

## DOCUMENTOS SELECCIÓN LA FEDE. NÚMERO 12

## INFORMES Y ESTUDIOS

## Navegante en la Red. AIMC



El estudio anual sobre el uso de internet en España realizado por AIMC descubre, como siempre, algunas tendencias interesantes para el mundo del marketing. Algunas son muy preocupantes, **como que el que casi el 60% de los encuestados utilice un bloqueador de publicidad** y de ellos un 38% frecuentemente. Hecho que corre en paralelo a la sensación de ser espiado que tiene el 53%, probablemente asociada al retargeting. Por el contrario, sigue subiendo el comercio electrónico y el 77% ha hecho alguna compra por internet en el último mes. Interesante que un 40% de los entrevistados que accede a Internet a través del televisor lo hace todos o casi todos los días.

## Agency Scope 2017. Scopen

[Este es el resumen](#) que se presentó a prensa y público en general del Estudio de Agencias de Scopen 2016. Además de la ya comentada en medios contradicción entre la satisfacción de los anunciantes con sus agencias y el descenso de la forma en que, en su opinión contribuyen al negocio, el estudio está lleno de **conclusiones interesantes sobre cómo está evolucionando lo que los anunciantes piden a su agencia ideal, creativa o de medios.**



## TENDENCIAS

### Tendencias digitales: las predicciones de Ogilvy

Las predicciones de Ogilvy para cada nuevo año en materia digital, se han convertido en un clásico. Además, con el clásico humor británico, suelen examinar en qué acertaron y se equivocaron en la predicción anterior, por exceso o por defecto, un detalle que sin duda es de agradecer, y que viene a confirmar lo difícil que es predecir con acierto siquiera los siguientes doce meses en materia de medios y marketing digital.

La presentación está en inglés en este enlace a Slideshare:

<https://www.slideshare.net/socialogilvy/key-digital-trends-for-2017>

### Cultura y empresa, cada vez más cerca

Con motivo del II Foro **Cultura Empresa**, en el que colaboró LA FEDE, se presentaron los [resultados de la encuesta](#) con la que se quiere pulsar la relación entre ambas. Está diseñada y comentada por Pedro Antonio García, un experto en investigación de mercados que tuvo diversas y altas responsabilidades en Coca-Cola (entre ellas la de director de Comunicación y de la Fundación Coca-Cola). Ahora participa en ActúaEmpresa y es consultor a través de Ítaca Consulting. Nuestros asociados fueron uno de los colectivos participantes. "Si hubiera que resumir las conclusiones -dice el informe- sobre los resultados de la II Encuesta, habría que subrayar que casi unánimemente se considera la **colaboración entre empresas y cultura como beneficiosa para los objetivos de ambas partes**, siendo al tiempo esa colaboración beneficiosa para la sociedad. Otra conclusión es que las empresas ven en las artes aportadores netos de contenidos para trasladar sus mensajes".

### Cómo van a cambiar las Redes Sociales en 2017, según Kantar

[Este informe](#) de dieciocho páginas se aventura en lo que podemos esperar de la evolución de las redes sociales resumido en ocho puntos. A veces sus predicciones van un poco más allá de las citadas redes pues más bien afectan a todo el ecosistema del comercio electrónico. Snapchat, Pinterest, Influencers...

## Entrevista a un premio Nobel: cómo las emociones afectan a la empresa

Dos décadas de descubrimientos en el mundo de la neurociencia y la psicología del comportamiento deberían haber cambiado muchas cosas en el mundo de la empresa y especialmente en el del marketing, pero parece que los cambios van despacio. Por eso es significativo que [McKinsey entreviste a un premio Nobel](#), Eric Maskin para que hable del tema. En inglés.

## LEGISLACIÓN

### Evolución de la nueva directiva de servicios audiovisuales de la UE

Nuestro asesor legal, José de Cominges, ha elaborado un [breve documento](#) acerca de las novedades que pueden esperarse de la nueva directiva en materia de **servicios audiovisuales** que se está elaborando en Bruselas. Cuando se apruebe, tendrá que ser traspuesta a nuestra legislación. Temas como protección de la infancia, publicidad de bebidas alcohólicas, pueden suponer nuevas dificultades. Sin embargo, parece que se flexibilizarán otros asuntos como la cuota de publicidad, el branded content y el emplazamiento de producto y las interrupciones en televisión. **También hay una apuesta clara por la auto y la coregulación.**

## PROSPECTIVA

### Cómo evolucionará el e-commerce en 2017

Más allá de los espectaculares crecimientos de dos dígitos (con cierta lógica desaceleración) que sigue experimentando el comercio electrónico, conviene profundizar en el fenómeno por sectores, dispositivos, etc. Es lo que han hecho Kanlli y Distribución Actualidad con el apoyo de entidades como Adigital, Club de Dirigentes de Comercio Electrónico y otras.

Estudio evolución y perspectivas  
de e-commerce para 2017

## Perspectivas económicas

Las perspectivas económicas son moderadamente positivas a comienzos de año para la actividad global y europea. **Para España son sin duda más positivas**, manteniendo la inercia del pasado año, siempre según las previsiones de la CEOE. En inglés.



ECONOMIC  
OUTLOOK