

INFORME DE TENDENCIAS • METODOLOGÍA

TOTAL MUESTRA

Muestras (profesionales del sector <u>Marketing-Publicidad-Comunicación</u> entrevistados)

MUESTRAS ANALIZARAS		ENTRE	VISTAS		CUENTAS		
MUESTRAS ANALIZADAS		2018	2020		2018	2020	
ANUNCIANTES: TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS		262	244	348	429	343	
ANUNCIANTES: TRABAJAN CON AGENCIAS de MEDIOS	332	197	211	348	204	219	
RESPONSABLES de COMPRAS (PROCUREMENT)		10	12				
PROFESIONALES: AGENCIAS CREATIVAS		200	261				
PROFESIONALES: AGENCIAS de MEDIOS		185	211				
BASES TOTALES		727	832		633	562	

*ERROR MUESTRAL: n=348 =±5.4. Si p=q=0.5 para un nivel de significación del 0,5%

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Bases: RESPONSABLES de MARKETING, RESPONSABLES de COMPRAS de anunciantes y PROFESIONALES de agencias entrevistados en 2018 y 2020. Datos en Número de Entrevistas y Cuentas



TOTAL MUESTRA

Responsables de Marketing (más admirados por anunciantes y agencias creativas y agencias de medios) (posiciones #1 a #10)













THOR BORRESEN

AB InBev

CAMILO REINA Grupo Éxito

ADRIANA ARISMENDI Bancolombia

ALEJANDRO MOJICA Alpina

MIGUEL MERINO AB InBev

PAOLA ALDAZ Mastercard

#1

#2

#3

#5

#6

CARLOS ALZATE
Central Cervecera

PAULA REY Diageo



#4

LUCAS CHÁVEZ Falabella



MAURICIO PINTO Postobón



NICOLÁS FERRIN Bayer

#10

#7

#7

#9

#10

Pregunta Espontánea

Bases: RESPONSABLES de MARKETING (212) y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS y DE MEDIOS (261 y 211) entrevistados en 2020. Datos en Rankings (RANK.) y Menciones (MEN.). (1.8 ménciones de media)

TOTAL MUESTRA

Profesionales de Agencias <u>Creativas</u> (más <u>admirados</u> por los <u>anunciantes</u> y los <u>profesionales</u> de <u>agencias</u>) (posiciones #1 a #10)



MARIO LAGOS Sancho BBDO

#1



ANDRÉS CARVAJAL Sancho BBDO

#6



SERGIO LEÓN Sancho BBDO

#1



CARLOS FELIPE ARANGO Sancho BBDO

#7



MARCELO ARANGO Proximity

#3



MAURICIO SARMIENTO Leo Burnett

#8



JOHN RAÚL FORERO

#4



FRANCISCO SAMPER
Mullenlowe SSP3

#9



CARLOS ANDRÉS RODRÍGUEZ

Mullenlowe SSP3

#5



JORGE BECERRA

DDB

#10

Pregunta Espontánea

Bases: RESPONSABLES de MARKETING (212) y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS (261) entrevistados en 2020. Datos en Rankings (RANK.) y Menciones (MEN.). (2.1 menciones de media)



TOTAL MUESTRA

Profesionales de Agencias de Medios (más admirados por los anunciantes y los profesionales de agencias) (posiciones #1 a #8)



Publicis Media

SEBASTIÁN FARFÁN Wavemaker



JUAN FERNANDO NIÑO

OMD Latam



PATRICIA MAUCHI MediaCom



LILIANA DÍAZ Wavemaker



NELSON GARRIDO OMG

#1

#7

#2

#3

#3

#5

#10

#5



HERNÁN PEÑA OMD

VAN CIPA PO

IVÁN GIRALDO MediaCom



JOSÉ FORERO OMD

#7



ARIEL RODRÍGUEZ

MediaCom



CRISTIAN JARAMILLO
PHD



FABIÁN REAL Arena Media

#10

#7

Pregunta Espontánea

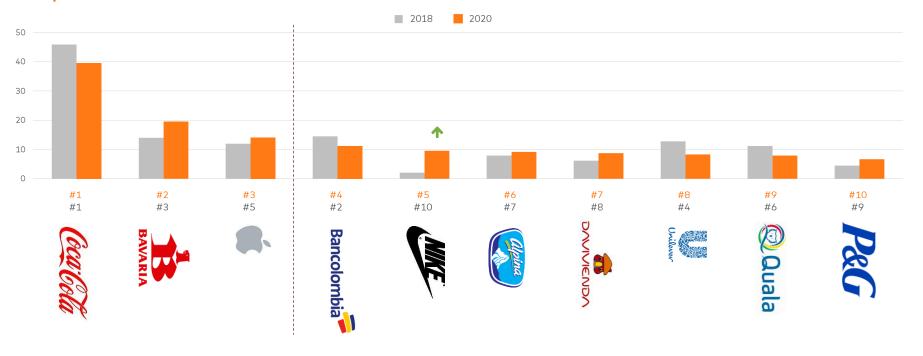
Bases: RESPONSABLES de MARKETING (212) y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS (185) entrevistados en 2020. Datos en Rankings (RANK.) y Menciones (MEN.). (1.1 menciones de media)

#10



RESPONSABLES de MARKETING

Compañías (más <u>Admiradas</u> por su marketing en los últimos dos años) (posiciones #1 a #10)



Pregunta Espontánea

Base: RESPONSABLES de MARKETING entrevistados en 2018 (242) y 2020 (240). Datos en Porcentajes (%) y Rankings (#) (2.2 y 2.6 menciones de media)



RESPONSABLES de MARKETING

Compañías (más <u>admiradas</u> por su marketing en los últimos dos años) (posiciones #1 a #10)

ARGENTINA	Coca:Cola	Unilever	MIKE	Quilmes	É	MOLINOS	P&G	mercado libre	Google	adidas † Galicia
BRASIL	Itaú	HEINEKEN	natura bem estar bem	Coca Cola	MIKE	NETFLIX	Unilever	grupo boticário	ambev	Ć
CHILE	Coca Cola	falabella.	MOW	MIKE	CCU	Unilever	É	Nestle Nestle	paris	⋄ Santander
COLOMBIA	Coca Cola	BAVARIA	Ć	Bancolombia	MIKE	alpina	DAVIVIENDA	Unilever	Quala	P&G
MÉXICO	Coca:Cola	MIKE	Ć	P&G	HEINEKEN	NETFLIX	amazon	Palacio de Hierro	Google	Unilever
ESPAÑA	Coca Cola	IKEA	Ć	Campofrio	MIKE	ING 🔊	NETFLIX	P&G	MAHOU Sanmiguel	BBVA
NE REINO UNIDO	MIKE	É	JOHN LEWIS APARTHERS	amazon	Unilever	∞	P&G	TESCO	##	PADDYPOWER. Onnocent
CHINA	Alibaba.com	Coca Cola	HUAWEI	MIKE	P&G	Ć	durex		农夫山京 Intertionalis	L'ORÉAL
INDIA	Unilever	vodafone	Coca Cola	amazon	P&G	? airtel	Cadbury	Amul The Best of Inda	Google	PATANIALL
SUDÁFRICA	Nando's	Coca Cola	FNB	WOOLWORTHS	ALLANGRAY	Unilever	MIKE	O Discovery Health	SUPAREE	SOUL RECO

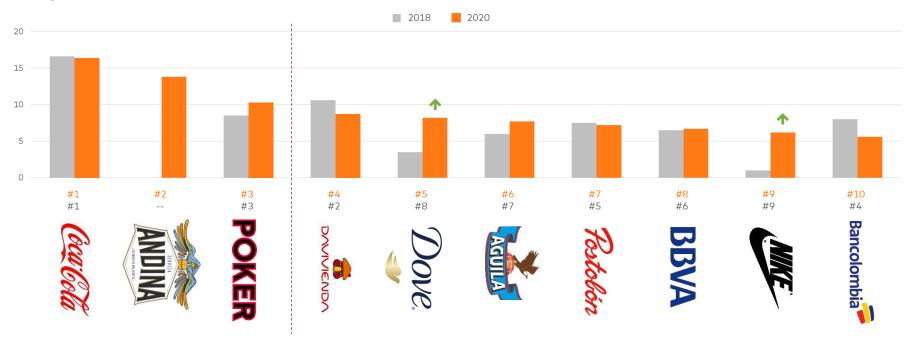
Pregunta Espontánea

Bases: RESPONSABLES de MARKETING entrevistados en ARGENTINA-BRASIL-CHILE-ESPAÑA-REINO UNIDO-INDIA (2018), MÉXICO-SUDÁFRICA (2019) y COLOMBIA-CHINA (2020). Datos en Ranking (#)



RESPONSABLES de MARKETING

Campañas (<u>Destacadas</u> de los últimos dos años) (Posiciones #1 a #10)



Pregunta Espontánea

Base: RESPONSABLES de MARKETING entrevistados en 2018 (199) y 2020 (195). Datos en Porcentajes (%) y Rankings (#) (1.4 y 2.1 menciones de media)



RESPONSABLES de MARKETING

Campañas (<u>Destacadas</u> de los últimos dos años) (Posiciones #1 a #10)

ARGENTINA	Q uilmes	†) Galicia	LUCCHETTI	Coca:Cola	TyC Sports	ISSUE	NOBLEX	NETFLIX	HUNG	ARCOR BRAHMA Naranja
BRASIL	Itaú	HEINEKEN	vivo	oBoticário	SKQL	RINGER		Coca:Cola	natura bem estar bem	MIKE
CHILE	MOW		Nestle Nestle	falabella.	♦ Santander	CCU	Elite	Banco de Chile transbank.		Coca Cota
COLOMBIA	Coca Cola	ANDINA	POKER	DAVIVIENDA	Dove.	AGUILA	Postobón	BBVA	MIKE	Bancolombia
MÉXICO	NIKE	TIETATIE	gand <u>hi</u> .	Coca Cola	NETFLIX	Corona	AEROMEXICO	P&G	El Talacio de Hierro	pepsi.
ESPAÑA	IKEA	Campofrio	∞	NETFLIX	LOTERÍAS VAPUESTAS DEL ESTADO	ESTRELLA	Coca Cola	El Corle Inglés	TOYOTA	
NEINO UNIDO	NIKE	JOHN LEWIS APARTHERS	KFC	∞	GUINNESS	SIXT	always	Coca Cola	Libl	SPORT ENGLAND
*>	Mondelēz,	天猫 THALLOON	淘宝网 Taobao.com	P&G	<mark>網 多 NETEASE</mark> www.163.com	Tencent 腾讯	M	PECHOIN 百 雀 羚	durex	交夫山京 Inference O O O
INDIA	amazon	airtel	Flipkart 🙀	vodafone	Paytm	Ambuja	Cadbury	AXIS BANK	CEAT	ldea
SUDÁFRICA	Nando's	MIKE	ALLANGRAY	SOUL FOOD	Coca Cola	₹ FNB	(absa)	Dove.	Black Label	KFC

Pregunta Espontánea



RANKINGS DE AGENCIAS

Se clasifica a las agencias **creativas** y **de medios** en distintos rankings:

01. CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO

Uno de los indicadores más importantes cuando se analiza la imagen de una agencia en el mercado. Es consecuencia de la historia y trayectoria de las agencias, su presencia en el mercado, sus acciones de marketina y la experiencia de los profesionales de las marcas anunciantes con cada una de ellas.

02. CREATIVIDAD Percepción de las agencias más creativas

Un factor clave en la industria y uno de los indicadores más claros para determinar el éxito o el fracaso de una agencia. Para las agencias creativas se tienen en cuenta tanto las menciones por 'creatividad original' como por 'creatividad eficaz', cuyo sumatorio resulta en el ranking de 'creatividad total'. En cuanto a las agencias de medios, medimos cómo son percibidas por su 'creatividad e innovación en medios'.

03. ATRACCIÓN Agencias incluidas en una lista corta de tres

Se analiza la atracción que genera la agencia a través de su inclusión, o no, en una posible lista corta para una licitación. Son opiniones de profesionales que no son clientes de la agencia que mencionan y pueden citar hasta tres agencias. La atracción viene marcada, principalmente, por la percepción creativa y digital que tenga una agencia en el mercado.

04. EJEMPLARIDAD Agencias que se aproximan al 'ideal' de agencia, la agencia perfecta

Como agencias ejemplares, los anunciantes sólo mencionan una o dos agencias (en ocasiones ninguna). La ejemplaridad se ve influida por la satisfacción de los clientes con las agencias con las que trabajan actualmente o con las que han trabajado en el pasado. Para ser ejemplar, una agencia deber reunir, además de creatividad y capacidad digital, conocimiento y experiencia, planeación estratégica, capacidad para ofrecer servicios integrados, buen equipo de profesionales y servicio de cuentas, buena relación calidad/precio.

05. RANKING GLOBAL DE PERCEPCIÓN DEL MERCADO Teniendo en cuenta atributos clave de servicio

Para analizar la imagen de cada agencia en el mercado pedimos, a cada uno de los profesionales entrevistados, que valore a las agencias que conoce (aunque sólo sea de nombre) de acuerdo con una serie de atributos relativos a los servicios prestados. Cada atributo tiene una ponderación determinada (en relación a su importancia para los anunciantes), y en base a ella, se calcula el Ranking Global de Percepción de Mercado.

06. RANKING GLOBAL DE VALORACIÓN DE CLIENTES Teniendo en cuenta los mismos atributos clave que el Ranking de Percepción de Mercado

En este caso se pide a los responsables de marketing participantes que valoren a los equipos de sus agencias de acuerdo con una serie de atributos relativos a los servicios prestados. Cada atributo tiene una ponderación determinada en función de su importancia para los anunciantes.

07. RANKING GLOBAL DE OPINIÓN DE LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS (QUE TRABAJAN EN LA COMPETENCIA) Teniendo en cuenta los mismos atributos clave que el Ranking de Percepción de Mercado

Por último, pedimos a los propios profesionales de las agencias participantes que valoren a otras agencias (distintas a la suya), según una serie de atributos relativos a los servicios prestados. En base a dichos atributos se elabora este ranking, donde, al igual que en los anteriores (Percepción de Mercado y Valoración de Clientes) cada atributo tiene una ponderación determinada en función de su importancia para los anunciantes.





COLOMBIA 2020/2

AGENCIAS CREATIVAS

CONOCIMIENTO ESPON	NTÁNEC					
SANCHO BBDO			1ª /			
McCANN		2ª	7			
LEO BURNETT	3ª	7				
CREATIVIDAD						
SANCHO BBDO			1ª /			
McCANN		2 <u>ª</u>	<u></u>			
	22					
LEO BURNETT	3ª					
ATRACCIÓN						
SANCHO BBDO			1ª			
LEO BURNETT		2ª	7			
DDB	3 <u>ª</u>	7				
E JEMPL ADIDAD						
SANCHO BBDO			1ª			
McCANN		2ª	Τā			
	22					
MULLENLOWE SSP3	3 <u>a</u>					
RANKING GLOBAL DE N	/IERCAD	0				
SANCHO BBDO			1ª			
McCANN		2ª	7			
LEO BURNETT	3 <u>ª</u>	7				
RANKING GLOBAL DE V	/ALOPA	CIÓN	DE CL	IENTE	2	
TXT	ALOKA	CIOIN	19			
SANCHO BBDO		2ª	7			
PROXIMITY	3 <u>a</u>	7				
I KOMBITT	J=					
RANKING GLOBAL DE P	ERCEP	CIÓN	DE LA	СОМР	ETENC	A
SANCHO BBDO			1ª			
DDB		2ª				
PROXIMITY	3 <u>a</u>	7				

AGENCIAS DE MEDIOS

HAVAS MEDIA	1ª
OMD	2ª
STARCOM	3ª /
NNOVACIÓN EN MED	DIOS
HAVAS MEDIA	1ª /
OMD	2ª
STARCOM	3 <u>a</u>
TRACCIÓN	
HAVAS MEDIA	<u>1</u> ª
STARCOM	2ª
OMD	3ª /
JEMPLARIDAD	
OMD	1ª
HAVAS MEDIA	2ª
INITIATIVE	3ª
ANKING GLOBAL DE	MEDIANO
HAVAS MEDIA	1ª
OMD	2ª
STARCOM	3ª
	VALORACIÓN DE CLIENTES
QUIROGA	1ª
CARAT	2ª
ZENITH	3ª

3<u>a</u>

WAVEMAKER OMD

ZENITH

SCOPEN