

23ª edición

# AGENCY SCOPE

ESPAÑA 2022/23

Un estudio bienal sobre tendencias en las relaciones anunciante-agencia  
y la percepción e imagen de las agencias y agentes especialistas  
en marketing y comunicación en España

9 de Febrero de 2023

PRESENTACION A LOS MEDIOS

SCOPEN.COM

# CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN
2. METODOLOGÍA
3. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS ANUNCIANTES
4. AGENCIAS CREATIVAS
5. AGENCIAS DE MEDIOS
6. PROFESIONALES, PREMIOS, CAMPAÑAS Y COMPAÑÍAS DESTACADAS
7. RANKINGS DE AGENCIAS

# 01.

## INTRODUCCIÓN



## Antecedentes y Objetivos

AGENCY SCOPE analiza la situación pasada, actual y futura de las **agencias creativas** y **agencias de medios** a partir de su conocimiento, percepción y valoración de sus clientes, prospectos y profesionales del sector.

El **PRINCIPAL OBJETIVO** de la investigación es conocer el mercado de las agencias, entender las necesidades de los clientes actuales y prever hacia donde van las tendencias en marketing-publicidad-comunicación.

El Estudio, se basa en las percepciones y valoraciones de aquellos colectivos relevantes en los **procesos de selección** y el **trabajo del día a día** con las agencias.

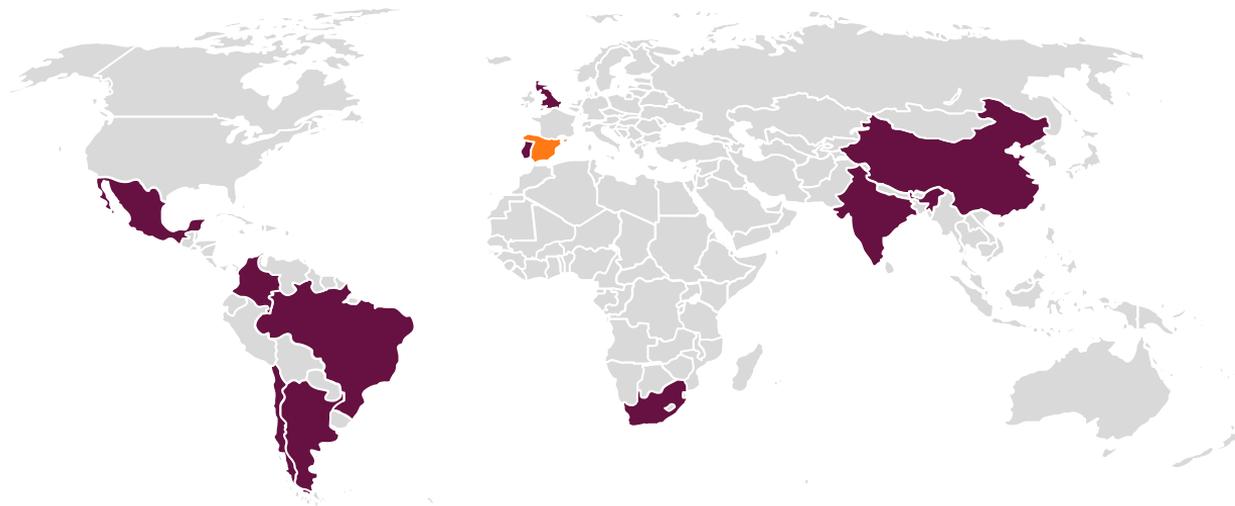
AGENCY SCOPE tiene en cuenta dos perfiles de profesionales: anunciantes y los profesionales del sector (que trabajan en **agencias creativas** y **agencias de medios** y los responsables comerciales de los medios de comunicación).

Con todas las respuestas analizadas (y aunando los datos de otros mercados y el expertise de **SCOPEN** realizando este Estudio) generamos **conclusiones estratégicas** que ayudan a las agencias suscriptoras a estar mejor preparadas para resolver las necesidades de sus clientes, ofrecer un mejor servicio y tomar decisiones para fidelizar a sus clientes y atraer talento.



## Presencia Internacional

AGENCY SCOPE 2022/23 es la vigésimo tercera edición del estudio en España que también se lleva a cabo en otros 10 mercados en cinco continentes (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Portugal, Reino Unido, China, India y Sudáfrica).



PAÍS	ÚLTIMA EDICIÓN
ARGENTINA	2021/22
BRASIL	2022/23
CHILE	2018/19
COLOMBIA	2022/23
MÉXICO	2021/22
ESPAÑA	2022/23
PORTUGAL	2021/22
REINO UNIDO	2021/22
CHINA	2021/22
INDIA	2018/19
SUDÁFRICA	2021/22

Ello nos permite incorporar datos internacionales que marcan las tendencias globales.

# 02.

## METODOLOGÍA



## Ficha Técnica

### Universo

- 800 **principales anunciantes** según datos de inversión de **InfoAdex**.
- Profesionales de las **principales agencias** (creativas y medios).

### Muestra

- **1.629 entrevistas** en total.
- **833 anunciantes**.
- **796 profesionales** (389 agencias creativas | 392 agencias de medios | 15 medios comunicación).

### Tipo de entrevista

- **Personal** a través de **videollamada** a partir de un cuestionario semiestructurado de más de **60 minutos de duración** (anunciantes) y entrevista autoadministrada de **15 minutos de duración** (profesionales).

### Fechas de trabajo de campo

- **Anunciantes**: del **20 de abril al 3 de octubre** de 2022.
- **Profesionales de Agencias**: del **26 de junio al 10 de octubre** de 2022.



(\*) Error muestral  $n=1629(\pm 3,5\%)$  si  $p=q=0,05$

En todo el informe (salvo que se indique expresamente) se marcan diferencias significativas (celdas y flechas) en color verde / rojo al 90% del nivel de significación

# PRESENTACIÓN A LOS MEDIOS | METODOLOGÍA

## 590 Compañías-Marcas Participantes [505 (85,6%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (833). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.

## 590 Compañías-Marcas Participantes [505 (85,6%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (833). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.

## 590 Compañías-Marcas Participantes [505 (85,6%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (833). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.

**Perfil de los Responsables de Marketing** (QUE TRABAJAN CON **AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS**)

CIUDAD	2020	2022	CARGO	2020	2022
MADRID	65,8	63,0	DIRECTOR DE MARKETING	29,1	32,9
BARCELONA	19,5	19,4	DIRECTOR DE PUBLICIDAD	2,9	1,9
OTRAS CIUDADES DE ESPAÑA	13,1	11,6	JEFE DE MARKETING / PUBLICIDAD	12,0	11,5
INTERNACIONAL	1,6	5,9	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN	6,5	9,9
			DIRECTOR DE MEDIOS	7,0	6,4
<b>GÉNERO</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>	DIRECTOR DE DIGITAL	10,3	9,1
HOMBRE	43,4	42,7	GROUP / BRAND MANAGER	11,0	14,6
MUJER	56,6	57,3	DIRECTOR GENERAL / PRESIDENTE	4,4	6,4
			DIRECTOR DE RELACIONES PÚBLICAS	1,4	0,4
<b>EXPERIENCIA DEL ENTREVISTADO (EN AÑOS)</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>	DIRECTOR DE SERVICIOS DE MARKETING	2,3	0,7
EDAD	41,2	42,1	DIRECTOR DE CONTENIDOS	1,0	0,8
ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA	8,6	7,7	DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / DIRECTOR COMERCIAL	3,3	3,2
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	5,6	6,7	OTROS CARGOS	8,8	2,2
<b>PODER DE DECISIÓN</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>	<b>POSICIÓN</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>
EL ENTREVISTADO ES EL MÁXIMO DECISOR	23,0	21,1	DIRECTIVO	68,9	71,7
ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS DIRECTIVOS	57,5	59,7	NO DIRECTIVO	31,1	28,3
NO DECIDE, PERO LIDERA RELACIÓN CON AGENCIAS	12,5	11,0			
NO DECIDE, DECIDE INTERNACIONAL	7,0	8,2			

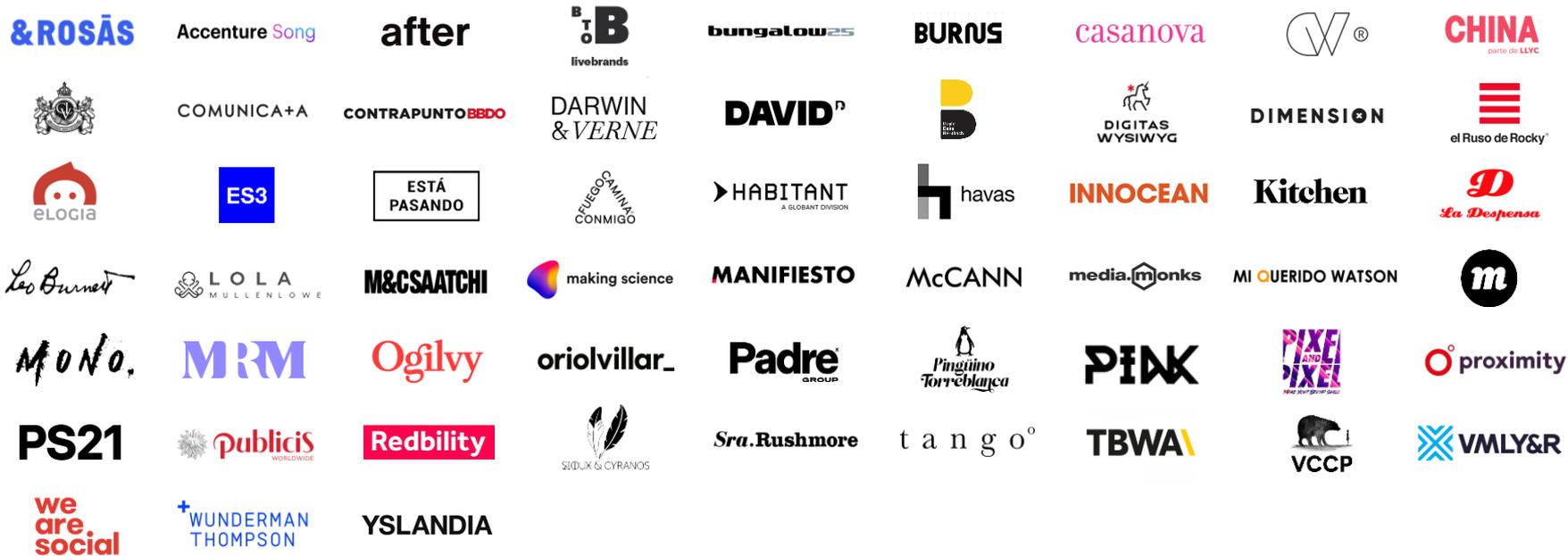
SUGERIDAS, **RESPONSABLES DE MARKETING** ENTREVISTADOS EN 2020 (800) Y 2022 (833), **DATOS EN PORCENTAJES (%)**

**Perfil de los Responsables de Marketing** (QUE TRABAJAN CON **AGENCIAS CREATIVAS** Y/O **AGENCIAS DE MEDIOS**)

TIPO DE EMPRESA	2020	2022	SECTOR (CONTINUACIÓN)	2020	2022
NACIONAL	32,5	23,9	• OBJETOS PERSONALES	3,4	1,7
MULTINACIONAL ESPAÑOLA	24,1	26,5	• TEXTIL Y VESTIMENTA	2,0	3,4
MULTINACIONAL EXTRANJERA	43,4	49,6	<b>SERVICIOS</b>	44,1	41,8
			• .COM	1,8	0,7
<b>SECTOR</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>	• CONSTRUCCIÓN / INMOBILIARIO	1,2	2,6
<b>GRAN CONSUMO</b>	<b>31,8</b>	<b>32,7</b>	• CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	7,5	7,2
• ALIMENTACIÓN	11,6	12,7	• DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	3,8	2,0
• BEBIDAS	9,3	8,8	• ENERGÍA	3,1	3,2
• BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	4,8	4,1	• FINANZAS Y SEGUROS	11,0	11,0
• LIMPIEZA	0,6	0,8	• LOTERÍAS Y APUESTAS	1,1	1,0
• SALUD / FARMACIA Y PARAFARMACIA	5,0	5,8	• SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	3,0	4,1
• TABACOS	0,5	0,5	• TELECOMUNICACIONES	6,1	5,0
<b>CONSUMO DURADERO</b>	<b>17,3</b>	<b>19,8</b>	• TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	5,6	4,8
• AUTOMOCIÓN	4,5	5,4	<b>SOCIALES Y DIVULGACIÓN</b>	6,9	5,8
• DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	2,1	4,0	• ASOCIACIÓN, ONG	3,8	4,4
• EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICA	0,6	1,3	• EMPRESA PÚBLICA	3,1	1,3
• HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	4,1	3,4			
• INDUSTRIAL, AGROPECUARIO	0,5	0,7			

SUGERIDAS, **RESPONSABLES DE MARKETING** ENTREVISTADOS EN 2020 (800) Y 2022 (833), **DATOS EN PORCENTAJES (%)**

57 Agencias Creativas Analizadas (CON DOS O MÁS CLIENTES EN LA MUESTRA)



RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (509).

31 Agencias de Medios Analizadas (CON DOS O MÁS CLIENTES EN LA MUESTRA)

ALMA MEDIAPLUS  
HOUSE OF COMMUNICATION

ARENA  
MEDIA

CARAT

dentsu x

eLOGIA

Q.  
EQUUMEDIA

essence2mediacom

glocally

havas  
media

#hmg  
MICROGROUP  
COMPANY

Media

IN  
FINI  
TY

Initiative

iPROSPECT

irismedia  
evolution

la pequeña  
fábrica

making science

mediterránea  
heart in media

MINDSHARE

OMP

Performics

phd

PROXIMIA  
BY HAVAS GROUP

REPRISE

SPARK  
FOUNDRY

Starcom

t2ó

UM

veritas|media

Wavemaker

Zenith  
The ROI agency

RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (473).

AGENCY  
SCOPE

ESPAÑA 2022/23

SCOPEN

# 03.

## ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS ANUNCIANTES



**Facturación** (VENTAS TOTALES) y **Presupuesto** (ESTIMADO EN MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD)

FACTURACIÓN  
AÑO 2021

RATIO DE INVERSIÓN  
PRESUPUESTO/FACTURACIÓN  
3,5%

PRESUPUESTO  
AÑO 2022



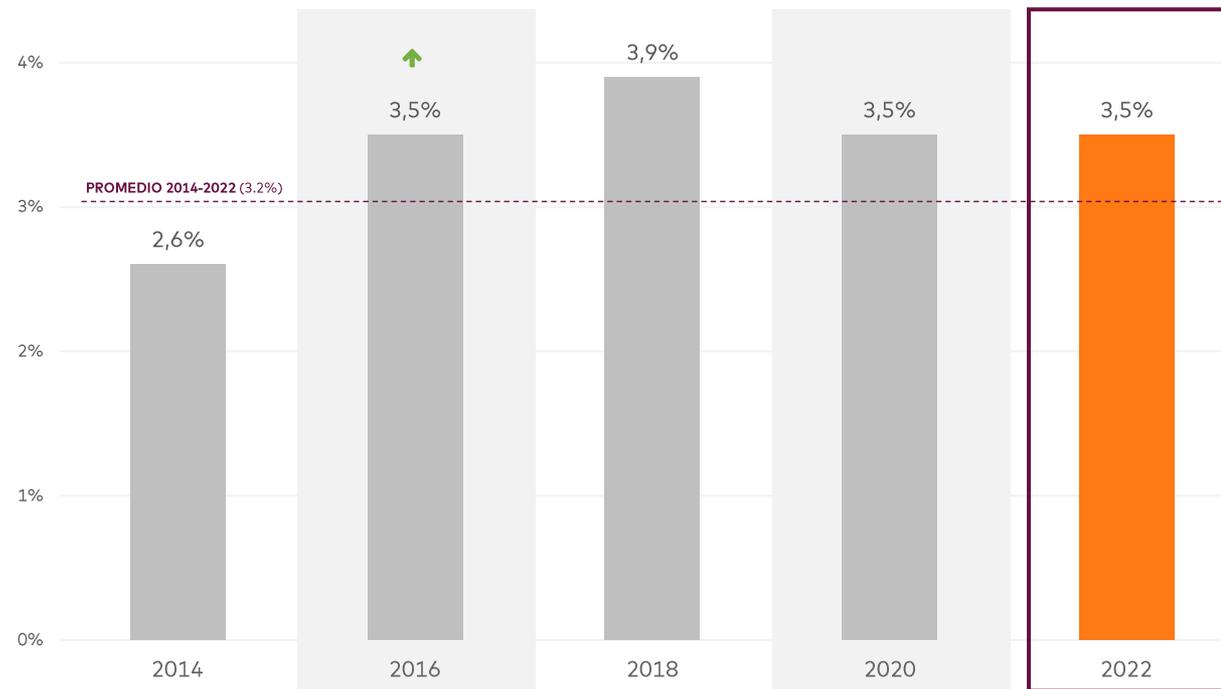
- EMPRESA GRANDE (>300 MM €)
- EMPRESA MEDIANA (60-300 MM €)
- EMPRESA PEQUEÑA (<60 MM €)



- EMPRESA GRANDE (>9 MM €)
- EMPRESA MEDIANA (1.8 M €-9 MM €)
- EMPRESA PEQUEÑA (<1.8 M €)
- NO TENGO PRESUPUESTO

ESPONTÁNEAS. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (800) Y 2022 (833). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS EN EUROS.

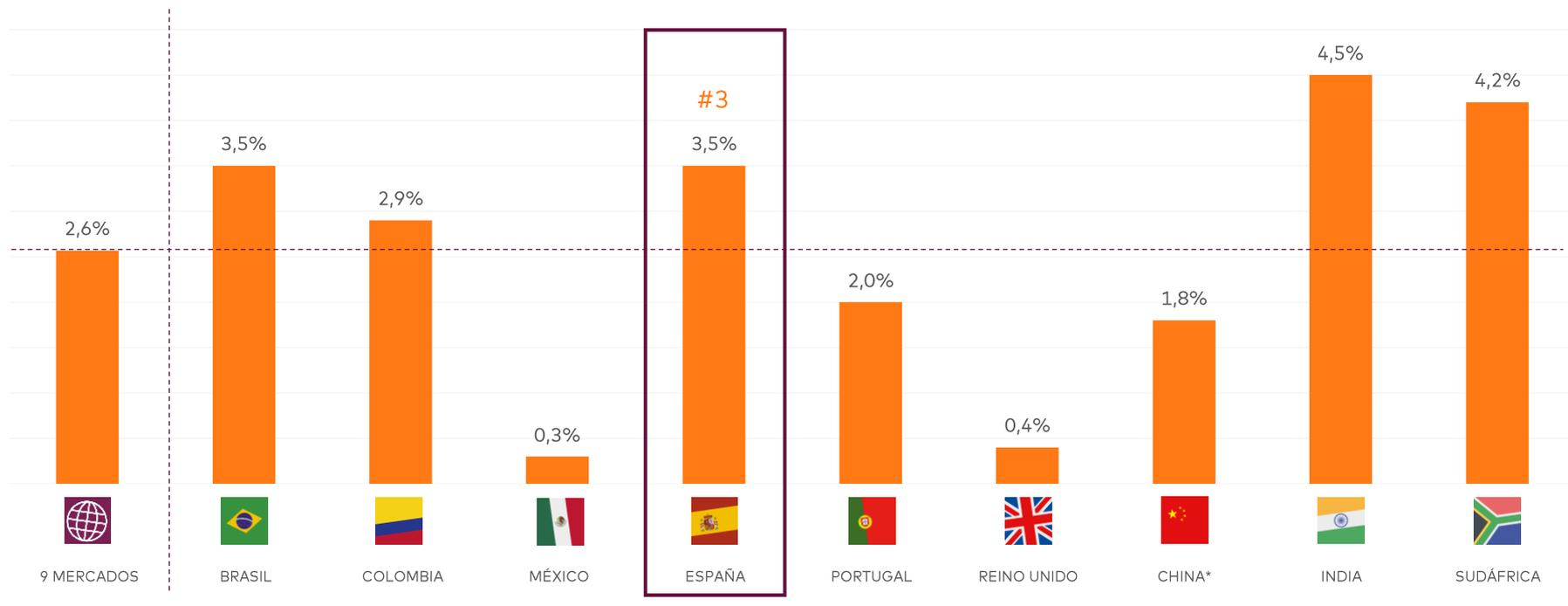
## Ratio de Inversión (PRESUPUESTO MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD / FACTURACIÓN)



- El **ratio de Inversión** medio en **España** en 2022 es del **3,5%** (cifra ligeramente superior a la media 2014-2022 - 3,2%).
- En la serie histórica (2014-2022), observamos como la **ratio de inversión se ha mantenido estable** edición tras edición, debido a aumentos y disminuciones en el nivel de facturación. (y no tanto en el presupuesto declarado).
- El **ratio de Inversión** medio de **9 mercados** analizados es **2,6%**. **India** y **Sudáfrica** superan el 4,0%.

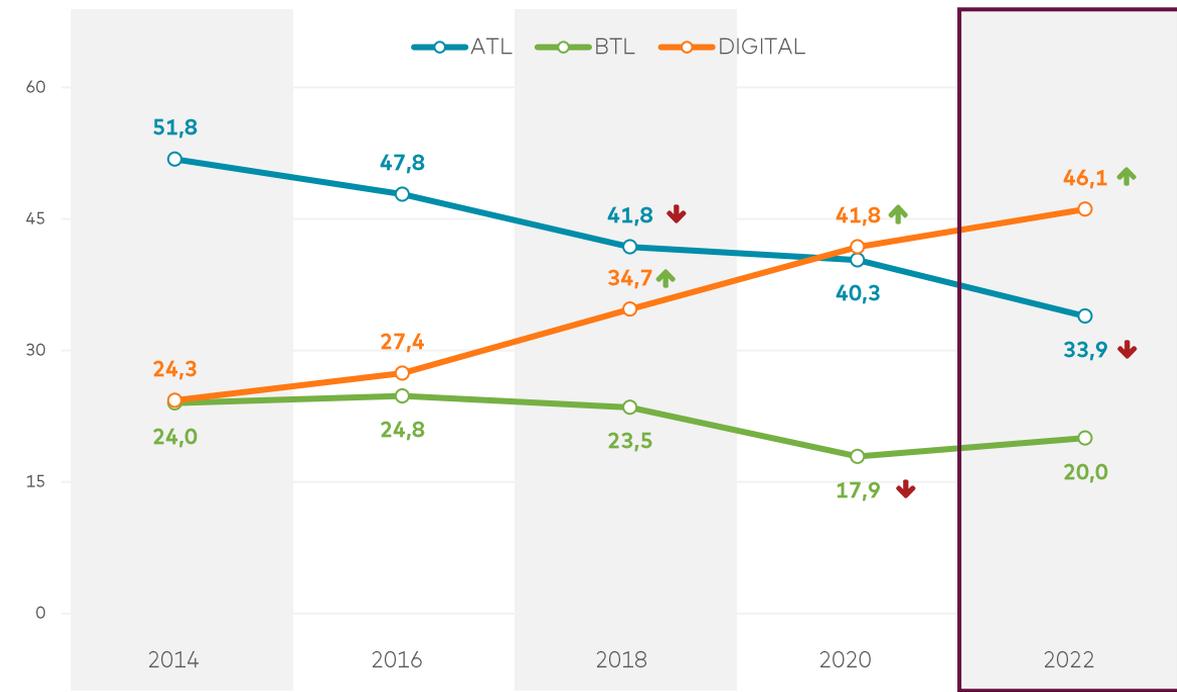
CÁLCULO PRESUPUESTO/FACTURACIÓN. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN % DEL PRESUPUESTO/FACTURACIÓN.

**Ratio de Inversión** (PRESUPUESTO MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD / FACTURACIÓN)



BASES: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS CALCULADOS: RATIO PRESUPUESTO/FACTURACIÓN. (\*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

**Presupuesto** (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)

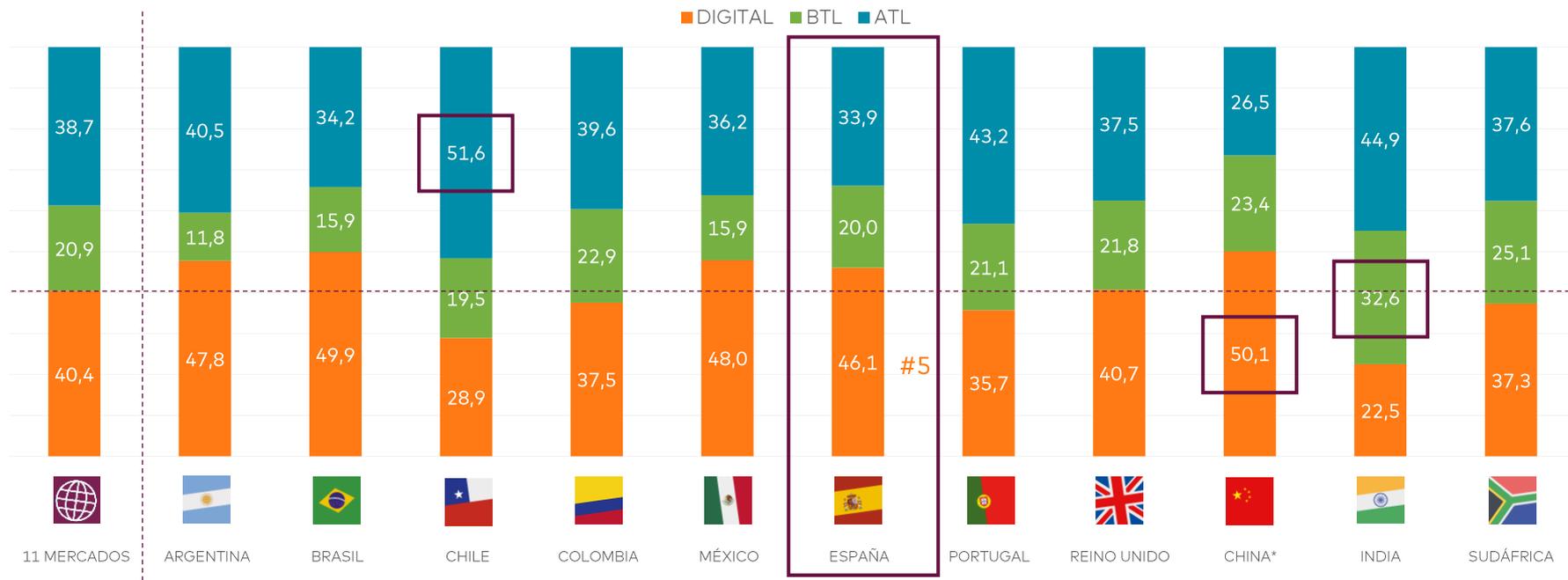


- Digital casi **duplica su cifra de inversión** en los últimos 8 años.
- A nivel internacional, **España** ocupa la posición #5 (de 11 mercados analizados) **China** y **México** son los países en donde **se invierte más en Digital**.
- Según los últimos datos de **IAB**, se estima que digital representa el **45,6%** del total inversión publicitaria controlada.

SUGERIDA. RESPONSABLES DE **MARKETING** ENTREVISTADOS EN 2014 (756), 2016 (795), 2018 (736) 2020 (800) Y 2022 (833). DATOS EN PORCENTAJES (%).

# PRESENTACIÓN A LOS MEDIOS | ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS ANUNCIANTES

**Presupuesto** (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (\*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

# 04.

## AGENCIAS CREATIVAS



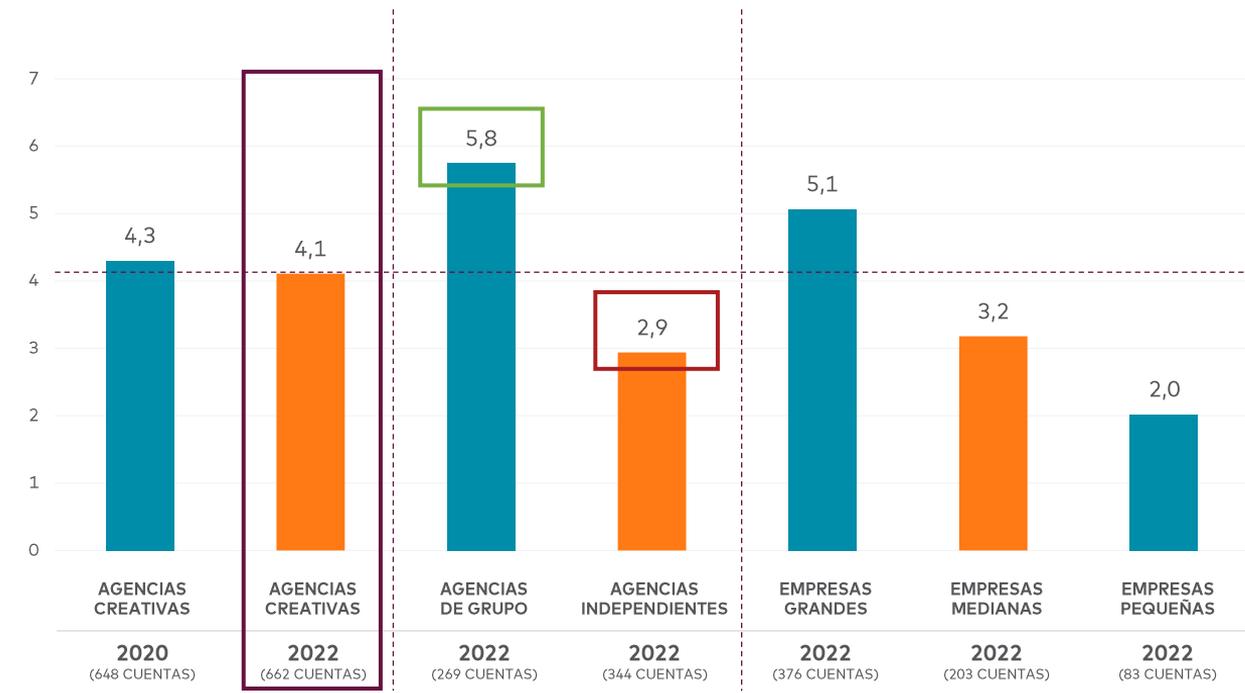
## Características de la Agencia Creativa 'Ideal' (O EJEMPLAR)



SE MUESTRAN PORCENTAJES SUPERIORES AL 9% EN 2022.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (292) Y 2022 (347). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3,8 / 3,5 MENCIONES DE MEDIA).

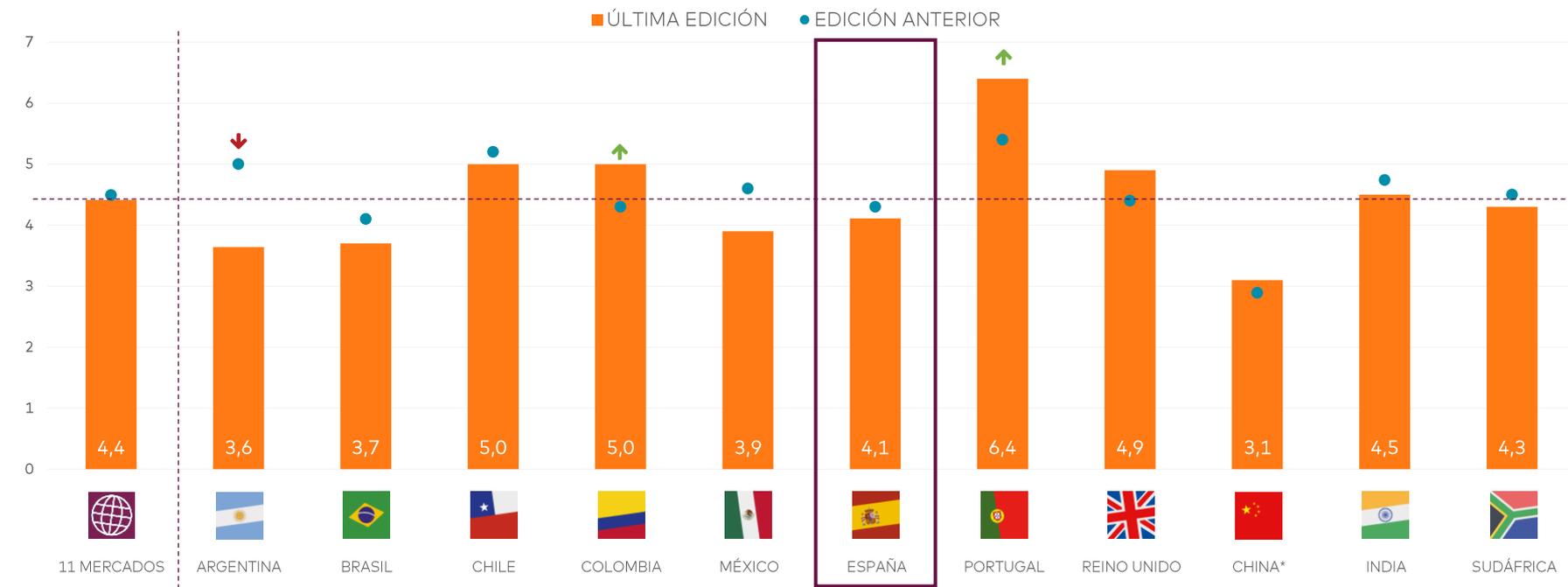
**Duración de la Relación** (CON LAS **AGENCIAS CREATIVAS** CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



- La duración media de la relación anunciante-agencia creativa en España es de **4,1 años** (4,3 hace dos años).
- Las **agencias independientes** y **empresas pequeñas** presentan una duración media menor (2,0 y 2,9 años). Entre las **agencias de grupo**, la duración es mayor (5,8 años).
- **Barcelona** (5,3 años) presenta una duración de la relación más elevada que **Madrid** (4,0 años)
- **Portugal** es el único mercado que supera los **6 años de media** de duración de la relación.

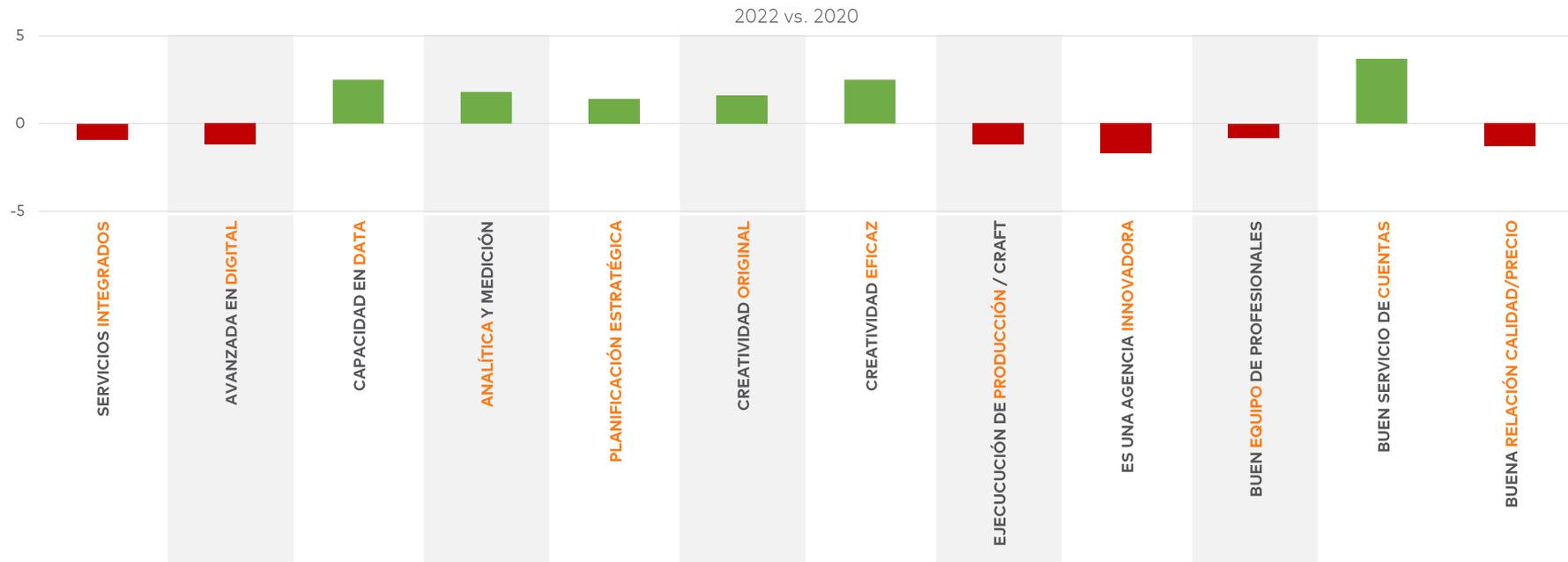
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PROMEDIO DE AÑOS.

## Duración de la Relación (CON LAS AGENCIAS CREATIVAS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



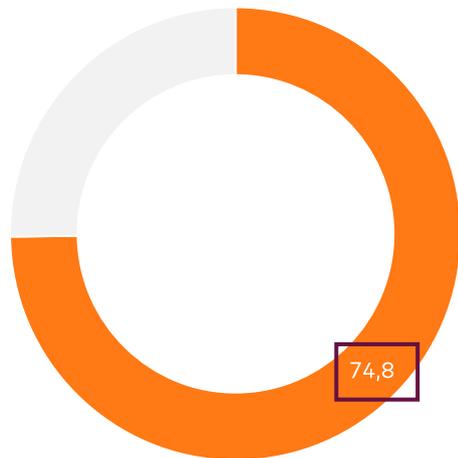
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (\*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

## Evaluación de las Agencias Creativas Actuales

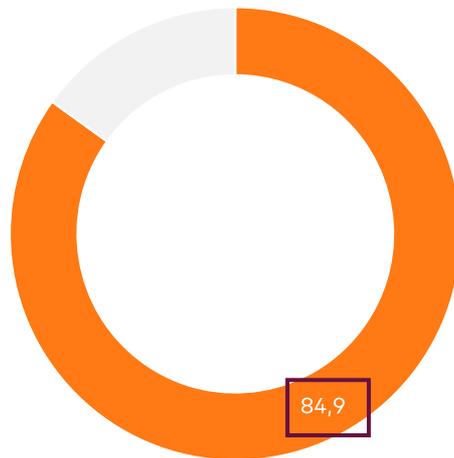


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS CREATIVAS EN 2020 (648) Y 2022 (662) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%)

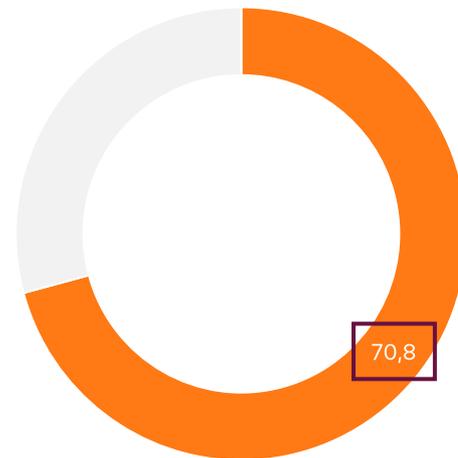
**El Equipo que Gestiona  
mi Cuenta tiene  
Más de 10 Años de Experiencia**



**El Equipo que Gestiona mi  
Cuenta es Estable**

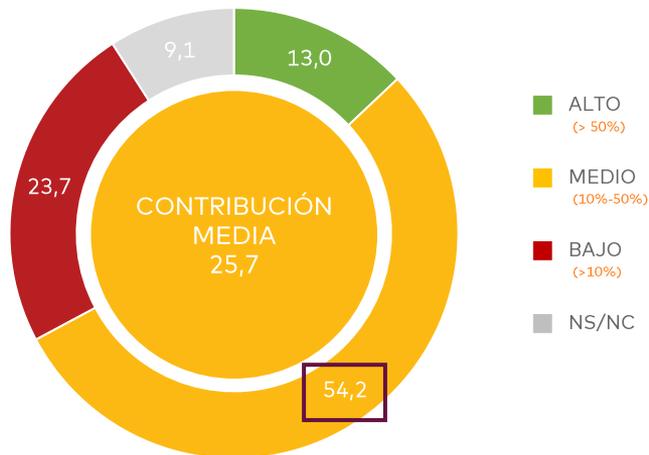


**Mi Agencia tiene Capacidad  
para Desarrollar  
Proyectos de Consultoría**  
(DE MARCA / NEGOCIO)

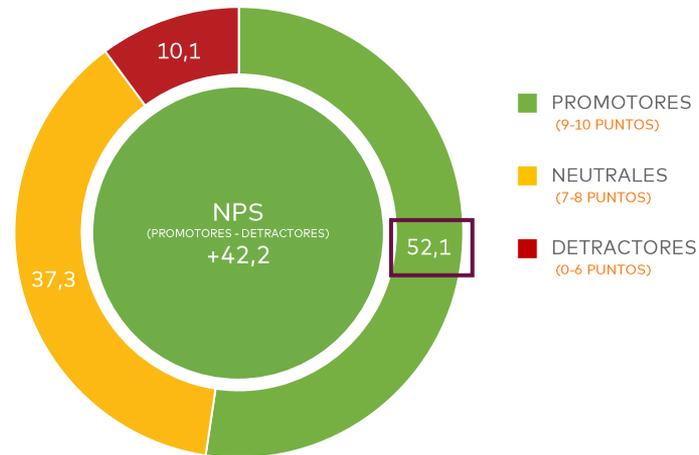


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS CREATIVAS (662) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). EL COLOR NARANJA INDICA PORCENTAJES 'SÍ'.

## ¿En qué **Porcentaje Contribuyen** sus **Agencias Creativas al Crecimiento** de su negocio?

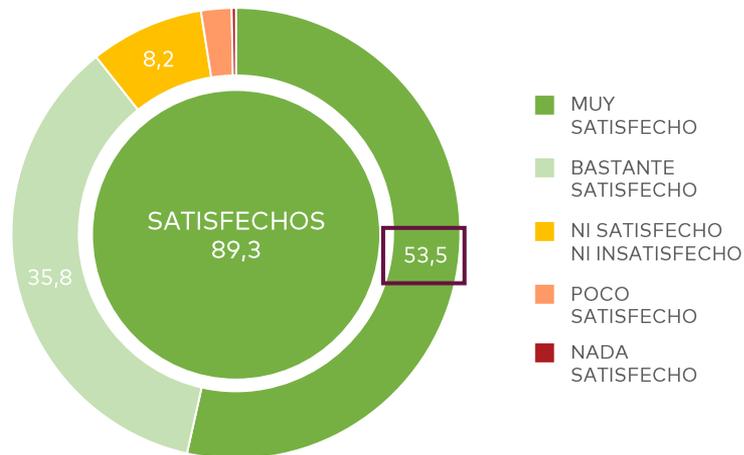


## ¿Hasta qué Punto **Recomendaría Trabajar** con sus **Agencias Creativas** a otro Profesional del Sector?

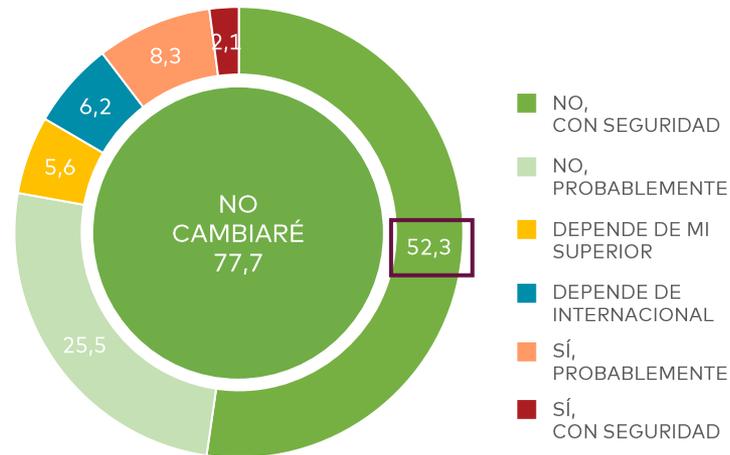


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS CREATIVAS (662) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS.

## ¿Hasta qué Punto está usted Satisfecho con sus Agencias Creativas?



## ¿Está usted Pensando en Cambiar de Agencia Creativa?



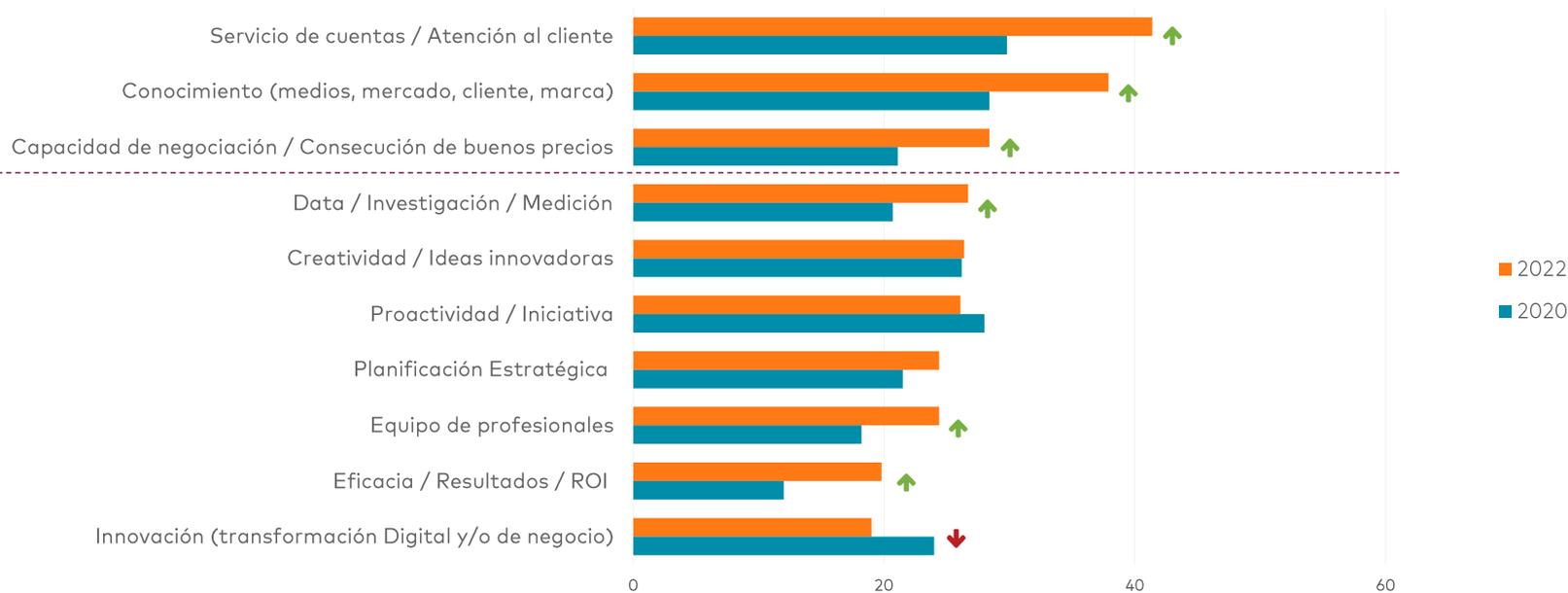
SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS CREATIVAS (662) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

# 05.

## AGENCIAS DE MEDIOS



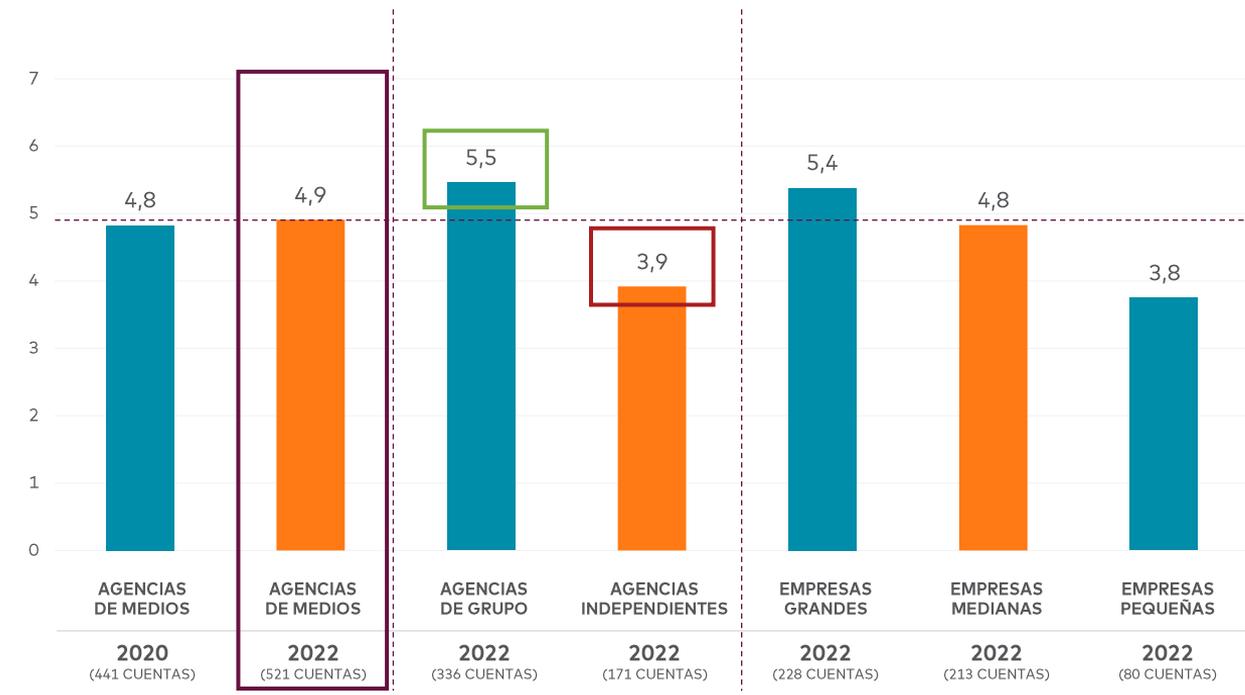
## Características de la Agencia de Medios 'Ideal' (O EJEMPLAR)



SE MUESTRAN PORCENTAJES SUPERIORES AL 15% EN 2022.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (275) Y 2022 (348). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3,1 / 3,5 MENCIONES DE MEDIA).

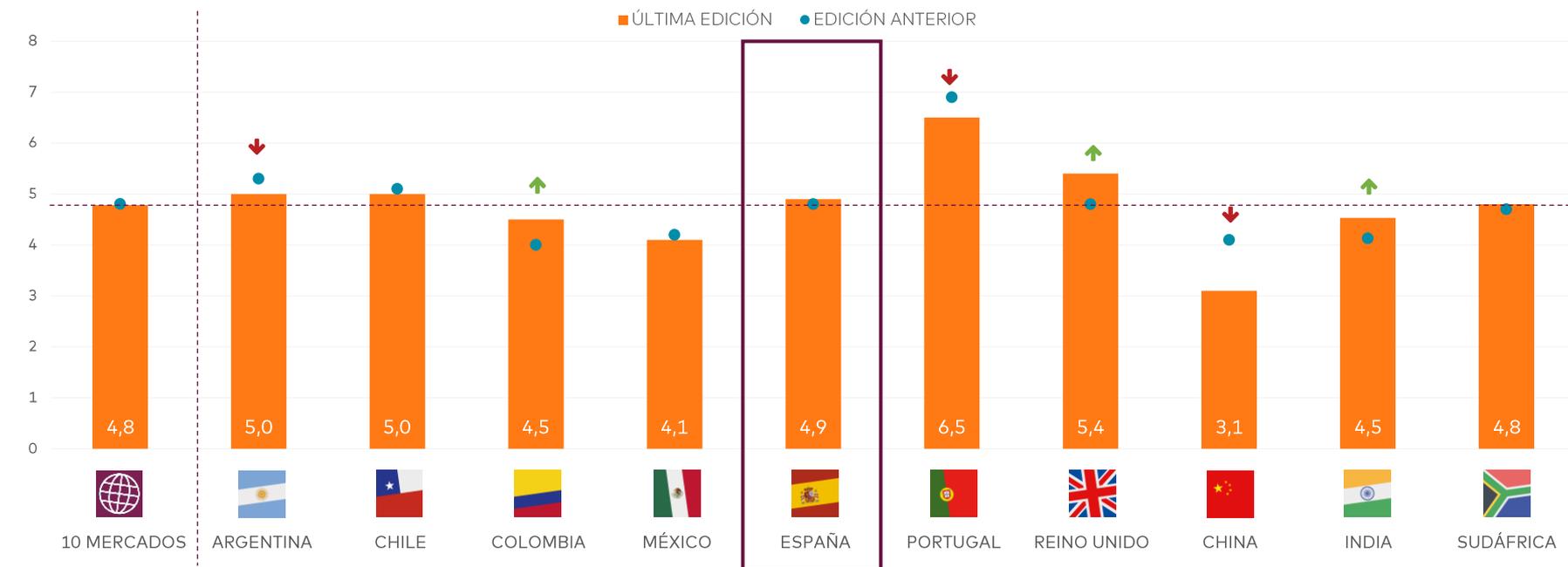
**Duración de la Relación** (CON LAS **AGENCIAS DE MEDIOS** CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



- La duración media de la relación anunciante-agencia de medios en España es de **4,9 años** (4,8 hace dos años).
- Las **agencias independientes** y **empresas pequeñas** presentan una duración media menor (3,9 y 3,8 años). Entre las **agencias de grupo**, la duración es mayor (5,5 años).
- El Sector Gran Consumo presenta una **duración de la relación mayor** (5,4 años).
- **Portugal** es el único mercado que supera los **6 años de media** de duración de la relación.

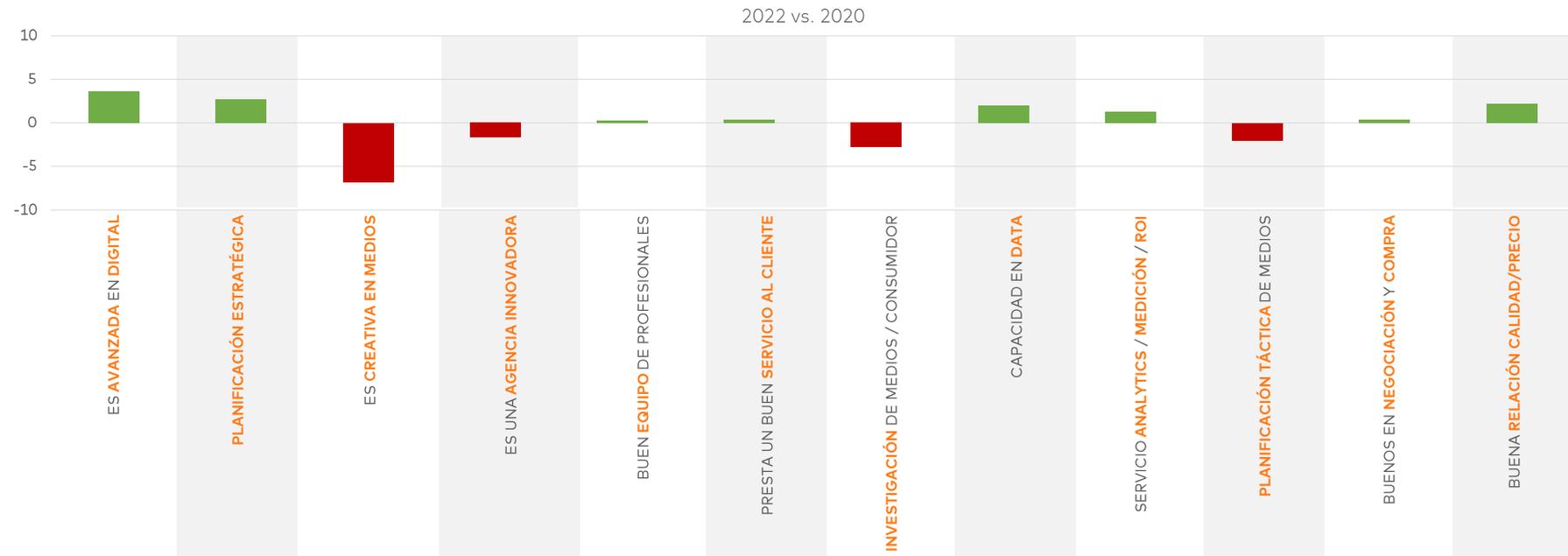
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PROMEDIO DE AÑOS.

## Duración de la Relación (CON LAS AGENCIAS DE MEDIOS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



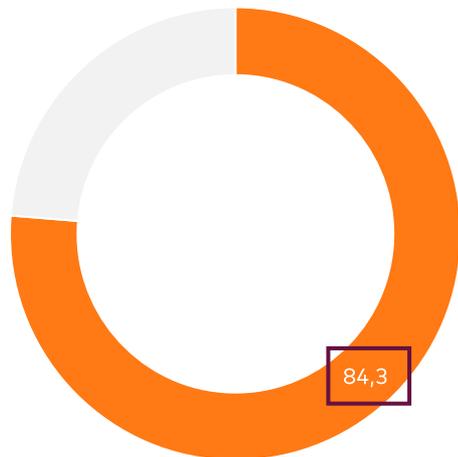
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (\*) Datos Edición 2018/19

## Evaluación de las Agencias de Medios

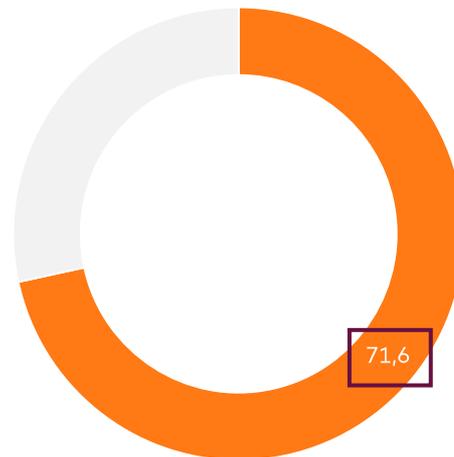


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS DE MEDIOS EN 2020 (441) Y 2022 (521) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

### Mi **Equipo** es Estable

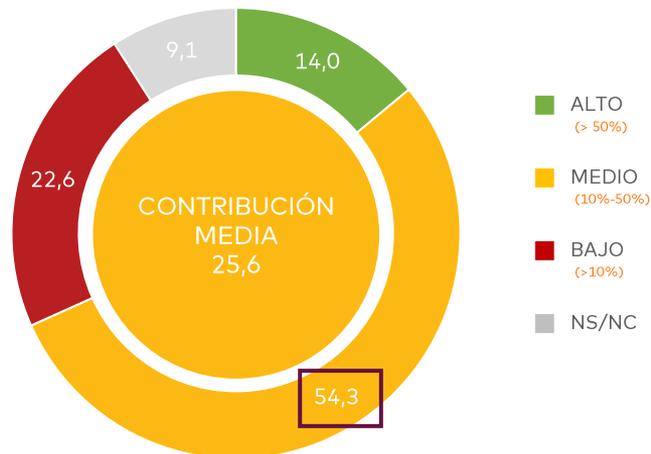


### Mi Agencia tiene **Capacidad para Desarrollar Proyectos de Consultoría** (DE MARCA / NEGOCIO)

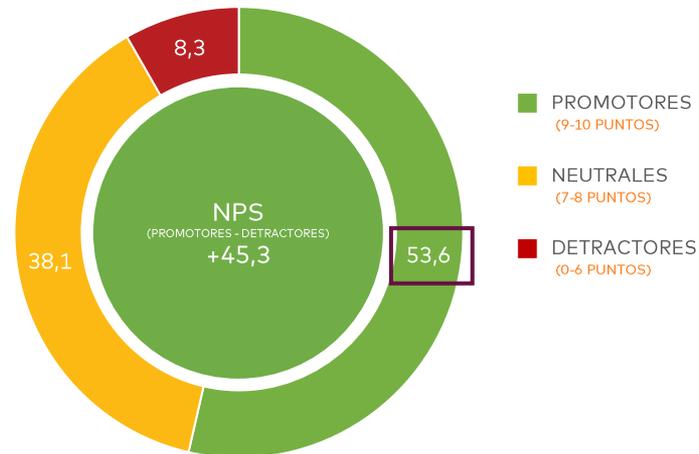


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS DE MEDIOS (521) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

## ¿En qué **Porcentaje Contribuye** su **Agencia de Medios al Crecimiento** de su negocio?

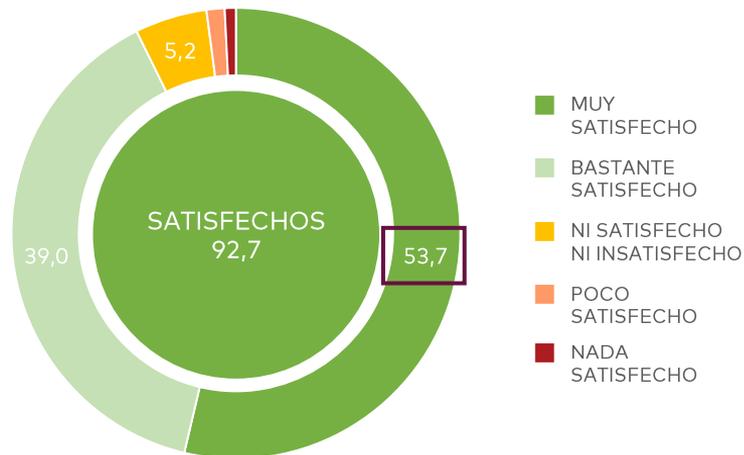


## ¿Hasta qué Punto **Recomendaría Trabajar** con su **Agencia de Medios** a otro Profesional del Sector?

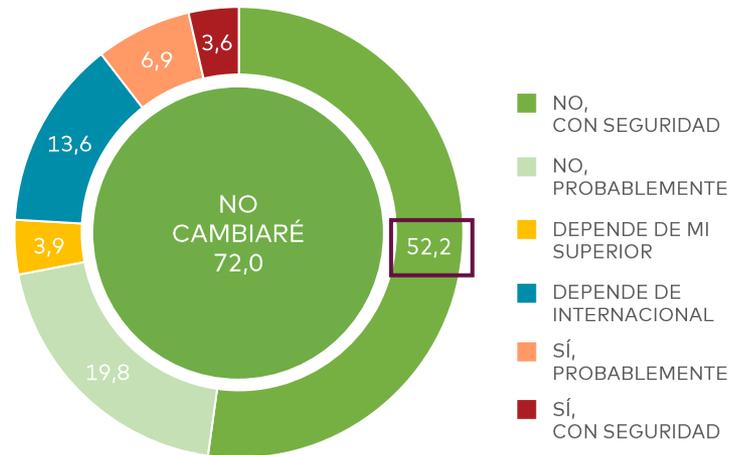


SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS DE MEDIOS (521) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS.

## ¿Hasta qué Punto está usted Satisfecho con su Agencia de Medios?



## ¿Está usted **Pensando** en Cambiar de Agencia de Medios?



SUGERIDA. CUENTAS DE AGENCIAS DE MEDIOS (521) ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

# 06.

PROFESIONALES, PREMIOS, CAMPAÑAS  
Y COMPAÑÍAS DESTACADAS



## Profesionales de Empresas Anunciantes Admirados (POR LOS ANUNCIANTES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10



#1  
KERMAN ROMEO  
KFC



#2  
GONZALO SÁIZ  
BANKINTER



#3  
EVA PAVO  
CORREOS



#4  
ANA TORRES  
MASMÓVIL



#5  
JAUME ALEMANY  
DAMM



#6  
PACO RECUERO



#7  
FERNANDO MACHADO  
ACTIVISION



#8  
CARLOS BOSCH



#8  
CARLOS EIROA  
ASISA



#10  
CRISTINA BURZAKO  
MOVISTAR+



#10  
FERNANDO NICOLÁS  
BANKINTER



#10  
INÉS FONSECA  
DIAGEO



#10  
JAIME BISBAL  
BBVA



#10  
MARIANO CASARES  
ORANGE



#10  
ÚRSULA MEJÍA-MELGAR  
DIAGEO

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS ENTREVISTADOS EN 2022 (440). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

## Profesionales de Agencias Creativas Admirados (POR LOS ANUNCIANTES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#12



#1  
**RAFA ANTÓN**  
CHINA



#2  
**ORIOI VILLAR**  
ORIOIVILLAR



#3  
**PANCHO CASSIS**  
DAVID



#4  
**MÓNICA MORO**  
THIS IS LIBRE



#5  
**ISAHAC OLIVER**  
&ROSÀS



#5  
**JUAN GARCÍA ESCUDERO**  
TBWA



#7  
**JOSÉ LUIS MORO**  
PINGÜINO TORREBLANCA



#8  
**SAUL ROCHA**  
DAVID



#9  
**LEANDRO RAPOSO**  
SIOUX MEET CYRANOS



#10  
**GASTÓN GUETMONOVITCH**  
LEO BURNETT



#10  
**TONI SEGARRA**  
ALEGRE ROCA



#12  
**VÍCTOR BLANCO**  
PS21

ESPONTÁNEA. **RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS** ENTREVISTADOS EN 2022 (401). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

Profesionales de Agencias de Medios Admirados (ANUNCIANTES, PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10



#1  
**RAFAEL URBANO**  
CARAT



#2  
**DAVID COLOMER**  
IPG-MEDIABRANDS



#3  
**ANTONIO ARIZÓN**  
CARAT



#3  
**ÓSCAR DORDA**  
ARENA MEDIA



#5  
**CELIA CAÑO**  
EQU MEDIA



#6  
**JAIME LÓPEZ-FRANCOS**  
DENTSU



#6  
**ALBERTO MERINO**  
ZENITH



#8  
**JAVIER ZORITA**  
SPARK FOUNDRY



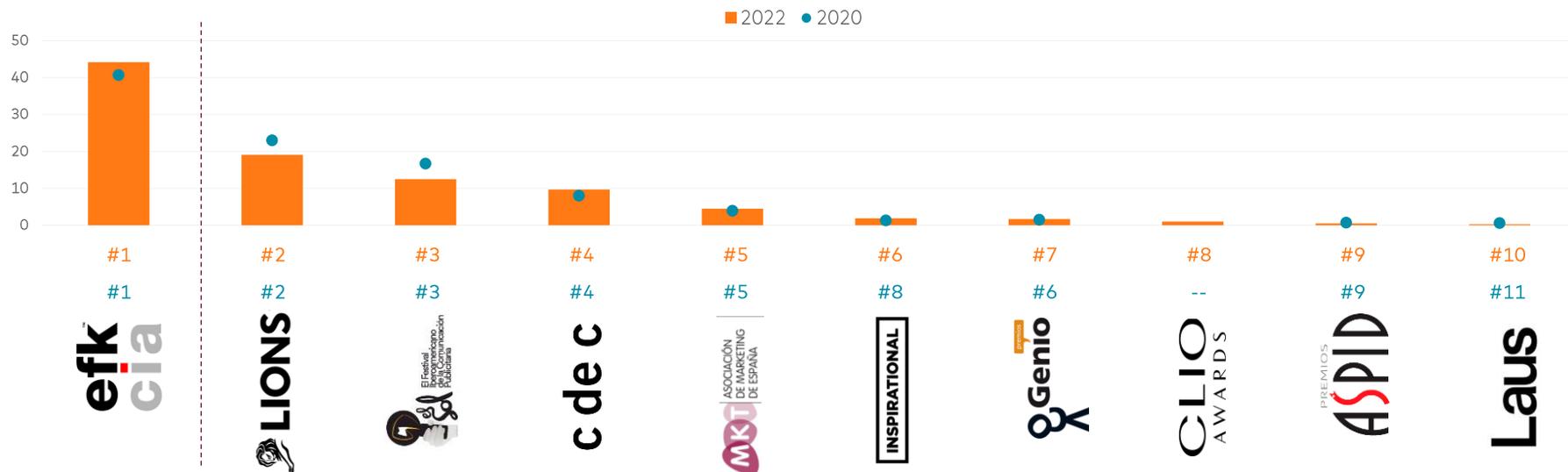
#8  
**ESTER GARCÍA COSÍN**  
HAVAS MEDIA GROUP



#10  
**RITA GUTIÉRREZ**  
STARCOM

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING, PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS Y RESPONSABLES COMERCIALES DE LOS MEDIOS ENTREVISTADOS EN 2022 (303). DATOS EN MENCIONES.

**Festivales y Premios del Sector** (MÁS VALORADOS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



2020/2022: 'OTROS FESTIVALES-PREMIOS' (4,6/8,4), 'PREFIERO NO VALORAR' (32,44/33,7), 'NS/NC' (6,6/9,6)

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (540) Y 2022 (575). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

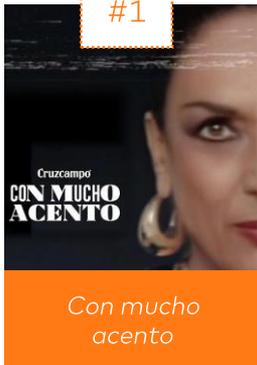
Top 5 Campañas Destacadas (EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)



**Cruzcampo**

81 menciones

#1



Cruzcampo  
**CON MUCHO ACENTO**

Con mucho acento

**bankinter.**

23 menciones

#2



bankinter.  
presenta  
**DON DINERO**

Don Dinero



**BURGER KING**

18 menciones

#3



Tomad y comed todos de él.  
Que no lleva carne.

Tomad y comed todos de él

**bankinter.**

17 menciones

#4



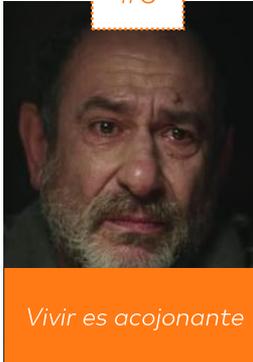
El dinero como lo ves tú



**Campofrio**

13 menciones

#5

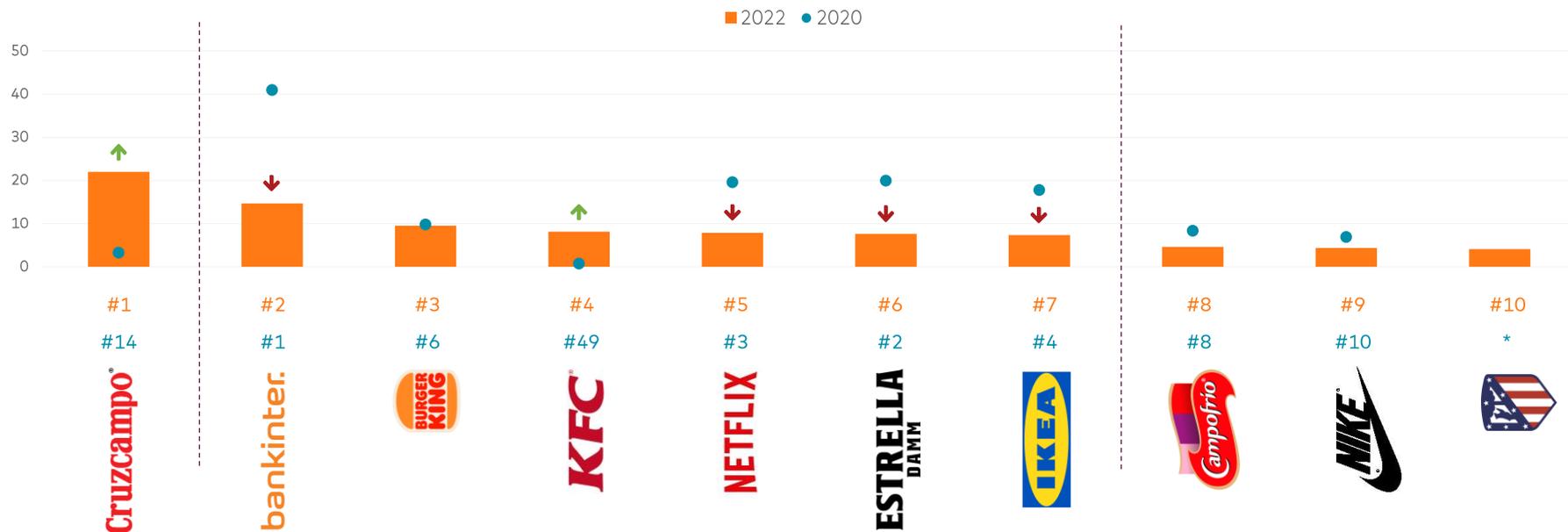


Vivir es acojonante

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2022 (368). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

## Campañas Destacadas (EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)

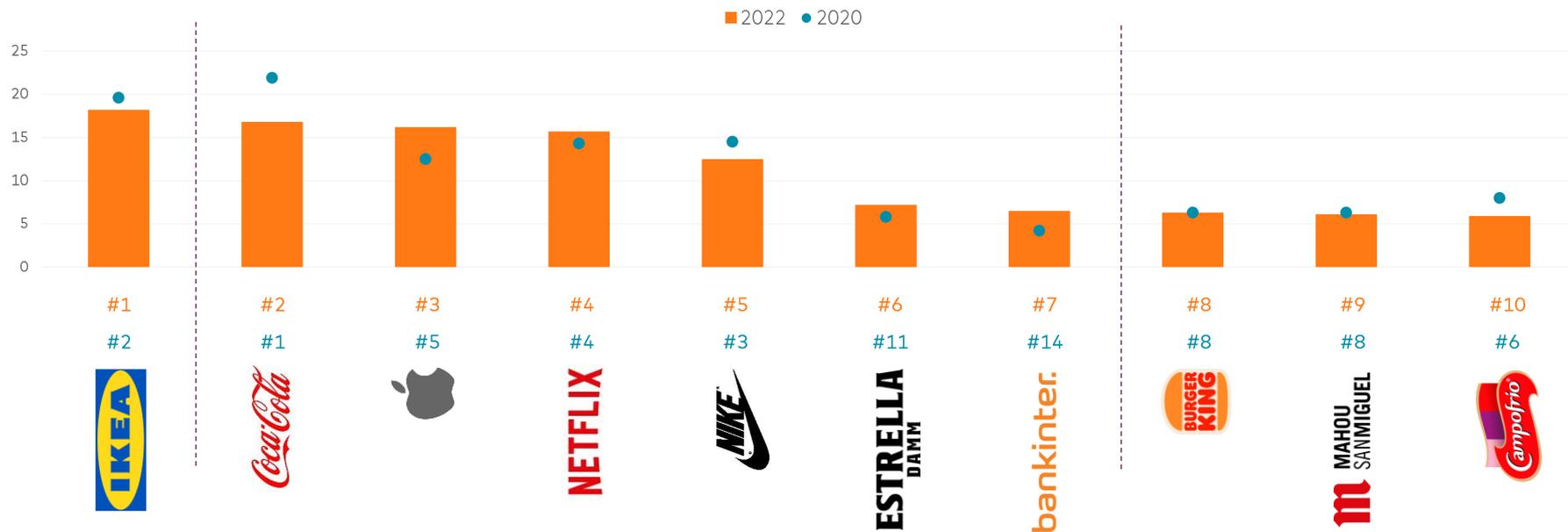
SE MUESTRAN DATOS AGREGADOS POR MARCAS/COMPAÑÍAS CON, AL MENOS, DOS MENCIONES (POSICIONES #1-#10 EN 2022)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (276) 2022 (368). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

## Compañías Admiradas (POR SU COMUNICACIÓN Y MARKETING A LO LARGO DE LOS AÑOS)

SE MUESTRAN DATOS CON, AL MENOS, DOS MENCIONES (POSICIONES #1-#10 EN 2022)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2020 (240) 2022 (211). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (RANK. #).

# 07.

## RANKINGS DE AGENCIAS



ESPAÑA 2022/23



# RANKINGS DE AGENCIAS CREATIVAS

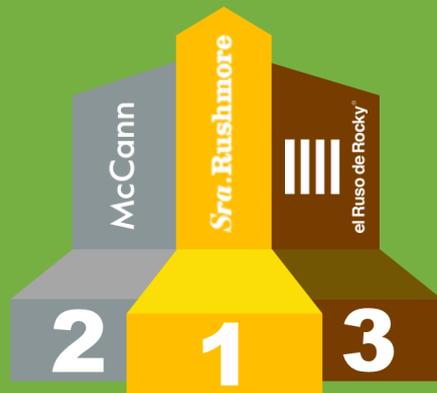
CONOCIMIENTO  
ESPONTÁNEO



ATRACCIÓN



CREATIVIDAD



EJEMPLARIDAD



AGENCY  
SCOPE

ESPAÑA 2022/23

SCOPEN

# RANKINGS DE AGENCIAS CREATIVAS

PERCEPCIÓN  
MERCADO

VALORACIÓN  
CLIENTES

PERCEPCIÓN  
COMPETENCIA



AGENCY  
SCOPE

ESPAÑA 2022/23

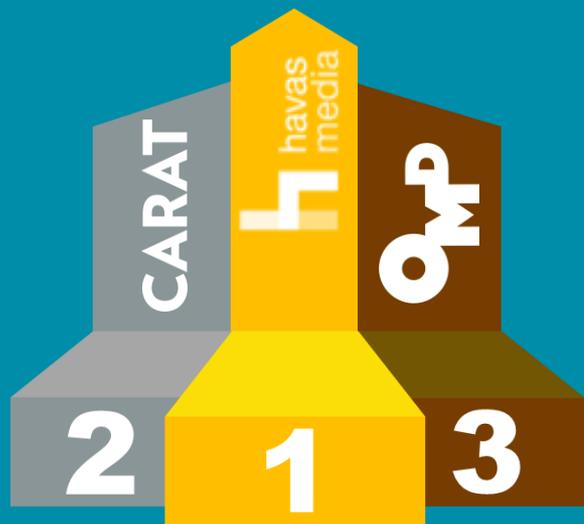
SCOPEN

# RANKINGS DE AGENCIAS DE MEDIOS

CONOCIMIENTO  
ESPONTÁNEO

EJEMPLARIDAD

ATRACCIÓN

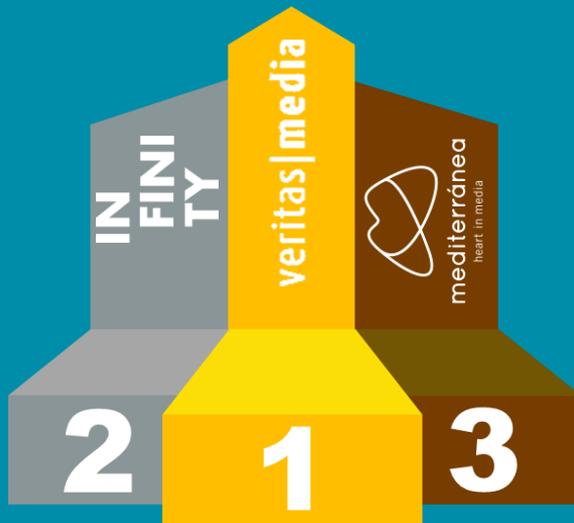


# RANKINGS DE AGENCIAS DE MEDIOS

PERCEPCIÓN  
MERCADO

VALORACIÓN  
CLIENTES

PERCEPCIÓN  
COMPETENCIA



AGENCY  
SCOPE

ESPAÑA 2022/23

SCOPEN

# ¡Gracias!

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

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

César Vacchiano (*President & CEO*) · [cvacchiano@scopen.com](mailto:cvacchiano@scopen.com)

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



SCOPEN

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