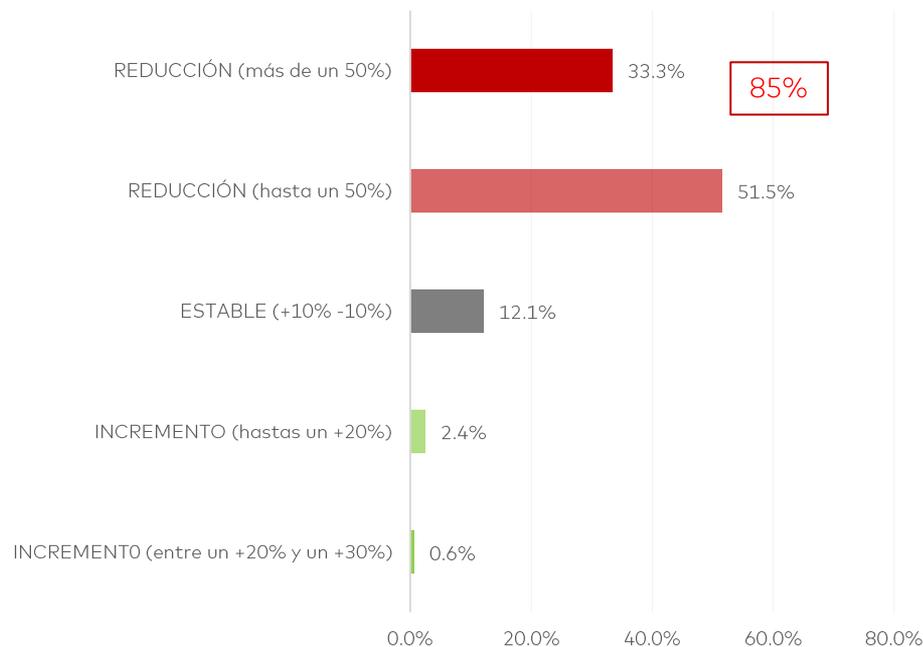
CONSUMO DURADERO: Hogar y Electrodomésticos, Automoción, Industrial, y Agropecuario, Objetos Personales, Textil, Deportes y Tiempo Libre, Equipos de Oficina e Informática.

GRAN CONSUMO: Alimentación, Bebidas, Belleza, Perfumería e Higiene, Limpieza, Tabacos, Farmacia y Parafarmacia.

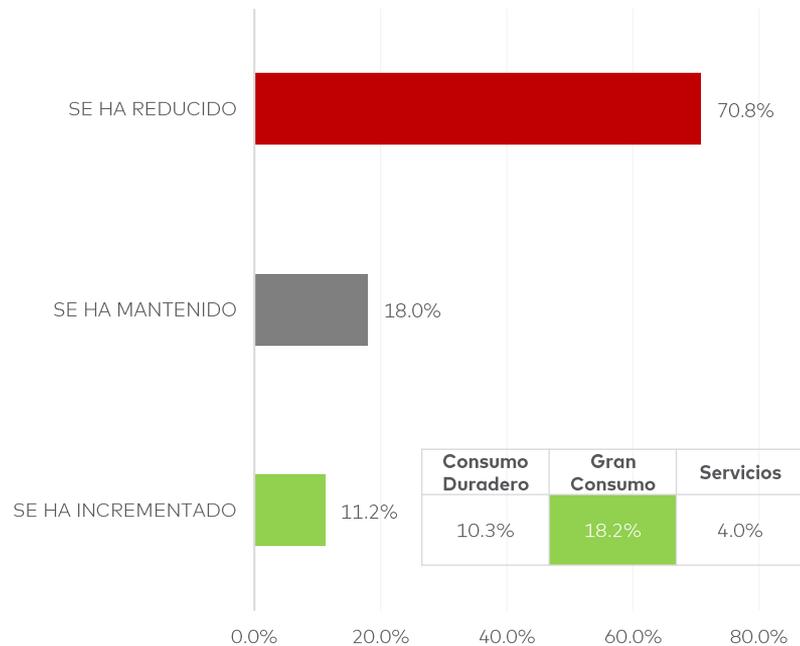
SERVICIOS: Finanzas y Seguros, Telecomunicaciones y .com, Servicios públicos y privados, Transporte, Viajes y Turismo, Distribución y Restauración, Energía, Construcción, Cultura y Medios de Comunicación, Loterías y Apuestas.

SOCIALES Y DIVULGACIÓN: Administración Pública, Asociaciones, ONGs.

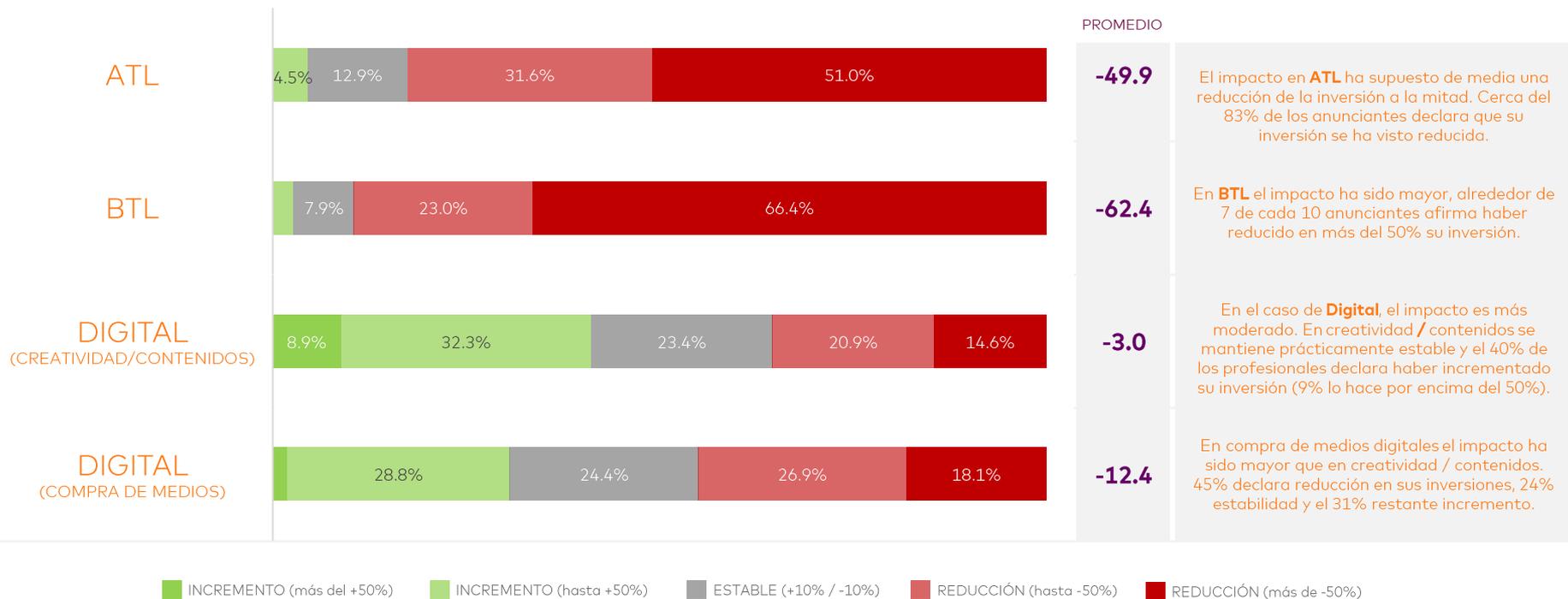
IMPACTO EN EL PRESUPUESTO



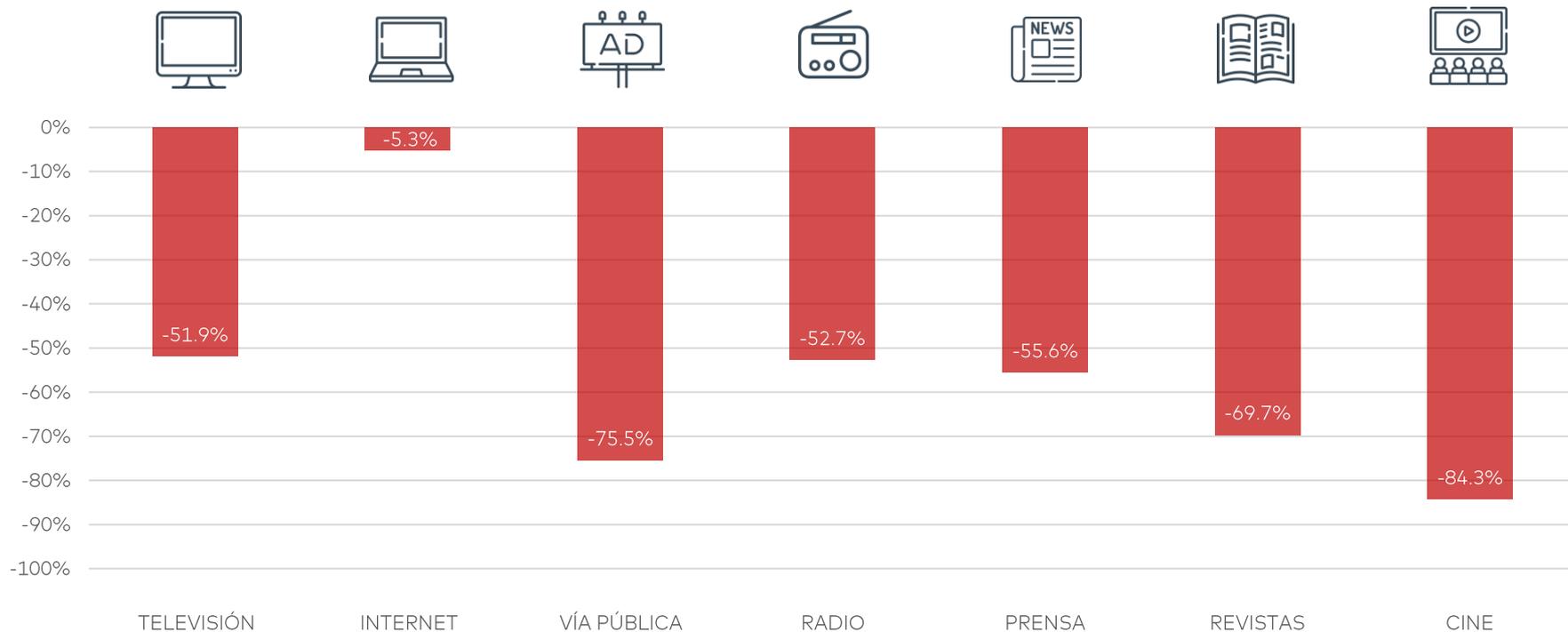
IMPACTO EN EL NEGOCIO / VENTAS



¿CÓMO HA SIDO EL IMPACTO POR DISCIPLINAS?



VARIACIÓN DE LA INVERSIÓN POR MEDIO: PROMEDIO





Expectativas de Evolución

¿CUÁNDO CREE QUE SE REACTIVARÁ LA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD?

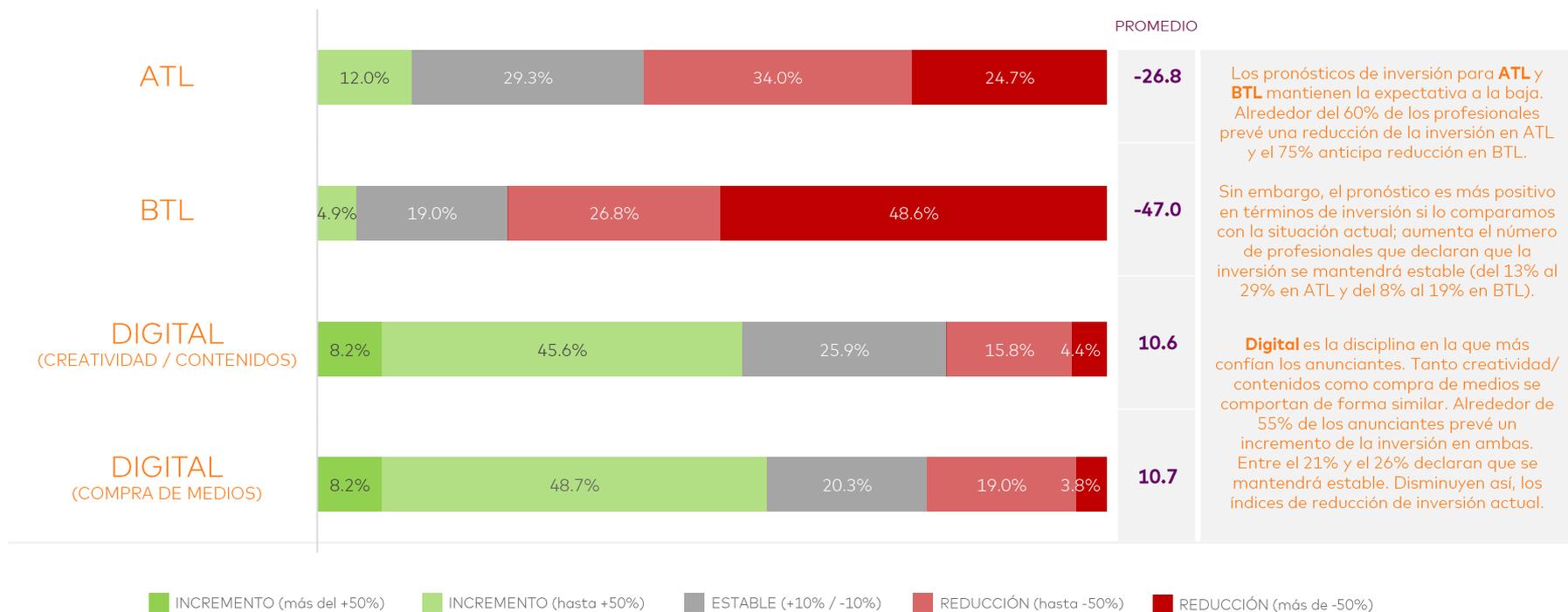
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2020								8.5%	8.5%	14.0%	4.9%	4.9%
								1 MES	2 MESES	3 MESES	4 MESES	5 MESES
										41%		
2021	17.7%	6.1%	9.8%	4.9%	0.6%	2.4%	3.7%	0.6%	--	0.6%	1.2%	17.7%
	6 MESES	7 MESES	8 MESES	9 MESES	10 MESES	11 MESES	12 MESES	13 MESES	14 MESES	15 MESES	16 MESES	17 MESES
2022	1.2%	0.6%	0.6%									
	18 MESES	19 MESES	20 MESES									

5,7 meses de media para la reactivación

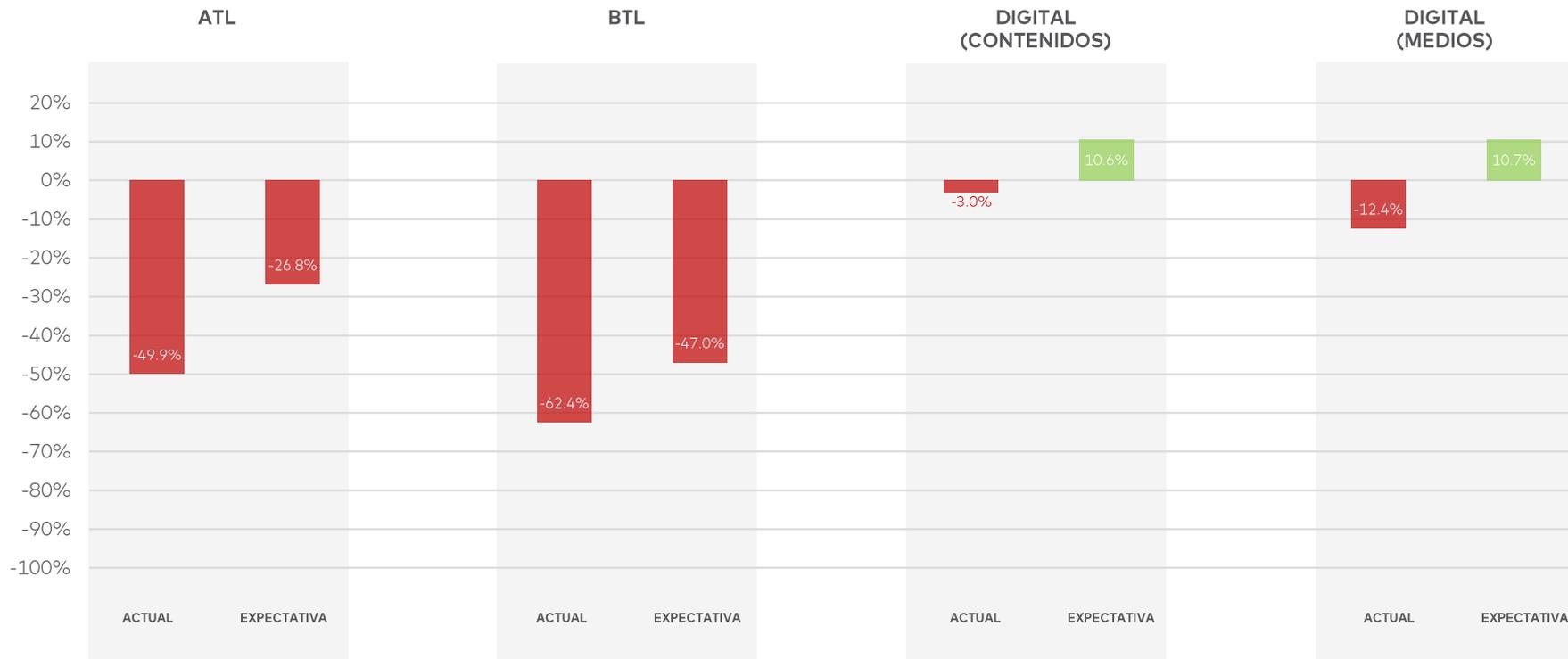
Los principales anunciantes en Latinoamérica son optimistas en términos de inversión y recuperación, el **41%** confía en que la industria logre remontar en el **segundo semestre** del año 2020 y el **86% pronostica** que se alcanzará una situación de **normalidad en un máximo de 12 meses**.

NOTA: Se ha tomado AGOSTO como fecha posible de inicio de la recuperación.

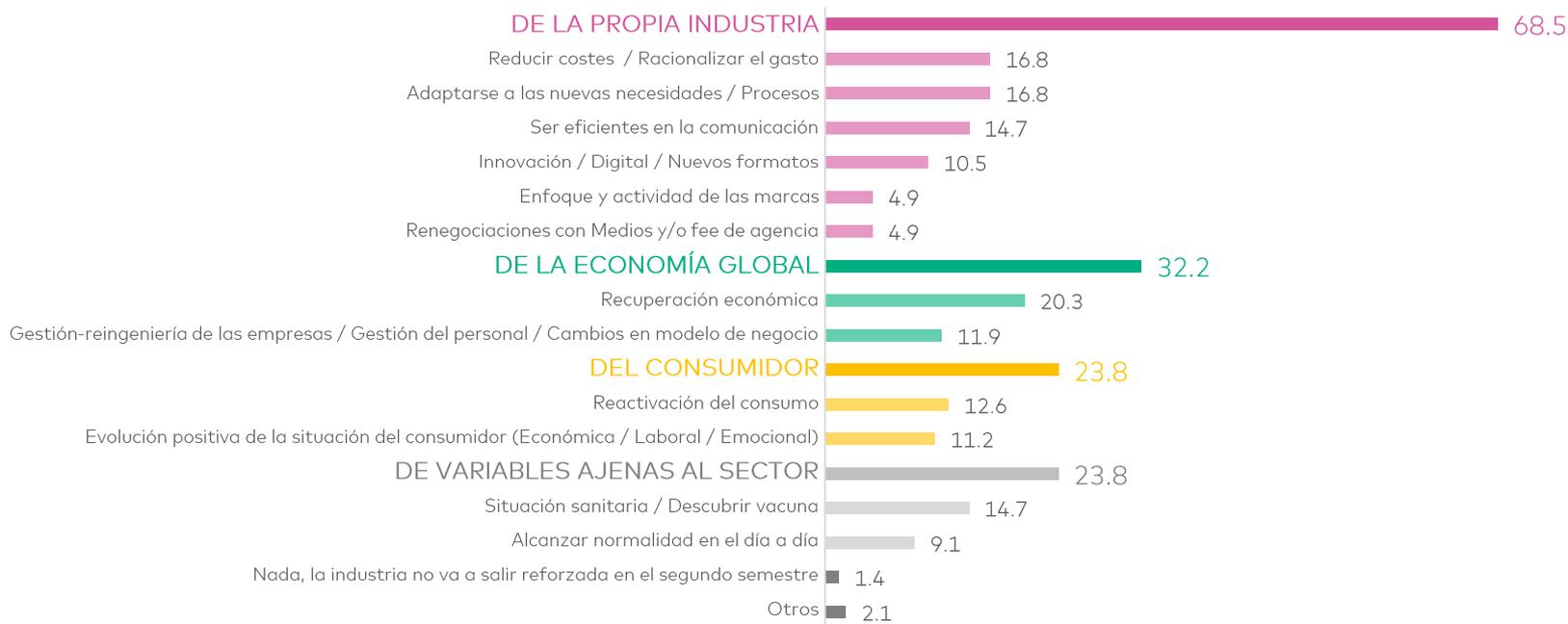
¿CUÁL CREE QUE SERÁ LA TENDENCIA DE INVERSIÓN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO?



TENDENCIA DE INVERSIÓN ACTUAL vs. EXPECTATIVAS: PROMEDIO



¿DE QUÉ DEPENDERÁ QUE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA CONSIGA SALIR REFORZADA Y ENCARAR EL 2º SEMESTRE DE 2020 CON MAYOR OPTIMISMO?

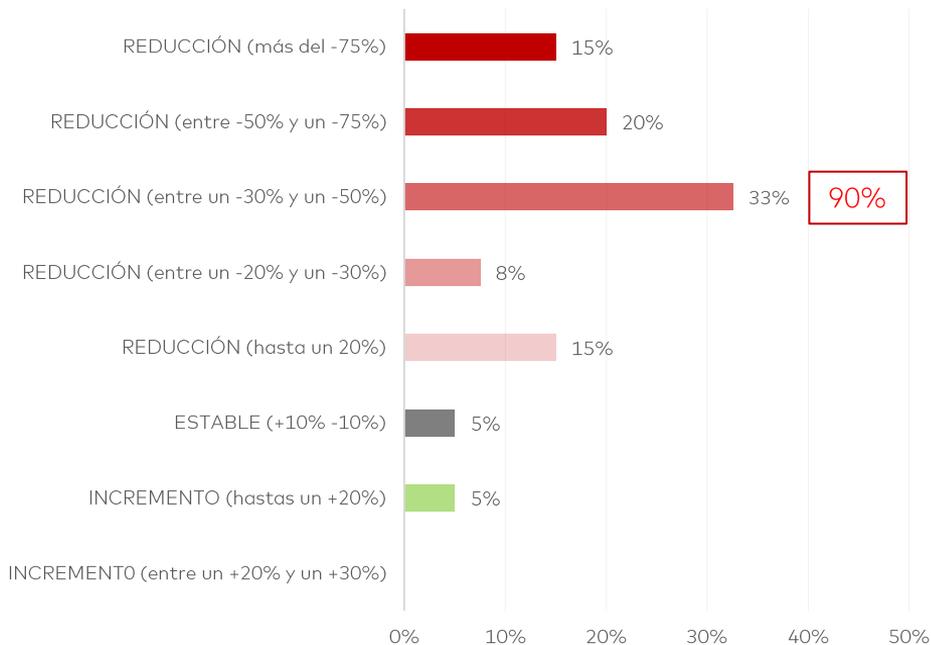




ANÁLISIS COLOMBIA



¿CUÁNTO HA VARIADO SU PRESUPUESTO EN PUBLICIDAD A CAUSA DEL IMPACTO DEL COVID-19?



-42.4%
VARIACIÓN PROMEDIO EN COLOMBIA

VARIACIÓN PROMEDIO POR SECTOR

Consumo Duradero	Gran Consumo	Servicios	Sociales y Divulgación
-54.2%	-27.7%	-47.0%	-52.5%

CONSUMO DURADERO: Hogar y Electrodomésticos, Automoción, Industrial, y Agropecuario, Objetos Personales, Textil, Deportes y Tiempo Libre, Equipos de Oficina e Informática.

GRAN CONSUMO: Alimentación, Bebidas, Belleza, Perfumería e Higiene, Limpieza, Tabacos, Farmacia y Parafarmacia.

SERVICIOS: Finanzas y Seguros, Telecomunicaciones y .com, Servicios públicos y privados, Transporte, Viajes y Turismo, Distribución y Restauración, Energía, Construcción, Cultura y Medios de Comunicación, Loterías y Apuestas.

SOCIALES Y DIVULGACIÓN: Administración Pública, Asociaciones, ONGs.

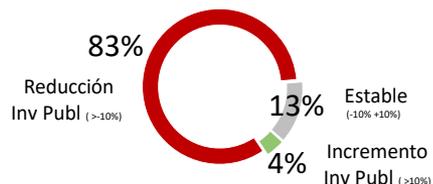


¿CUÁNTO HA VARIADO SU PRESUPUESTO EN PUBLICIDAD A CAUSA DEL IMPACTO DEL COVID-19?



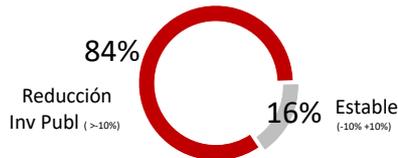
-37.1 %

VARIACIÓN PROMEDIO
EN LA ARGENTINA



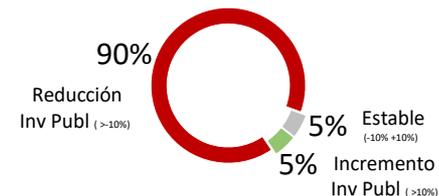
-39.9 %

VARIACIÓN PROMEDIO
EN BRASIL



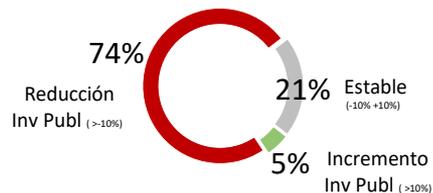
-42.4 %

VARIACIÓN PROMEDIO
EN COLOMBIA



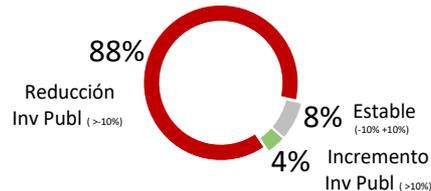
-28.7 %

VARIACIÓN PROMEDIO
EN MEXICO



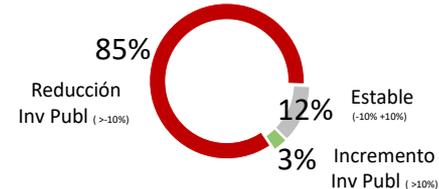
-42.2 %

VARIACIÓN PROMEDIO
EN PERU



-39.2 %

VARIACIÓN GLOBAL
LATAM





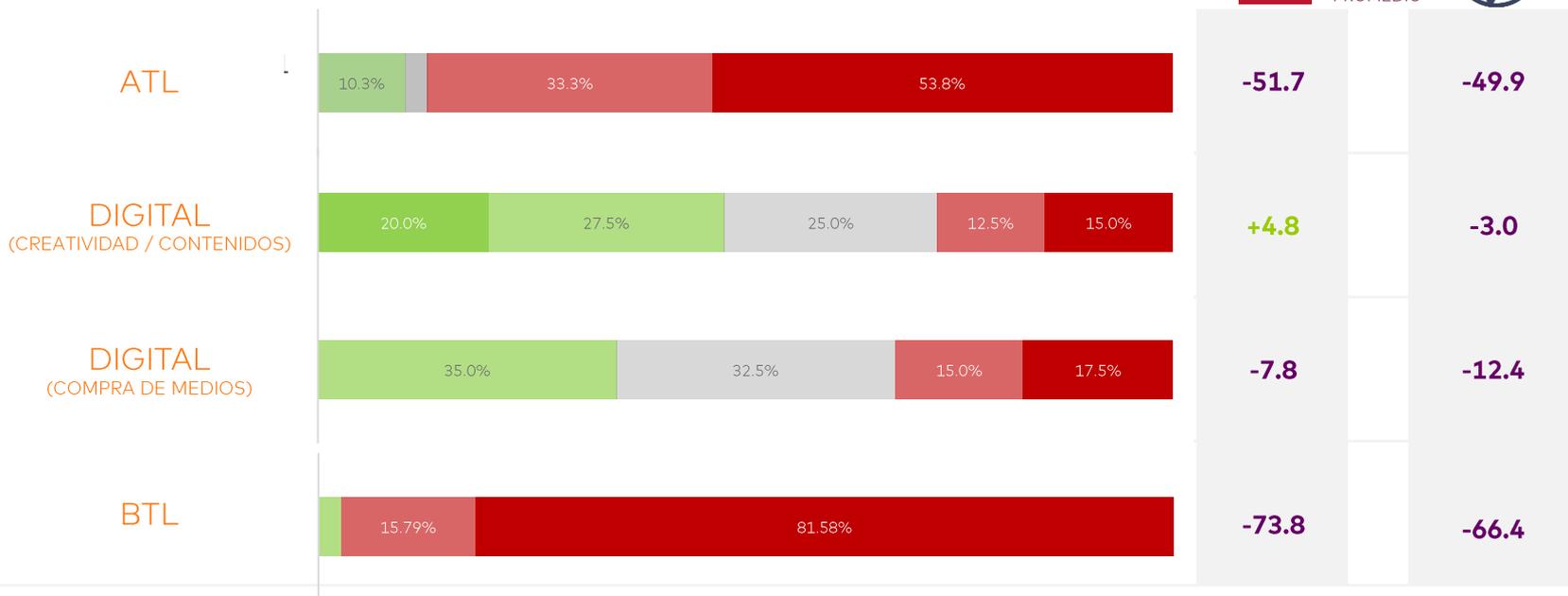
¿CÓMO HA SIDO EL IMPACTO POR DISCIPLINAS?



PROMEDIO



LATAM



■ INCREMENTO (más del +50%)
 ■ INCREMENTO (hasta +50%)
 ■ ESTABLE (+10% / -10%)
 ■ REDUCCIÓN (hasta -50%)
 ■ REDUCCIÓN (más de -50%)



¿CUÁNDO CREE QUE SE REACTIVARÁ LA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD?



6.2 meses



5.7 meses

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2020								15.4%	10.3%	12.8%	2.6%	--
								1 MES	2 MESES	3 MESES	4 MESES	5 MESES
								41%				
2021	7.7%	15.4%	7.7%	7.7%	--	5.1%	--	2.6%	--	--	--	5.1
	6 MESES	7 MESES	8 MESES	9 MESES	10 MESES	11 MESES	12 MESES	13 MESES	14 MESES	15 MESES	16 MESES	17 MESES
2022	--	2.6%										
	18 MESES	19 MESES										

¡Gracias!

Para más información contactar con:
xitapias@cablenet.co
cvacchiano@scopen.com

MASCARTAGENA.CO
SCOPEN.COM



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