

Buscar...



¿Cuánto cobra una agencia de marketing digital? En 2015 un poco más

14-01-2016 / 17:36 Escrito por **Gonzalo Fernández** Publicado en **Marketing digital**

2 comentarios

¿Cuánto cobra una agencia de #marketing digital? @adigital_org @tcreativo y @OgilvyOne lo

prnoticias

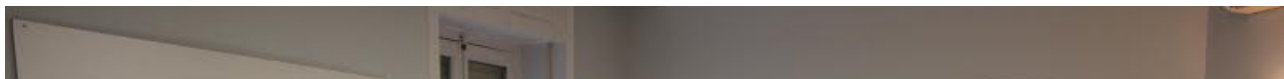


Informe tarifas Agencias de Marketing Digital

Esta semana se ha presentado el “Estudio de Honorarios de las Agencias Digitales y de Servicios de Marketing 2015” que elabora la Asociación de Agencias Digitales (AD). Según el informe, durante 2015 se ha consolidado la recuperación de los honorarios de las agencias digitales, una tendencia que ya se venía advirtiendo en ejercicios anteriores pero que el año pasado se ha notado con mayor intensidad. Entre los departamentos que han disminuido en mayor medida el

coste de las tarifas destaca el de contenidos, en especial el de social media, y el director de servicio al cliente, . Los incrementos más notables se registran en el departamento de Bases de datos, segmentación y datamining.

El marketing digital sigue dando buenas noticias, al menos en cuanto al lado económico. Según el “Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España’ del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) -que gestiona la entidad pública Red.es-, el sector de la publicidad digital aumentó un 11% en 2014, superando los 1.066 millones de euros, por lo que Internet se consolida como el segundo medio que más inversión publicitaria recibe, solo superado por la televisión. Con estos datos sobre la mesa y a la espera de conocer los datos de inversión de 2015 junto con unas perspectivas para 2016 muy positivas, **con aumento de la inversión publicitaria en Internet del 8% según el panel de Zenith Vigía** (directivos de medios de comunicación españoles), no es de extrañar que también aumenten los honorarios de las agencias de marketing digital. **¿Pero cuánto cobran las agencias de marketing digital por sus servicios?**



Utilizamos cookies para mejorar nuestro sitio web y su experiencia al usarlo. Para saber más sobre las cookies que utilizamos y cómo eliminarlas , consulte nuestra política de privacidad. Acepto las cookies de este sitio. Acepto



Esta pregunta es la que responde anualmente el **“Estudio de Honorarios de las Agencias Digitales y de Servicios de Marketing 2015”** que se ha presentado en Madrid esta semana. Y hay buenas noticias. El presidente de Agencias Digitales y Corporate General manager de Territorio Creativo, Juan Luis Polo, ha subrayado que en 2015 se ha consolidado la recuperación de los honorarios de las agencias digitales. En este sentido, Jorge Santacana, CEO de OgilvyOne WorldWide & **Neo@Ogilvy para** España, ha insistido en la recuperación de las tarifas de las agencias digitales, apuntando que, aunque en el informe se constata un incremento generalizado de los honorarios, son las áreas de business intelligence (data mining), la de consultoría y la de creatividad y tecnología las que experimentan un mayor crecimiento. Esto demuestra que los “presupuestos de los anunciantes se han recuperado”, ha remarcado Juan Luis Polo.

Las áreas que mayores aumentos de tarifas han sufrido ha sido el departamento de bases de datos, segmentación y datamining. Con promedios de entre el 16 y el 19% de aumento, desde los perfiles junior hasta los directivos. En los departamentos de medios y audiovisual, sus tarifas se mantienen en iguales promedios a los de 2014. Donde se producen anomalías a analizar es el departamento de cuentas. Si bien las tarifas de los directores de servicio al cliente se han reducido un 9,31% y el del director de cuentas un 3,89%, hay subidas entre las tarifas de los ejecutivos y supervisores de cuentas, con un aumento del 7,35 y 2,91% respectivamente. En el departamento de creación también hay perfiles con un crecimiento en las tarifas. Así, las tarifas del supervisor creativo, director de arte junior y diseñador gráfico junior aumentan en torno al 10%. Y otro de los departamentos que **más aumentos registra en las tarifas dentro de las agencias de marketing digital es el de producción y desarrollo**, con incrementos cercanos al 10%.

Las tarifas de los community managers se desploman

Mientras que las retribuciones de estos perfiles han experimentado un importante crecimiento, otras se han visto reducidas como son las que corresponden a profesionales vinculados a los departamentos de social media y de contenidos. Sobre este hecho, Santacana ha aludido que, si bien hace unos años estos perfiles eran muy demandados en el sector, en los últimos años han asistido a un ajuste y es por esta razón por la que las tarifas han bajado. En concreto **las tarifas de las agencias de marketing de los social media manager se han reducido un 23,13%** -el mayor retroceso dentro de los departamentos de las agencias-. También **ha descendido la tarifa de los community managers en un 11,27%**.

Departamento de Contenidos	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Social Media Manager	56 €	447 €	73 €	582 €	- 23,13 %
Brand Content Editor	45 €	361 €	44 €	355 €	1,66 %
Community Manager	38 €	304 €	43 €	343 €	- 11,27 %
Digital PR	48 €	380 €	48 €	387 €	- 1,69 %

El **informe que analiza las tarifas de las agencias de marketing digital**, en el que han participado las 44 agencias asociadas a Agencias Digitales, se ha elaborado con un doble objetivo. Por un lado, ayudar en la toma de decisiones en el seno interno de las empresas y, por otro lado, erigirse en una herramienta que ponga en valor los servicios que prestan las compañías vinculadas a este ámbito. Asimismo, **este análisis es un interesante recurso** para los anunciantes como herramienta de contraste de los servicios que les ofrecen las agencias.

Seguiremos informando...

Modificado por última vez: Jueves, 14 Enero 2016 17:59

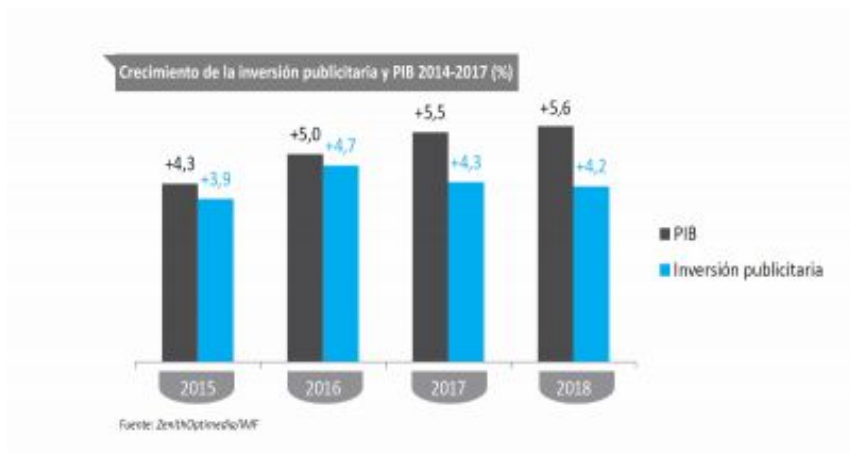
ETIQUETADO COMO[inversion publicitaria](#)**GONZALO FERNÁNDEZ**

Vivo un idilio con la comunicación y las relaciones públicas. Infiltrado en el periodismo multiorquesta hasta que me dejen.

Seguir a [@gonzalo_fera](#)

ARTÍCULOS RELACIONADOS (POR ETIQUETA)

Pedro Aguilar (Asociación MKT): "El sector de gran consumo se muestra pesimista"



La inversión publicitaria en mobile superará a la inversión en PC en 2018



La facturación de la publicidad digital aumenta un 11%



La inversión publicitaria en radio muestra su fortaleza hasta septiembre



La mínima inversión publicitaria de 2015 certifica oficialmente la muerte del papel

LO ÚLTIMO DE GONZALO FERNÁNDEZ

El spot más visto en Facebook, una película en contra de la red social

El escenario publicitario incierto que supondría unas nuevas elecciones

Lufthansa nombra nuevo dircom y borra cualquier rastro de la tragedia Germanwings

Los ingresos de Facebook se disparan gracias a la publicidad en móviles

Alberto Delgado (Roatán): “Ya no valen estrategias globales para todo el mundo”

Más en esta categoría: [« El marketing combinará los puntos de contacto entre ventas y medios de forma diferente en 2016 »](#) [Instagram se lanza a por los pequeños anunciantes »](#)

2 COMENTARIOS



carlos

Lunes, 18 Enero 2016 15:36

[Enlace al Comentario](#)

Pollito22 tú si que estás en el pasado con ese nick. Flipado...



pollito22

Jueves, 14 Enero 2016 18:05

[Enlace al Comentario](#)

Está claro que lo que gana un community manager está en decadencia.... es una profesión del pasado

DEJA UN COMENTARIO BASES LEGALES DE LOS COMENTARIOS

Asegúrate de llenar la información requerida marcada con (*). No está permitido el código HTML. Tu dirección de correo NO será publicada.

Mensaje *

Escribe aquí tu mensaje ...

Nombre *

escribe tu nombre ...

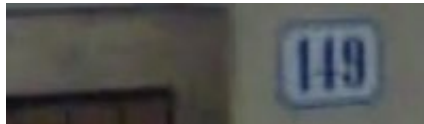
Email *

Escribe tu dirección de correo electrónico ...

URL del sitio web

escribe la URL de tu sitio Web ...

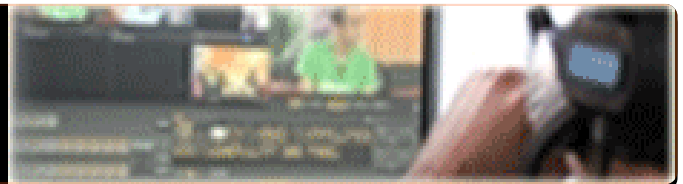
Escribe el/los código/s que ves a continuación



Introduzca el texto

ENVIAR COMENTARIO

RETRANSMISIONES POR STREAMING



Tendencias prmarketing (210)

prmarketing (0)

Noticias Top Blog Márketing (12)

Marketing digital (46)

Investigación prmarketing (105)

Inversión publicitaria (64)

Espacio Marketing (102)

Campañas Publicitarias (2)



AEA

AGENCIAS PUBLICITARIAS

LO MÁS LEÍDO DE MÁRketing

ANUNCIOS

BRANDED CONTENT

COCA COLA

ESTRELLA DAMM

IAB SPAIN

INVERSION PUBLICITARIA

MCCANN

PODCAST

1

La inversión en publicidad digital crecerá un 24%

29-01-2016 / 12:59

2

Movistar encabeza el ranking de las mejores marcas españolas de Interbrand

26-01-2016 / 13:18

3

41% de los internautas prefiere informarse sobre las marcas en redes sociales

27-01-2016 / 15:32

4

El 84% de los usuarios considera que las marcas no aprovechan el conocimiento que tienen sobre ellos

26-01-2016 / 17:28

5

Ignacio de Juana se incorpora como director de marketing a LOAD SAFER

28-01-2016 / 10:22

6

Leslie Berland se incorpora como nueva Directora de Marketing de Twitter

26-01-2016 / 18:48

RECOMENDADOS MÁRKETING



Japón desecha el logo de las Olimpiadas por las acusaciones de plagio

Japón dejará de usar el logo diseñado para los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 tras las acusaciones de plagio a su diseñador, según informaron hoy...



Tenemos un Plan



Ikea lanza un nuevo spot que 'abre las puertas más infranqueables'

La empresa sueca Ikea presenta el nuevo catálogo para 2016 con un spot que lleva por lema 'El nuevo catálogo de Ikea abre las puertas...



Snapchat no incorporará a anunciantes como usuarios porque 'las marcas no son personas'

'Es frustrante cuando las marcas se dirigen a la plataforma e intentan actuar como personas, porque las marcas no son personas'. Esto señala Evan Spiegel...

[^ SUBIR AL INICIO](#)

SUSCRIBETE A NUESTRO BOLETÍN

SUSCRIBIRSE

prnoticias 2015 © C/ Marqués de Monteaudo18, 2º Planta, 28028 Madrid (España)
Tif (34) 91 713 11 72 - AVISO LEGAL - NORMAS DE USO DE COMENTARIOS - POLÍTICA
DE COOKIES

Grupo prnoticias. Todos los derechos reservados.