

TREND SCORE

LATAM 2020

Tendências sobre o Investimento Publicitário

Introdução

Más Cartagena e SCOPEN promoveram a criação do estudo TREND SCORE na América Latina com o objetivo de analisar as tendências de investimento em marketing e comunicação, com especial enfoque no impacto da COVID-19 na atividade de comunicação das marcas.

Este estudo vem sendo realizado pela SCOPEN por mais de 10 anos em outros países e, em 2020 realizado pela primeira vez na região LATAM. A intenção é oferecer informações continuamente para acompanhar a evolução dos investimentos em marketing e comunicação no continente com análises detalhadas nos países mais importantes.

No momento atual e perante uma situação tão singular, acreditamos que é fundamental ter uma maior compreensão do que se passa com a evolução dos investimentos e a sua distribuição pelos meios de comunicação.

Gostaríamos de agradecer o apoio das mais importantes Associações de Agências da Região LATAM (AAMA, AAP, ABAP, ACHAP, APAP, AVE, CAAM e UCEP) que desde o início viram a necessidade de realizar o estudo, e que o promoveram em cada um dos países onde atuam.

E o agradecimento mais especial vai para os 166 profissionais, responsáveis pelo Marketing e Meios de Comunicação das principais empresas da região LATAM, que compartilharam conosco a sua visão e expectativas e tornaram este estudo possível.



LATAM 2020

Com apoio de:



Estudo - Ficha técnica

Tipo de Estudo: Tracking Quantitativo.

Universo:

- Empresas Anunciantes na Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México e Perú.
Selecioneadas a partir da Base de Dados da SCOPEN e dos sócios da AA, AAP, ABAP, ACHAP, APAP, AVE, CAM e UCEP.

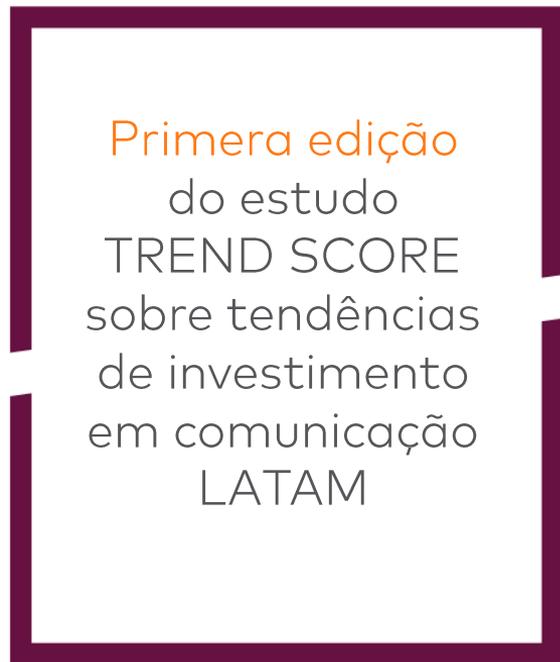
Amostra:

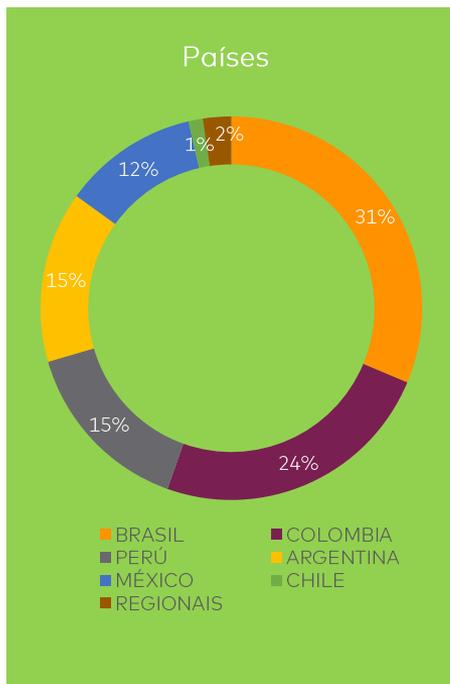
- 166 Empresas Anunciantes.
- Profissionais: Diretor de Marketing, Diretor de Mídia e Diretor de Publicidade.

Questionário: Questionário online, com perguntas abertas e fechadas, enviado através de plataforma gerida pelo time SCOPEN. Áreas de revisão: Investimento em Marketing e Investimento em Publicidade.

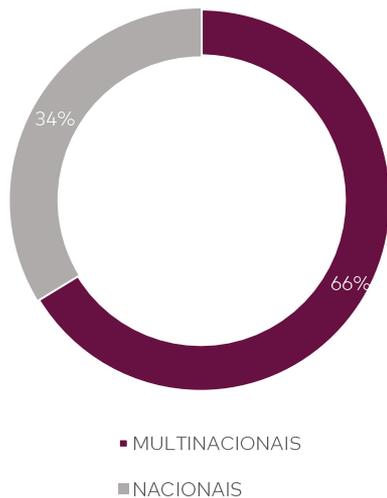
Datas de trabalho de campo: de 10 de junho à 6 de julho de 2020.

Esperamos que o estudo conduzido pela equipe SCOPEN seja do seu interesse. Ficamos à sua disposição para qualquer dúvida que possa surgir.

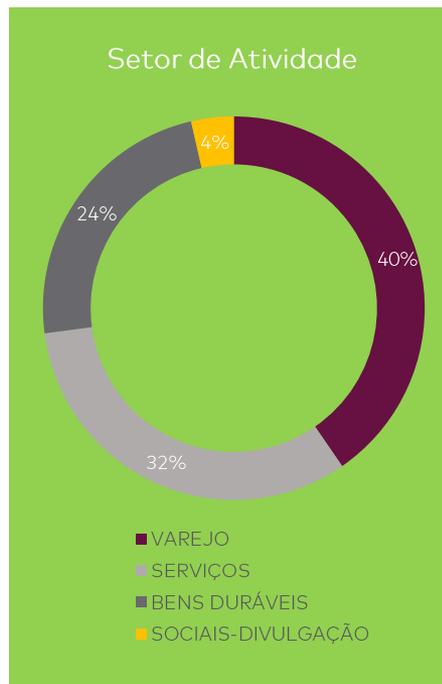




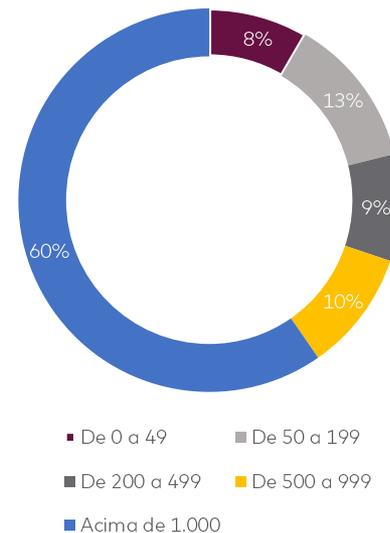
Empresas participantes



Setor de Atividade



Número de colaboradores



Estrutura do Questionário

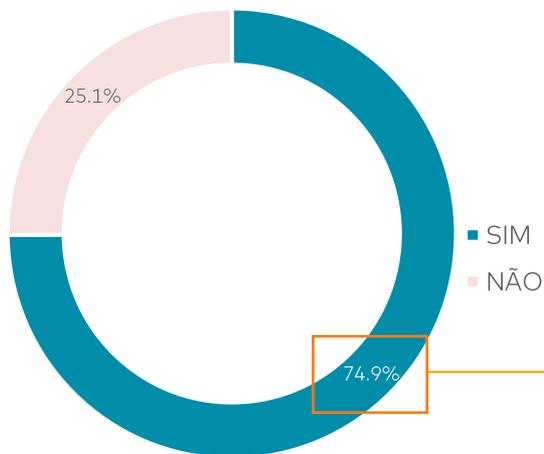
BLOCO A – SITUAÇÃO ATUAL	BLOCO B - EXPECTATIVAS DE EVOLUÇÃO
<p>Análise do impacto da situação COVID-19 na atividade publicitária vinculada à mídia.</p>	<p>Análise das expectativas da evolução da atividade publicitária no segundo semestre do ano.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. MUDANÇAS NO RELACIONAMENTO MARCA-AGÊNCIA 2. IMPACTO NA CARGA DE TRABALHO 3. IMPACTO NO NEGÓCIO / VENDAS 4. VARIAÇÃO DO ORÇAMENTO EM PUBLICIDADE 5. IMPACTO POR DISCIPLINA 6. IMPACTO NA MÍDIA 	<ol style="list-style-type: none"> 7. TENDÊNCIA DE INVESTIMENTO POR DISCIPLINAS 8. TEMPO ESTIMADO PARA A REATIVAÇÃO DOS INVESTIMENTOS 9. CRITÉRIOS QUE INFLUENCIAM A REATIVAÇÃO



BLOCO A

Situação Atual

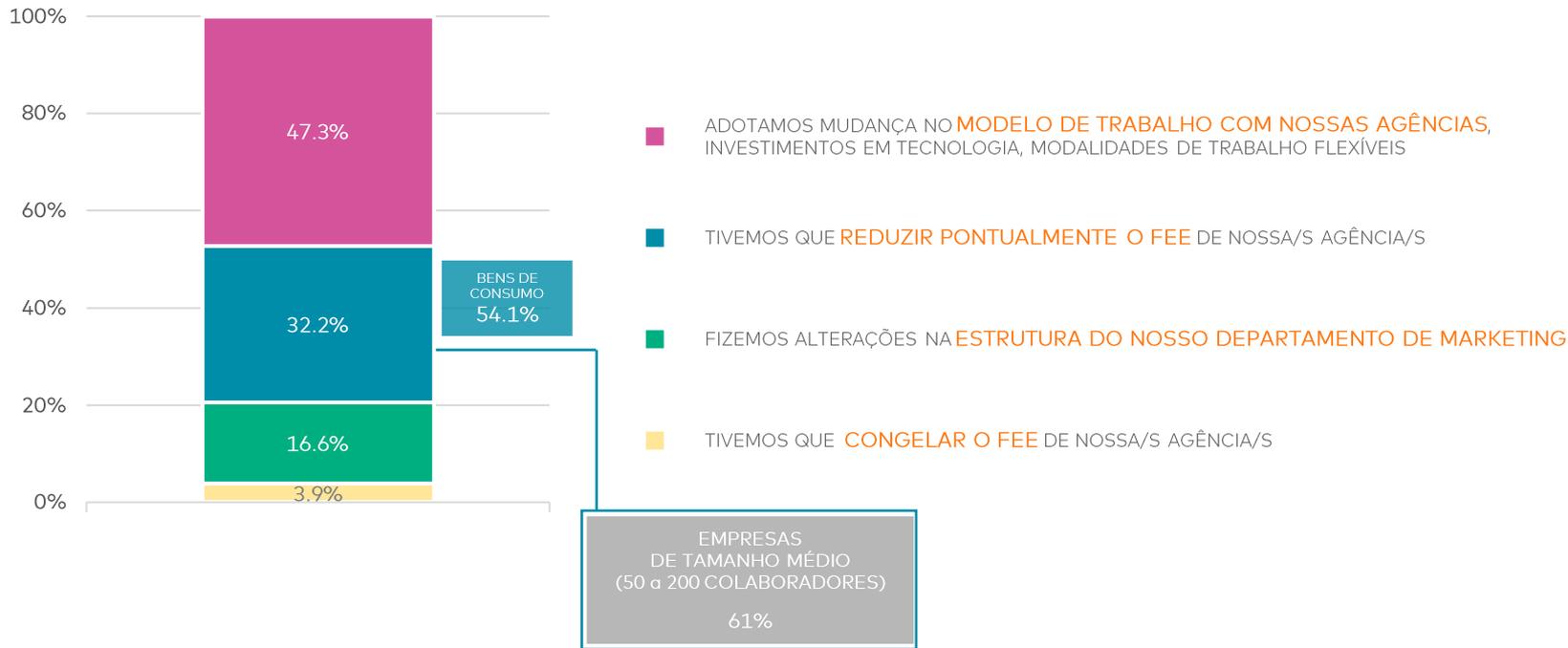
VOCÊ ACREDITA QUE O COVID-19 MUDOU AS RELAÇÕES ENTRE MARCAS E AGÊNCIAS? (CRIATIVA E/OU DE MÍDIA)?



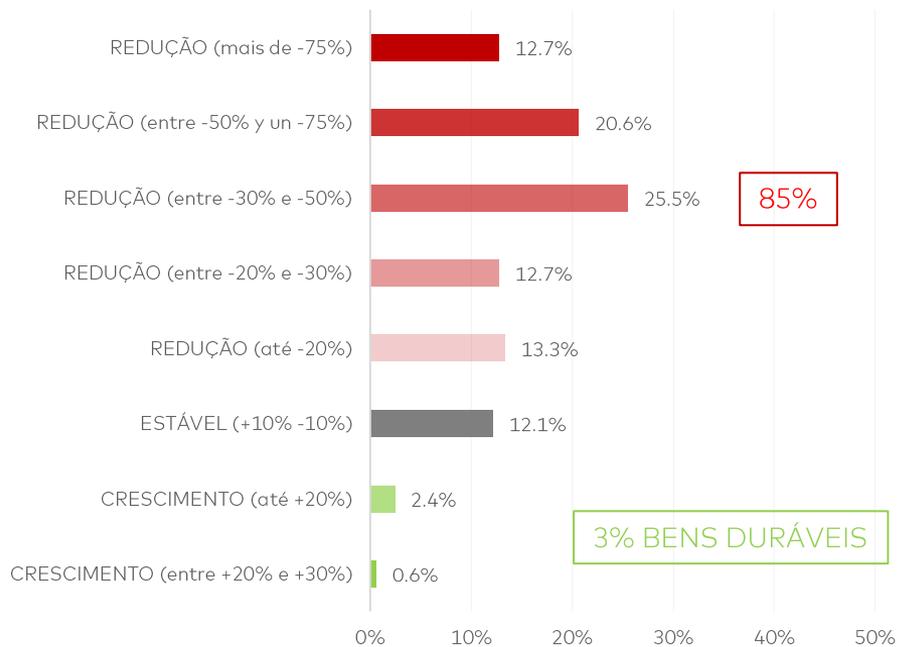
QUAIS FORAM AS MUDANÇAS MAIS IMPORTANTES?



INDIQUE O PRINCIPAL MUDANÇA QUE ACONTECEU EM SUA EMPRESA



QUANTO SEU ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE MUDOU POR CAUSA DO IMPACTO DO COVID-19?



-39.2%
VARIÇÃO MÉDIA NA REGIÃO

VARIÇÃO MÉDIA POR SETOR

Bens Duráveis	Varejo	Serviços	Sociais e Divulgação
-47.0%	-34.8%	-37.5%	-53.8%

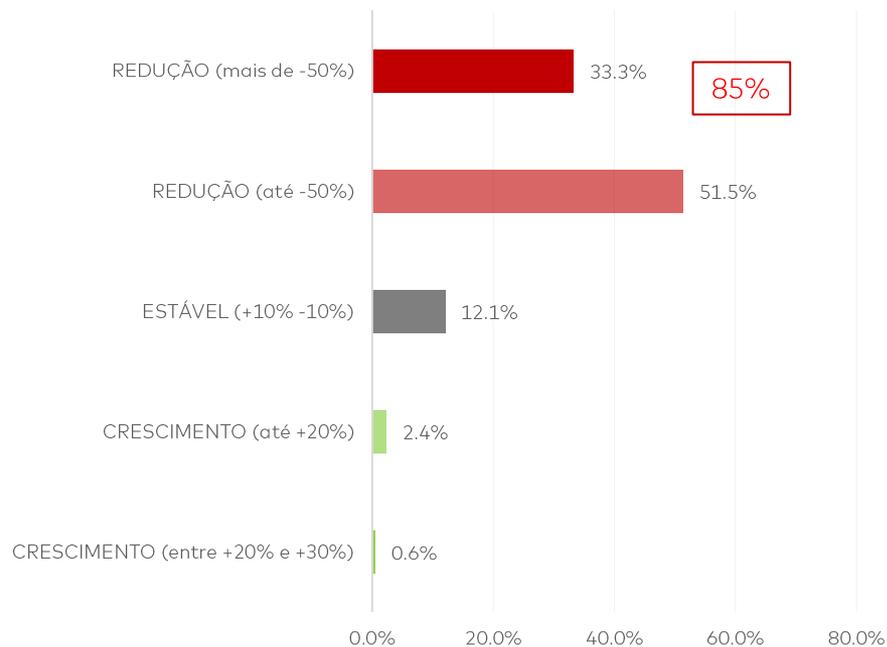
BENS DURÁVEIS: Eletrodomésticos, Automóvel, Industrial e Agrícola, Artigos Pessoais, Têxtil, Esporte e Lazer, Equipamento de Escritório e Informática.

VAREJO: Alimentação, Bebidas, Beleza, Perfumaria e Higiene, Limpeza, Tabacos e Farmacia.

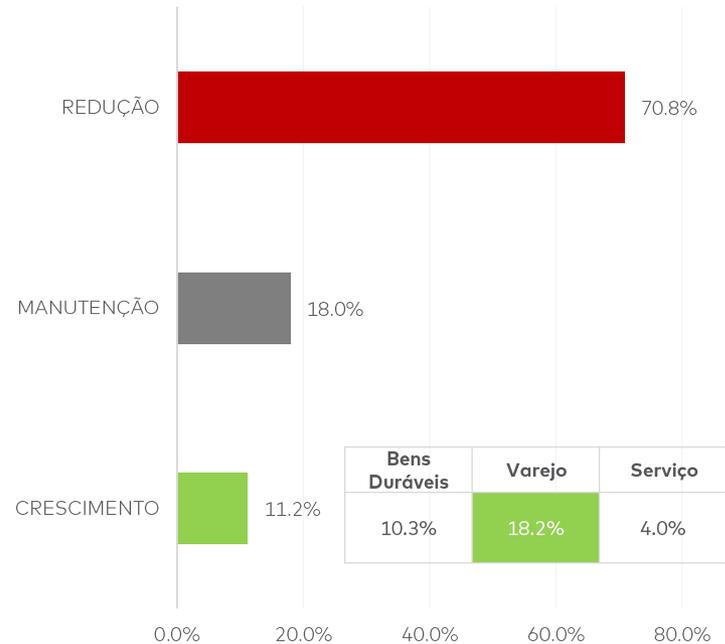
SERVIÇOS: Finanças e Seguros, Telecomunicações e .com, Serviços Públicos e Privados, Transportes, Viagens e Turismo, Distribuição e Logística, Energia, Construção, Cultura e Mídia, Loterias e Jogos de Azar.

SOCIAIS E DIVULGAÇÃO: Administração Pública, Associações e ONGs.

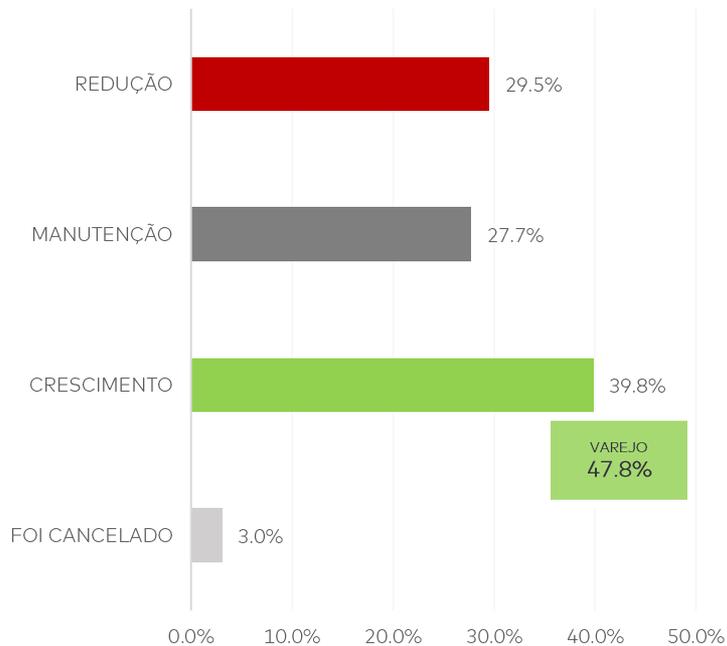
IMPACTO NO ORÇAMENTO



IMPACTO NO NEGÓCIO/ VENDAS



QUAL FOI O IMPACTO NA CARGA DE TRABALHO COM SUAS AGÊNCIAS?



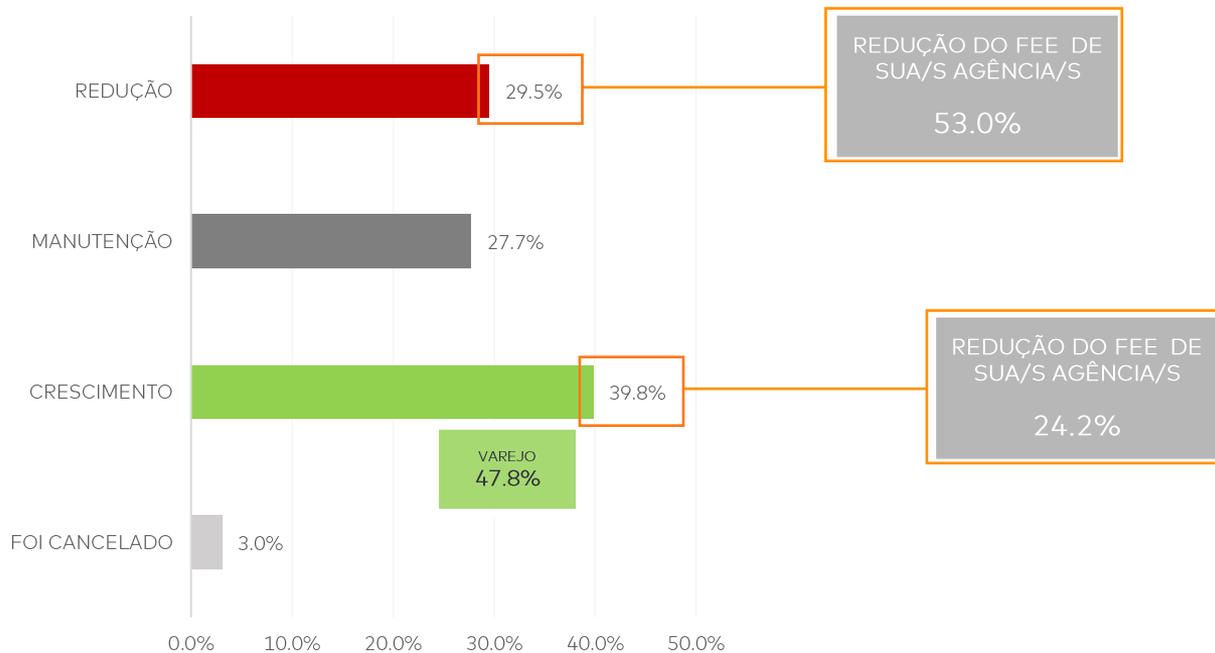
REDUÇÃO DO FEE DE SUA/S AGÊNCIA/S

45.6%
reduziu a carga de trabalho

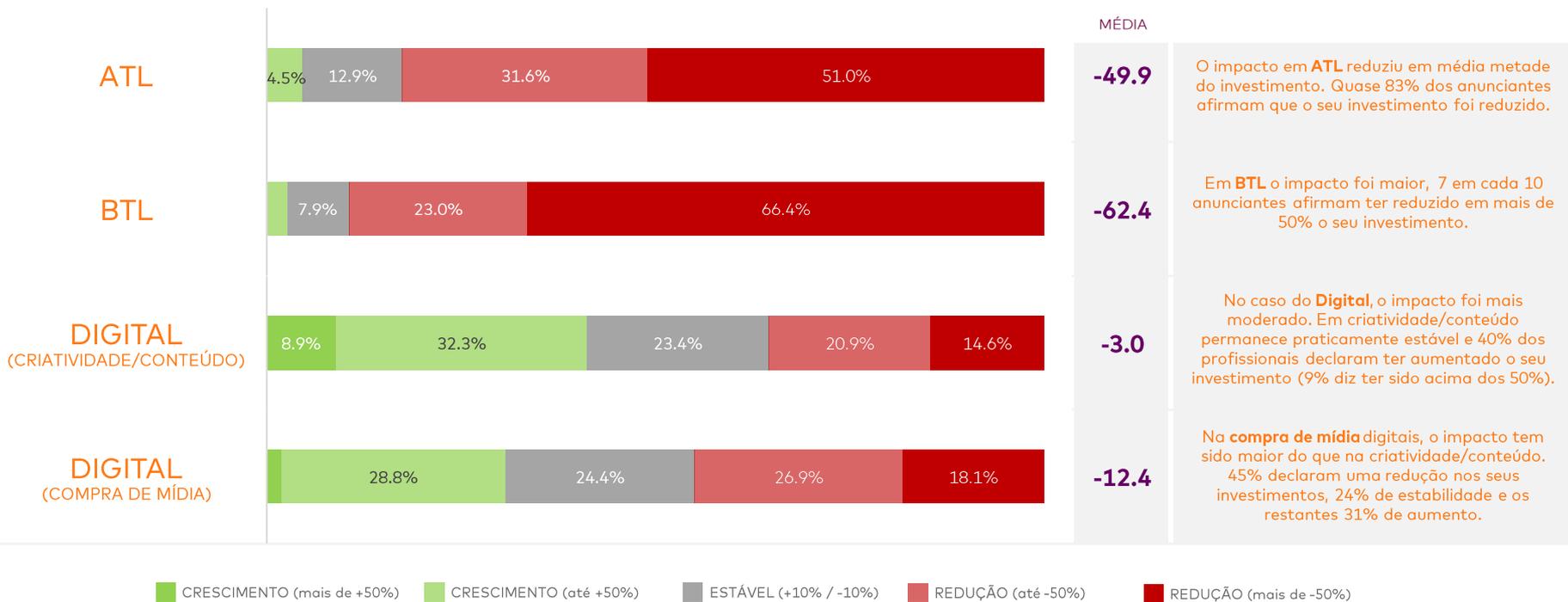
21.1%
manteve a carga de trabalho

28.1%
cresceu a carga de trabalho

QUAL FOI O IMPACTO NA CARGA DE TRABALHO COM SUAS AGÊNCIAS?



COMO FOI O IMPACTO POR DISCIPLINAS?

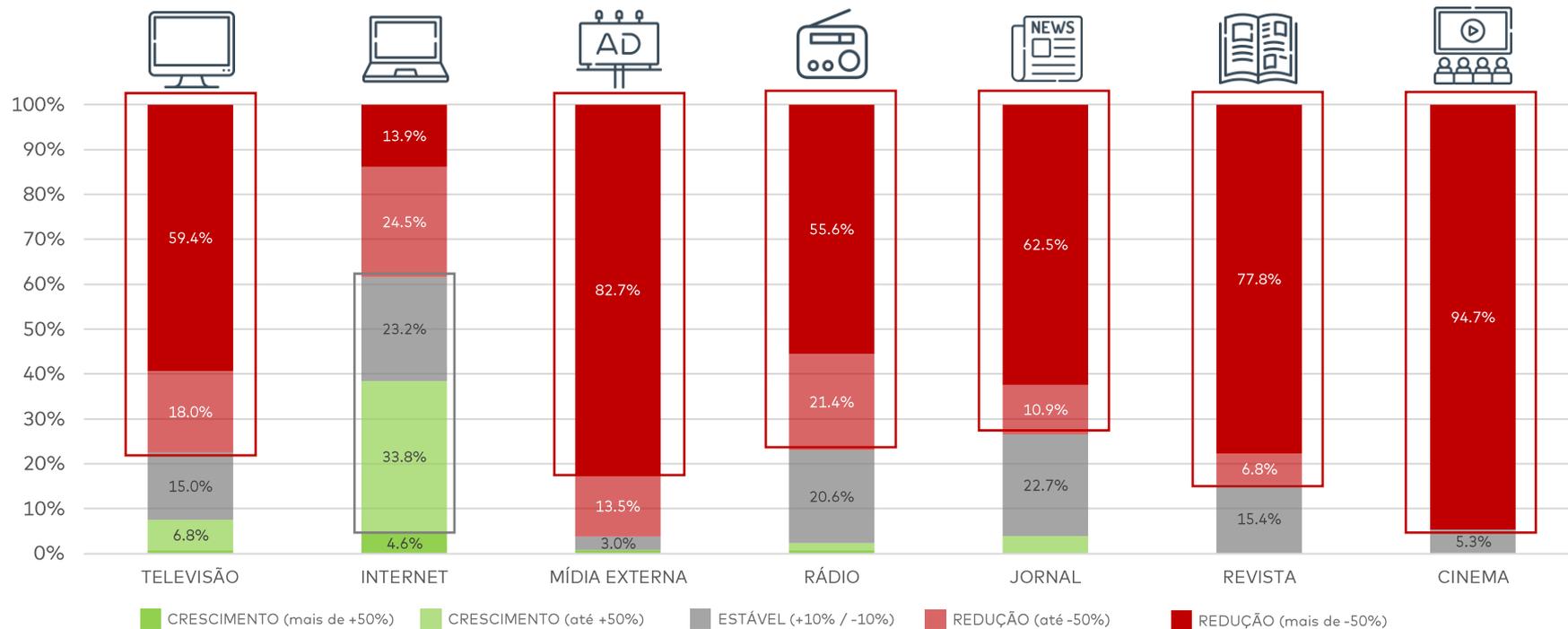


VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR DISCIPLINA: IMPACTO POR SETOR

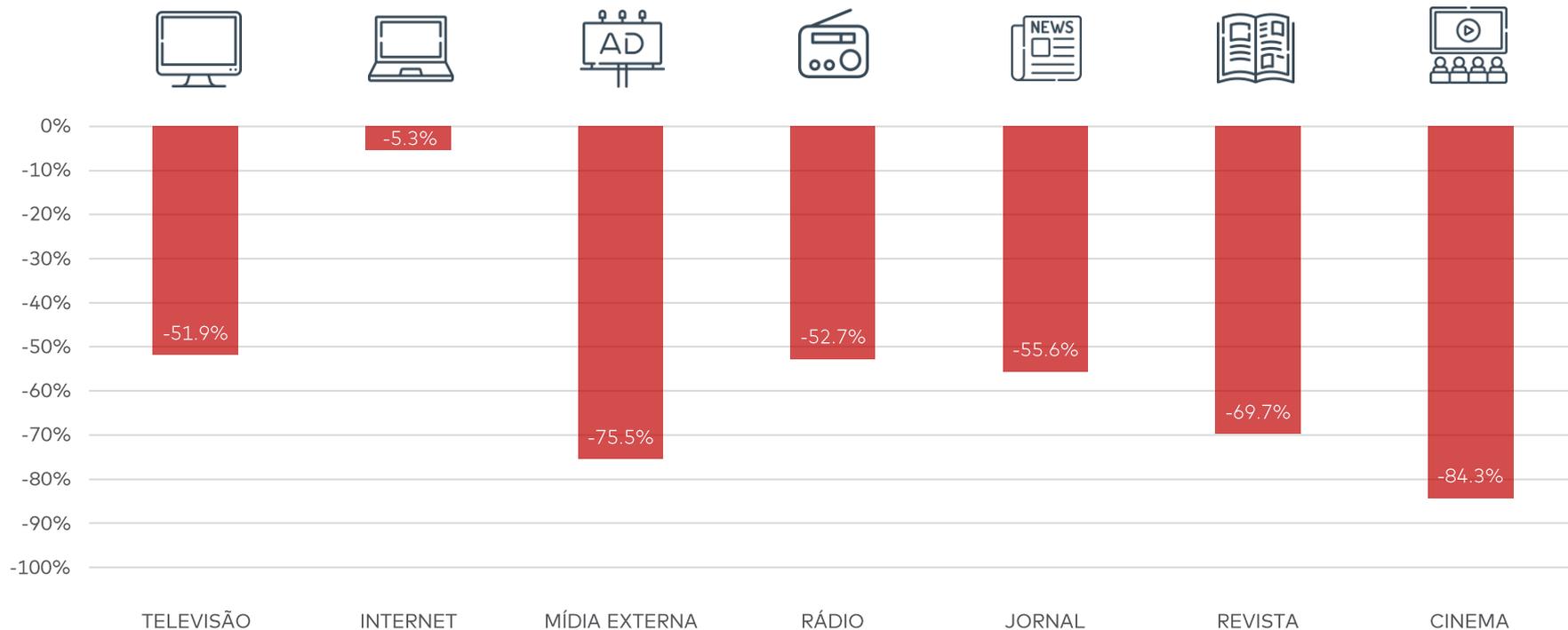
DISCIPLINA	MÉDIA	SETOR			
		BENS DURÁVEIS	VAREJO	SERVIÇO	SOCIAIS E DIVULGAÇÃO
ATL	-49.9	-62.4	-44.6	-46.3	-60.0
BTL	-62.4	-70.1	-68.1	-47.8	-90.0
DIGITAL (CRIATIVIDADE/CONTEÚDO)	-3.0	2.6	-4.2	-2.4	-28.3
DIGITAL (COMPRA DE MÍDIA)	-12.4	-4.9	-7.8	-19.1	-49.2

■ CRESCIMENTO (mais de +50%)
 ■ CRESCIMENTO (até +50%)
 ■ ESTÁVEL (+10% / -10%)
 ■ REDUÇÃO (até -50%)
 ■ REDUÇÃO (mais de -50%)

QUAL FOI O IMPACTO DA VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR MEIO?



VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR MEIO: MÉDIA



VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR MEIO: IMPACTO POR SETOR

MEIO	SETOR			
	BENS DURÁVEIS	VAREJO	SERVIÇO	SOCIAIS E DIVULGAÇÃO
 TELEVISÃO	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)
 INTERNET	Estável (+10% / -10%)	Estável (+10% / -10%)	Estável (+10% / -10%)	Redução (até -50%)
 MÍDIA EXTERNA	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)
 RÁDIO	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)
 JORNAL	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)
 REVISTA	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)
 CINEMA	Redução (mais de -50%)	Redução (até -50%)	Redução (até -50%)	Redução (mais de -50%)

■ CRESCIMENTO (mais de +50%)
 ■ CRESCIMENTO (até +50%)
 ■ ESTÁVEL (+10% / -10%)
 ■ REDUÇÃO (até -50%)
 ■ REDUÇÃO (mais de -50%)

BLOCO B

Expectativas de Evolução

QUANDO VOCÊ ACHA QUE O INVESTIMENTO EM PUBLICIDADE SERÁ RETOMADO?

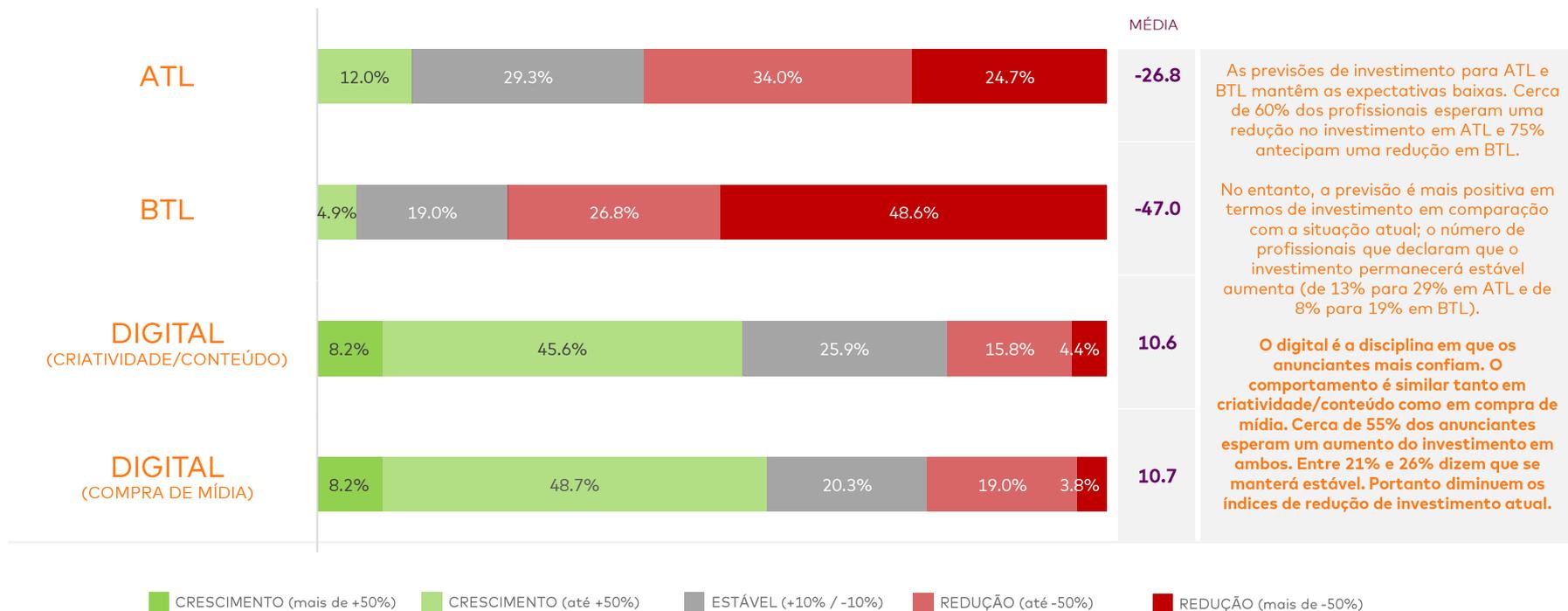
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
2020								8.5%	8.5%	14.0%	4.9%	4.9%
								1 MES	2 MESES	3 MESES	4 MESES	5 MESES
										41%		
2021	17.7%	6.1%	9.8%	4.9%	0.6%	2.4%	3.7%	0.6%	--	0.6%	1.2%	17.7%
	6 MESES	7 MESES	8 MESES	9 MESES	10 MESES	11 MESES	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 em média para a retomada

Os principais anunciantes na América Latina são otimistas em termos de investimento e recuperação, **41%** estão confiantes de que a indústria voltará sua retomada no **segundo semestre** de 2020 e 86% preveem que teremos uma situação normal em 12 meses, no máximo.

NOTA: Foi indicado AGOSTO como data possível de início da recuperação.

NA SUA VISÃO, QUAL SERÁ A TENDÊNCIA DE INVESTIMENTO NO SEGUNDO SEMESTRE DO ANO?

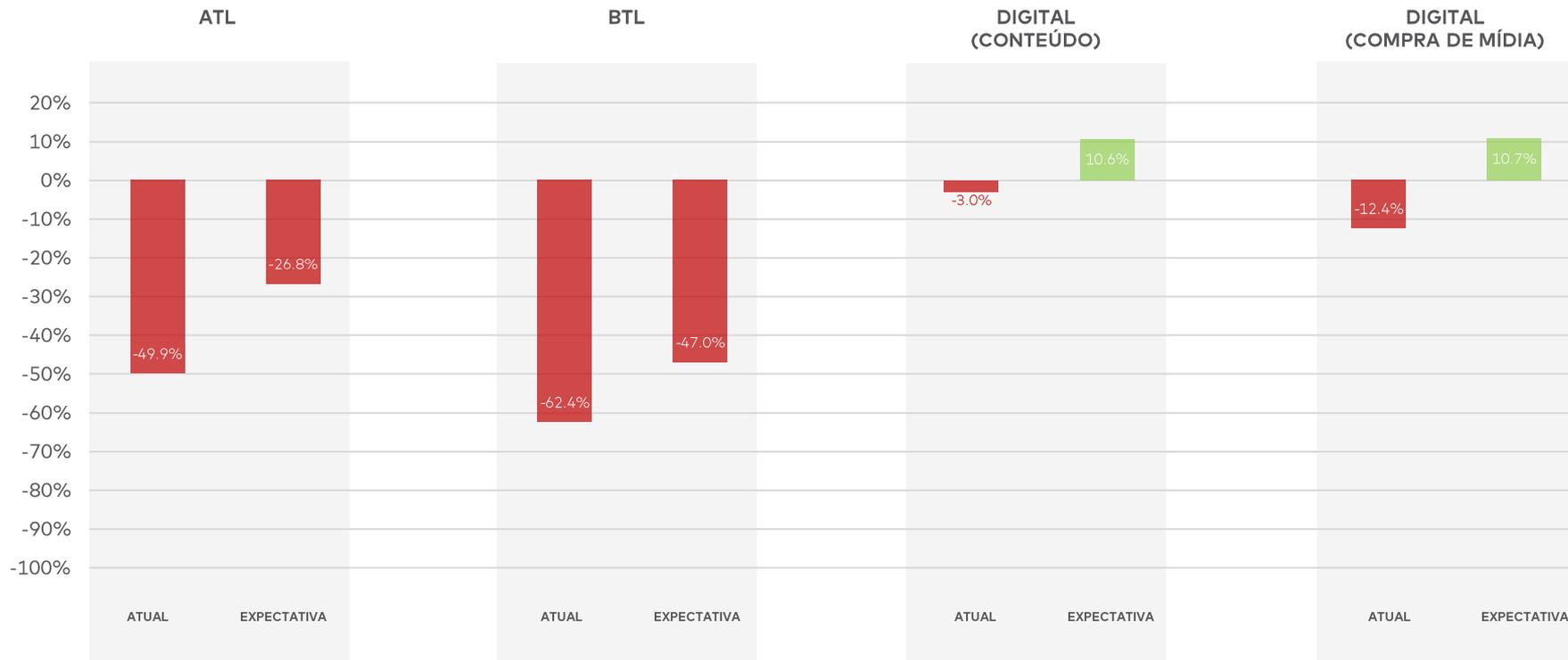


EXPECTATIVA DE INVESTIMENTO NO SEGUNDO SEMETRE DO ANO: ATIVIDADE POR SETOR

DISCIPLINA	MÉDIA	SETOR			
		BENS DURÁVEIS	VAREJO	SERVIÇO	SOCIAL E DIVULGAÇÃO
ATL	-26.8	-32.2	-21.7	-29.5	-26.0
BTL	-47.0	-59.6	-46.6	-38.2	-51.3
DIGITAL (CRIATIVIDADE/CONTEÚDO)	10.6	12.8	7.3	14.3	1.7
DIGITAL (COMPRA DE MÍDIA)	10.7	14.6	9.8	10.5	-2.5

■ CRESCIMENTO (mais de +50%)
 ■ CRESCIMENTO (até +50%)
 ■ ESTÁVEL (+10% / -10%)
 ■ REDUÇÃO (até -50%)
 ■ REDUÇÃO (mais de -50%)

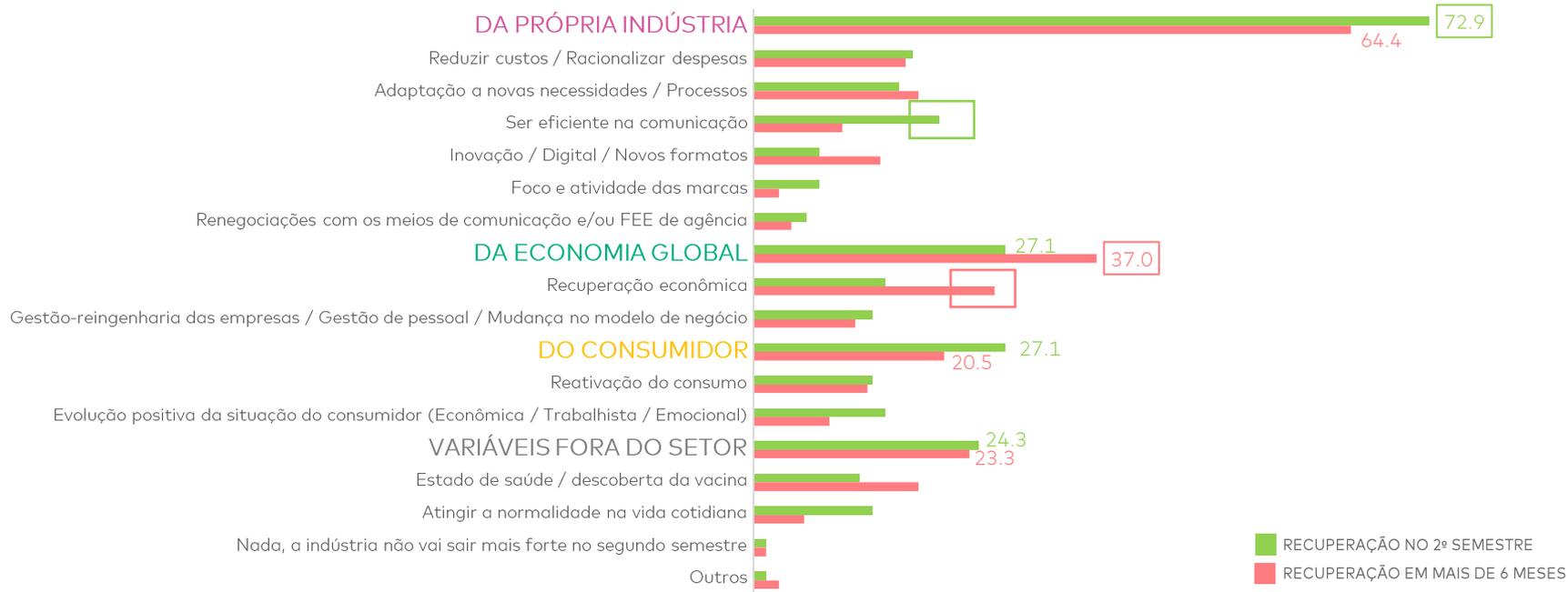
TENDÊNCIA DE INVESTIMENTO ATUAL vs. EXPECTATIVAS: MÉDIA

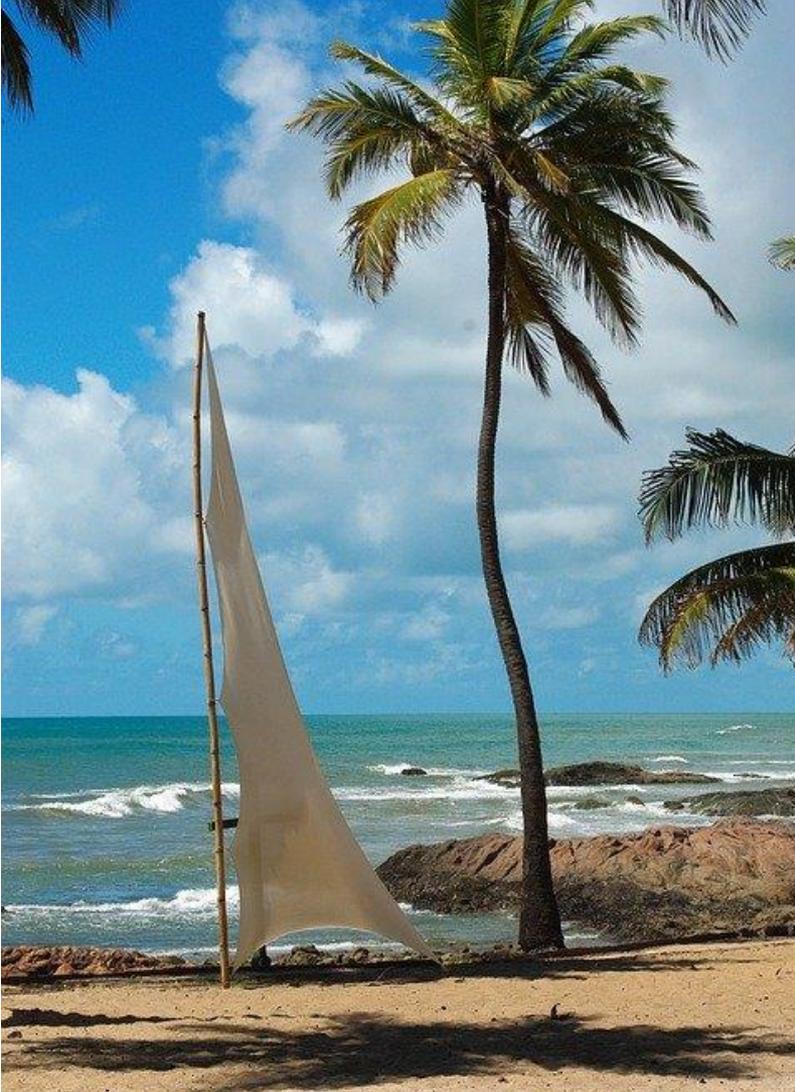


O QUE PODE CONTRIBUIR PARA QUE A INDÚSTRIA PUBLICITÁRIA CONSIGA SAIR MAIS FORTE E ENFRENTAR O SEGUNDO SEMESTRE DE 2020 DE FORMA MAIS OTIMISTA?



O QUE PODE CONTRIBUIR PARA QUE A INDÚSTRIA PUBLICITÁRIA CONSIGA SAIR MAIS FORTE E ENFRENTAR O SEGUNDO SEMESTRE DE 2020 DE FORMA MAIS OTIMISTA?

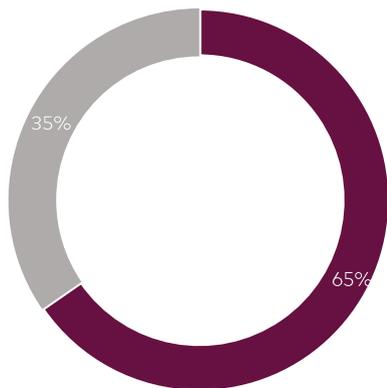




ANÁLISE BRASIL

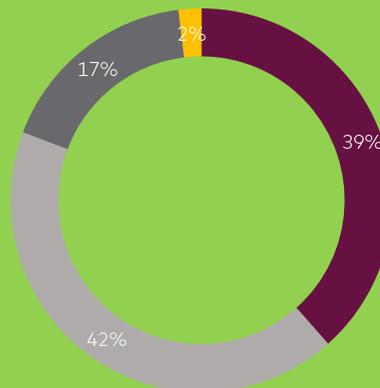


52 empresas participantes



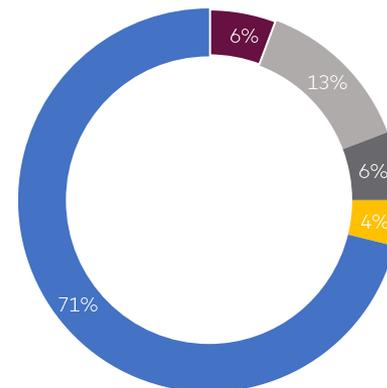
■ MULTNACIONAIS ■ NACIONAIS

Setor de atividade



■ VAREJO
■ SERVIÇOS
■ BENS DURÁVEIS
■ SOCIAIS-DIVULGAÇÃO

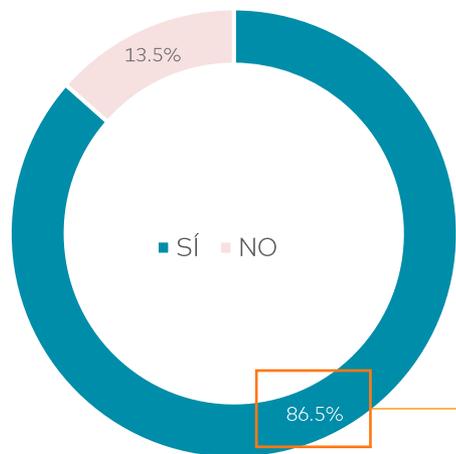
Número de colaboradores



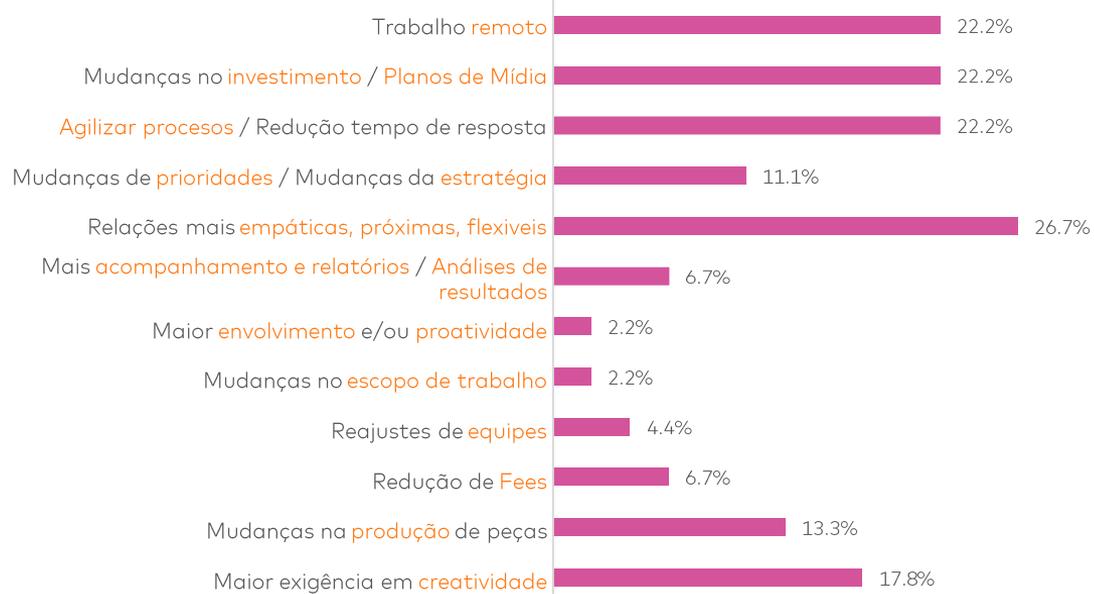
■ De 0 a 49 ■ De 50 a 199
■ De 200 a 499 ■ De 500 a 999
■ Acima de 1.000



VOCÊ ACREDITA QUE O COVID-19 MUDOU AS RELAÇÕES ENTRE MARCAS E AGÊNCIAS? (CRIATIVA E/OU DE MÍDIA)?

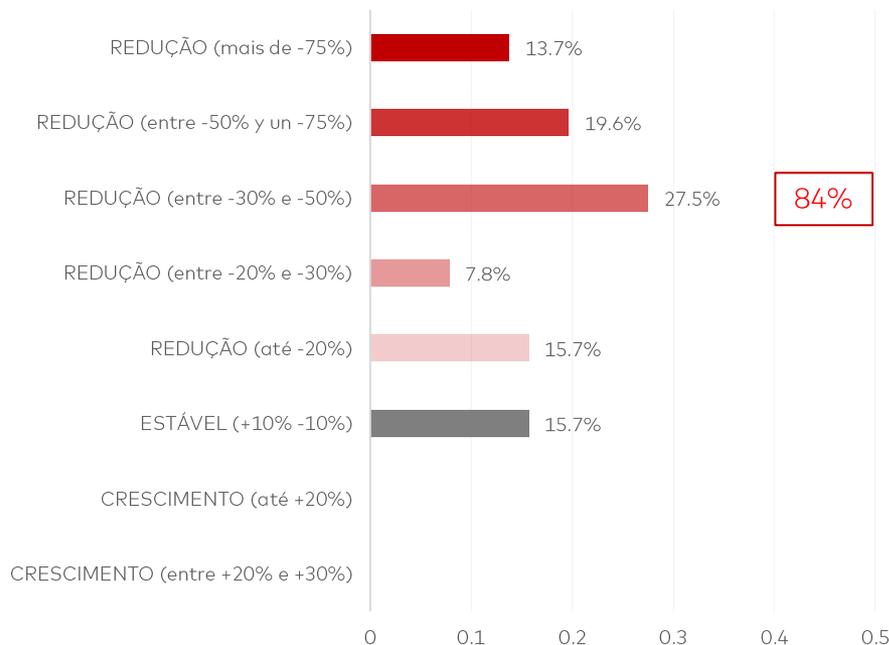


QUAIS FORAM AS MUDANÇAS MAIS IMPORTANTES?





QUANTO SEU ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE MUDOU POR CAUSA DO IMPACTO DO COVID-19?



84%

-39.9 %
VARIÇÃO MÉDIA NO BRASIL

VARIÇÃO MÉDIA POR SETOR

Bens Duráveis	Varejo	Serviços	Sociais e Divulgação
-39.1%	-45.6%	-32.7%	-90.0%

BENS DURÁVEIS: Eletrodomésticos, Automóvel, Industrial e Agrícola, Artigos Pessoais, Têxtil, Esporte e Lazer, Equipamento de Escritório e Informática.

VAREJO: Alimentação, Bebidas, Beleza, Perfumaria e Higiene, Limpeza, Tabacos e Farmacia.

SERVIÇOS: Finanças e Seguros, Telecomunicações e .com, Serviços Públicos e Privados, Transportes, Viagens e Turismo, Distribuição e Restauração, Energia, Construção, Cultura e Mídia, Loterias e Jogos de Azar.

SOCIAIS E DIVULGAÇÃO: Administração Pública, Associações e ONGs.



QUANTO SEU ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE MUDOU POR CAUSA DO IMPACTO DO COVID-19?

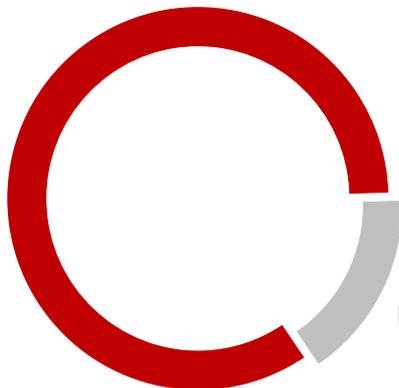


-39.9%
VARIÇÃO MÉDIA NO
MERCADO



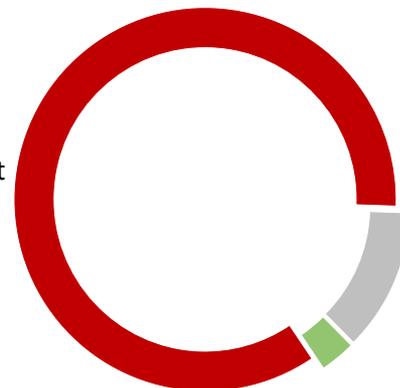
-39.2%
VARIÇÃO GLOBAL
LATAM

84%
Redução Invest
Public. (>10%)



16%
Estabilização
(-10% +10%)

85%
Redução Invest
Public. (>10%)



12%
Estabilização
(-10% +10%)

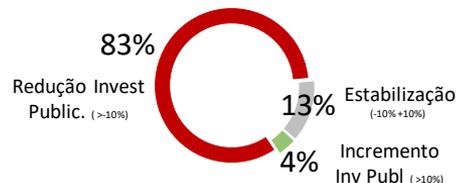
3%
Crescimento Invest
Public. (>10%)



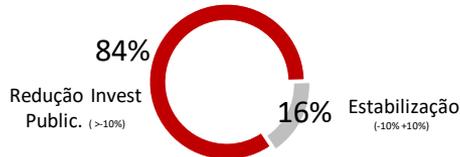
QUANTO SEU ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE MUDOU POR CAUSA DO IMPACTO DO COVID-19?



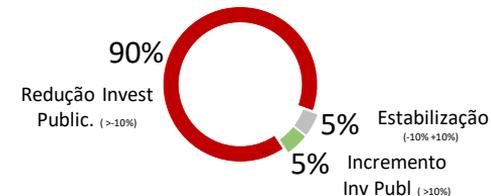
-37.1 %
VARIÇÃO MÉDIA
NA ARGENTINA



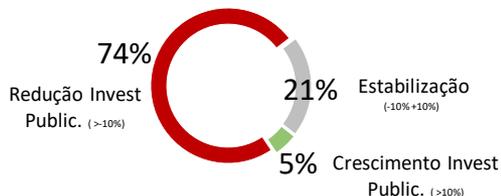
-39.9 %
VARIÇÃO MÉDIA
NO BRASIL



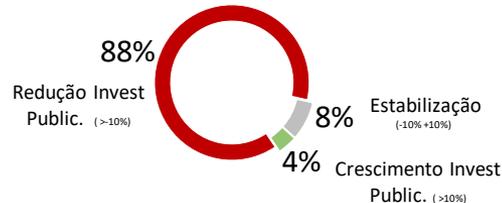
-42.4 %
VARIÇÃO MÉDIA
NA COLOMBIA



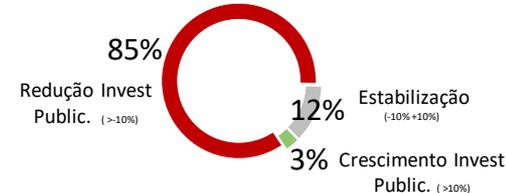
-28.7 %
VARIÇÃO MÉDIA
NO MEXICO



-42.2 %
VARIÇÃO MÉDIA
NO PERU

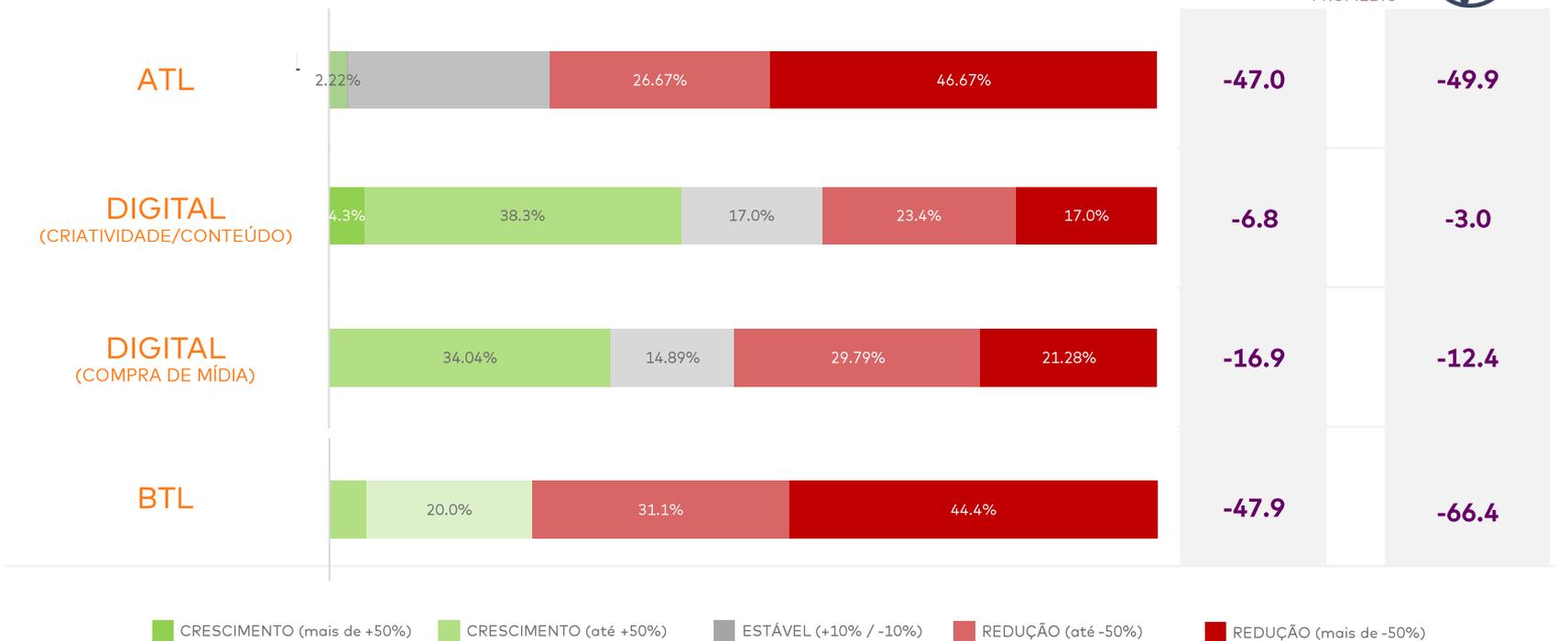


-39.2 %
VARIÇÃO GLOBAL
LATAM



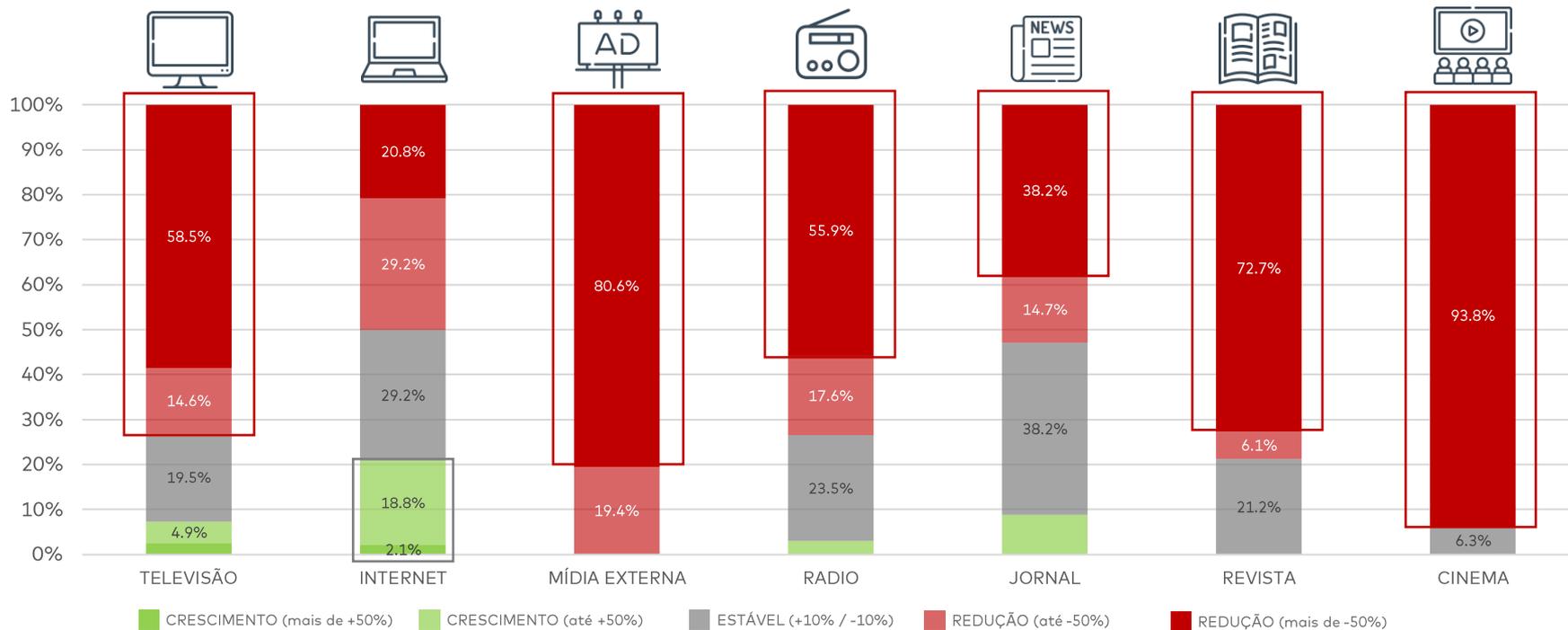


COMO FOI O IMPACTO POR DISCIPLINAS?



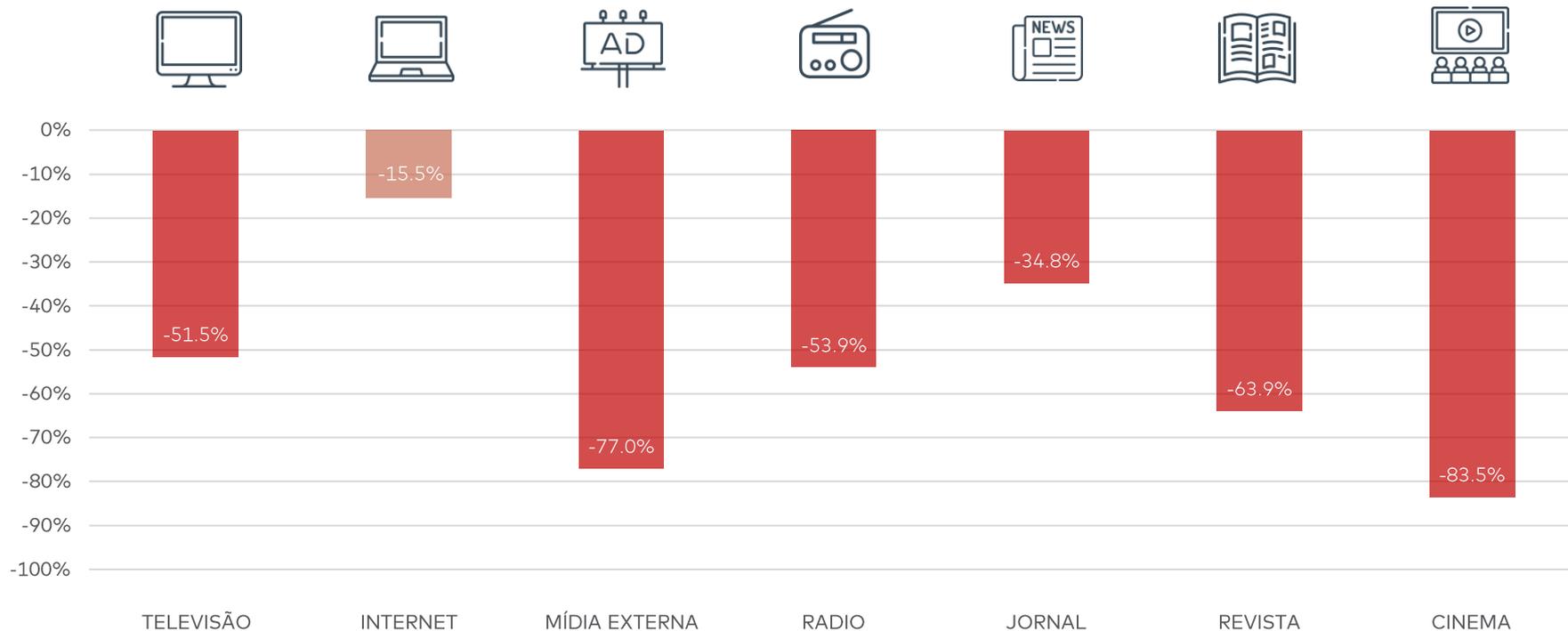


QUAL FOI O IMPACTO DA VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR MEIO?



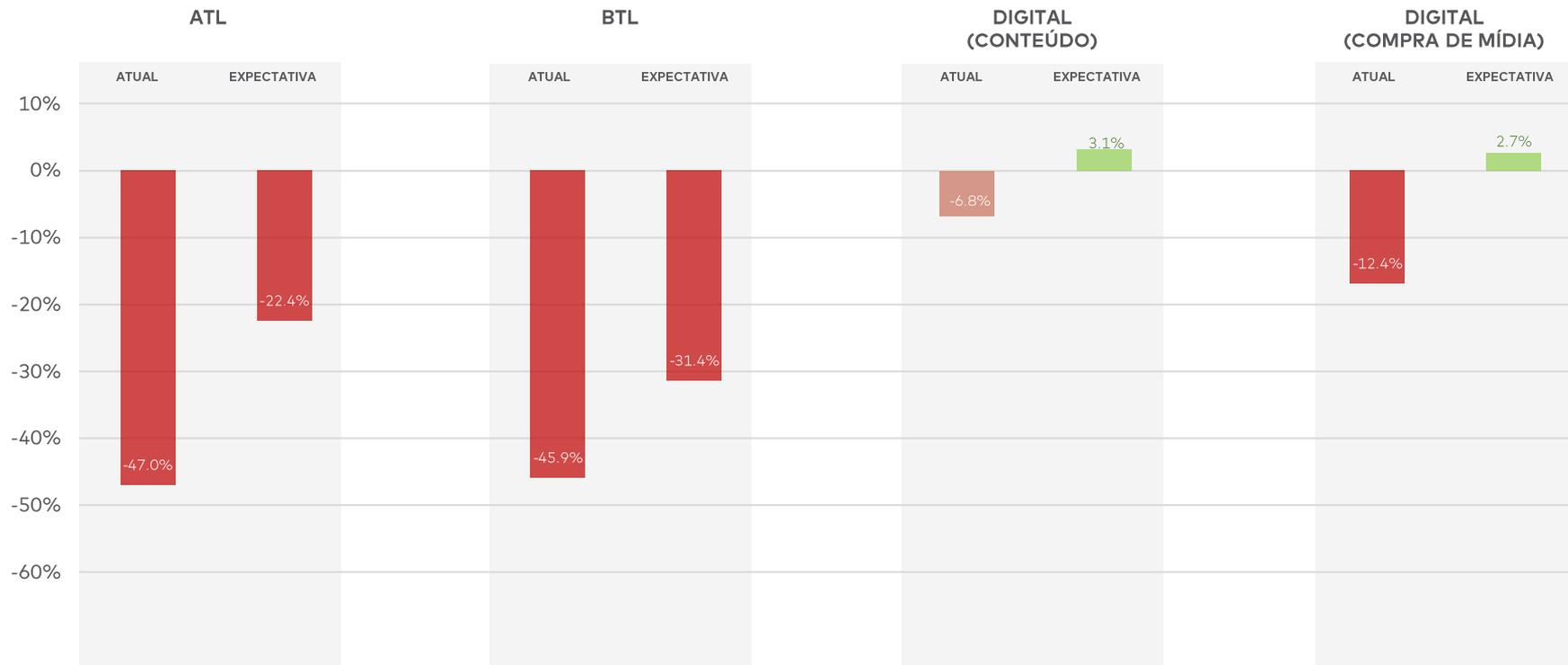


VARIAÇÃO DO INVESTIMENTO POR MEIO: MÉDIA





TENDÊNCIA DE INVESTIMENTO ATUAL vs. EXPECTATIVAS: MÉDIA





QUANDO VOCÊ ACHA QUE O INVESTIMENTO EM PUBLICIDADE SERÁ RETOMADO?



6.1 meses



5.7 meses

2020

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
								17.7%	5.9%	11.8%	3.9%	9.8%
								1 MES	2 MESES	3 MESES	4 MESES	5 MESES
								49%				

2021

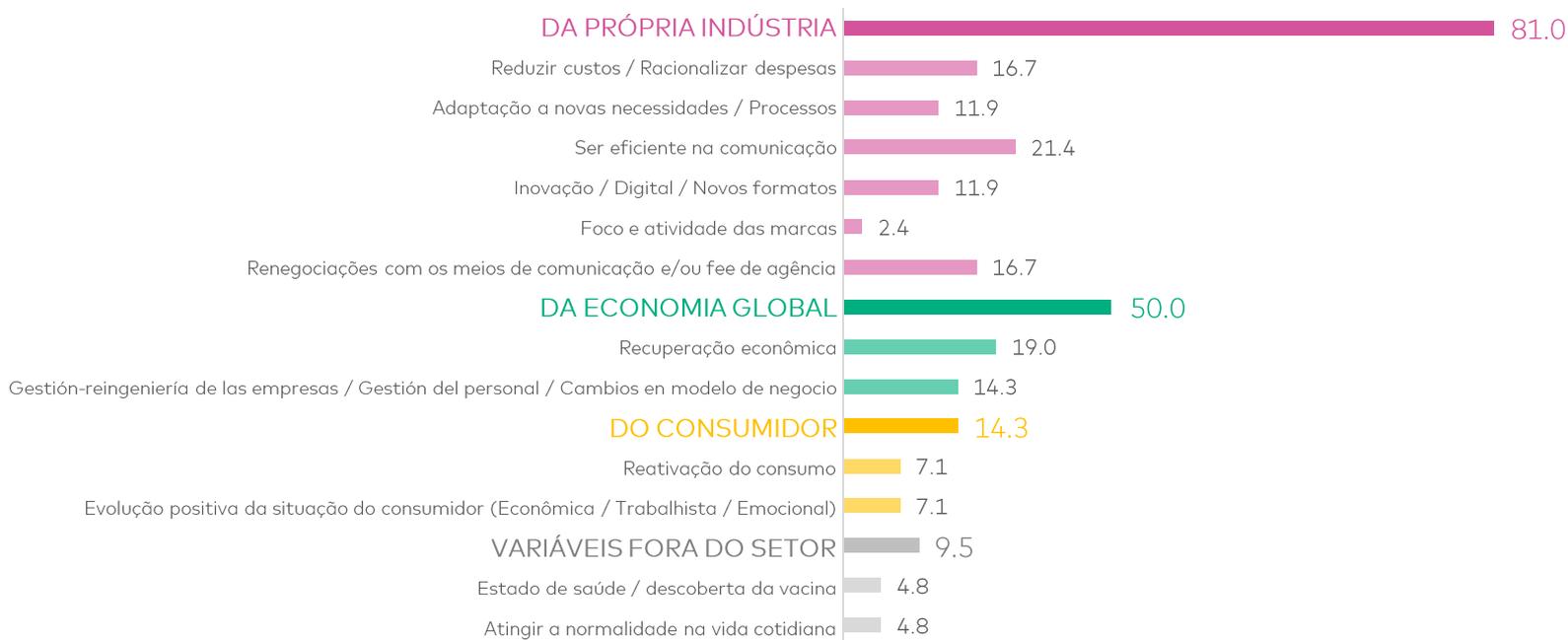
	13.7%	3.9%	11.8%	7.8%	--	2.0%	5.9%	--	--	--	--	--
	6 MESES	7 MESES	8 MESES	9 MESES	10 MESES	11 MESES	12 MESES	13 MESES	14 MESES	15 MESES	16 MESES	17 MESES

2022

	3.9%	2.0%	
	18 MESES	19 MESES	



O QUE PODE CONTRIBUIR PARA QUE A INDÚSTRIA PUBLICITÁRIA CONSIGA SAIR MAIS FORTE E ENFRENTAR O SEGUNDO SEMESTRE DE 2020 DE FORMA MAIS OTIMISTA?



CREDENCIAIS



Empresa que oferece
**Knowledge for
Creative Transformation**



SCOPEN · Modelo de Negocio

PENSAMENTO

Aconselhamos e orientamos os nossos clientes sobre questões que envolvem estratégias de evolução na transformação da economia criativa, aplicando a inteligência obtida através dos nossos próprios dados combinados com a nossa visão internacional.



EXCELÊNCIA

Aconselhamos e coordenamos eventos e prêmios no ambiente criativo, celebrando a excelência em criatividade, inovação, eficácia e reconhecimento profissional, enriquecendo relações e experiências e sempre ambicionando a criação de mais valor.

CONHECIMENTO

Metodologias que nos fornecem inteligência e dados capazes de impulsionar os negócios dos nossos clientes na indústria criativa.

12 MERCADOS

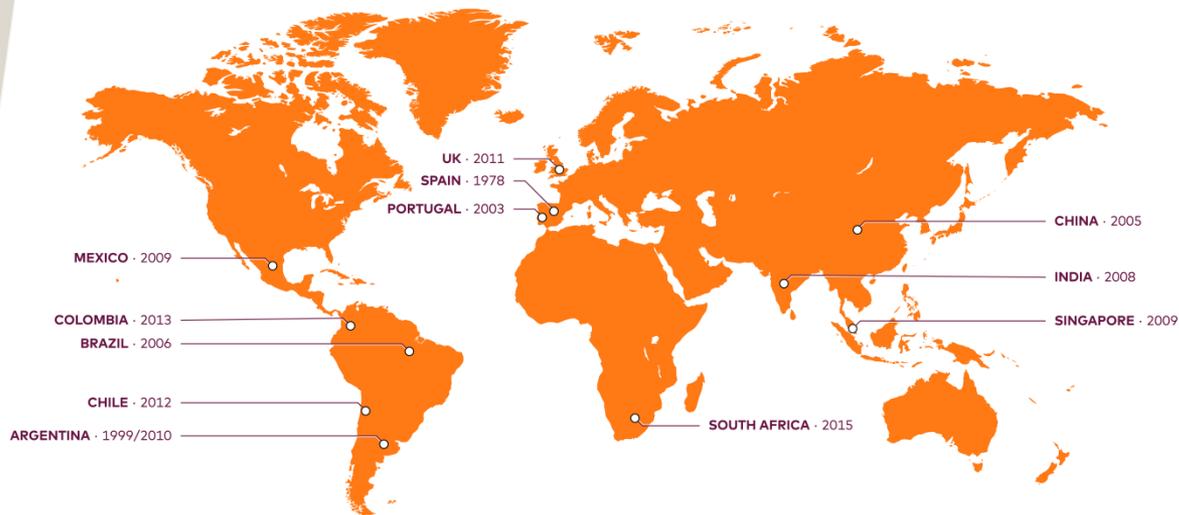
27 anos de experiência em 12 países.

2.500+ MARKETERS

Entrevistas detalhadas com mais de 2.500 profissionais de marketing todos os anos.

8.000+ RELATIONSHIPS

Análise e acompanhamento de mais de 8.000 relacionamentos de marketing e agência em todo o mundo.



250+ GLOBAL BRANDS

Parceria na evolução e crescimento de mais de 250 marcas globais.

500+ AGENCIAS

Assessoria estratégica para agências e profissionais de marketing para aumentar sua visibilidade e envolvimento nos principais eventos do setor de comunicações.

Obrigada!

Para mais informação contatar com:

Graziela Di Giorgi: gdigiorgi@scopen.com

Ximena Tapias: xitapias@cablenet.co

César Vacchiano: cvacchiano@scopen.com

SCOPEN.COM

MASCARTAGENA.CO



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