

Esta web utiliza 'cookies' propias y de terceros para ofrecerte una mejor experiencia y servicio. Al navegar por la web consideramos que acepta su uso. Más información aquí

Si piensas en el medio cine,
piensas en 014 Media

Ver más

014
ES OTRA PELÍCULA

Revista Cínerama • Mupis • Acciones Especiales • Publicidad en Pantalla

el publicista

Inicio

¿Quiénes somos?

Tienda

Ejemplar gratis

Oferta editorial

La guía

Quiero suscribir

Buscar:

en este web

en internet

Profesión

Agenda

la guía

CONTENIDOS

La publicidad y el vídeo online
Las claves para entender al target infantil
Publicidad y lujo
Claves para entender el CRM en la actualidad
El negocio visto por las agencias
Las claves del social media
Inversión en publicidad: tendencias del negocio
Noticias
Anunciantes
Agencias
Agencias de medios
Medios
Branded Content
Servicios de marketing
Mundo online
Comunicación y RR.PP.
Investigación
Mobile marketing
Producción gráfica y audiovisual
Profesión
Diseño y branding
Fotografía
Eventos
Festivales y premios
Publicidad y salud
Claves del marketing y la publicidad 2.0
Tendencias de publicidad y marketing para 2016
Los mejores de 2014
Documentos
El futuro de la publicidad exterior
Eficacia publicitaria: casos de éxito
Publicidad y cine
Eslóganes
Enlaces

EDICIONES DIGITALES

Anuario de Investigación 2015.
Guía de Masters y Cursos de Postgrado 2015/2016
-Anuario de Agencias de Publicidad y Medios 2015
-Anuario de Agencias de Publicidad y Medios 2014
-Agencias y Grupos Nacionales de Publicidad

AL MARGEN

Felicitaciones Navideñas
Publicidad y Humor



El Publicista/Noticias/Profesión

15/01/2016



España: aumentan casi un 20% los honorarios de las agencias digitales

La facturación derivada del trabajo de los profesionales que dan servicio en las áreas de business intelligence, consultoría, creatividad y tecnología, la que más ha aumentado durante 2015. Por contra caen en servicios de community manager. Este incremento de los honorarios refleja que el volumen de inversión y gasto publicitario de los anunciantes y sus marcas se ha incrementado notablemente.

El año 2015 ha sido un gran ejercicio para el sector publicitario en general desde el punto de vista de negocio. A falta de datos oficiales proporcionados por los medidores del mercado se estima que la inversión publicitaria se ha incrementado entre un 4% y un 5% respecto al volumen de inversión del año 2014 (sin descontar inflación), manteniendo la senda de la recuperación y crecimiento iniciada en 2013 y 2014. Y gran parte de este incremento se debe a la publicidad digital, que ejerce como locomotora de la industria, al poner su foco los anunciantes españoles en esta vertiente. Por eso no es de extrañar que los honorarios de las agencias de publicidad digitales se hayan disparado durante el año pasado. En concreto un 18% a nivel global, a tenor de los resultados del "Estudio de Honorarios de las Agencias Digitales y de Servicios de Marketing 2015" que elabora Adigital anualmente.

Según 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, una tendencia que ya se venía advirtiendo en ejercicios anteriores pero que el año pasado se ha notado con mayor intensidad. 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. Estos perfiles ya registraron en 2014 un incremento considerable, pero el año pasado se produjo una subida superior, lo que se recibe con mucha satisfacción por parte de las agencias digitales y demuestra que los "presupuestos de los anunciantes se han recuperado", según remarca Juan Luis Polo.

En esta recuperación global de las tarifas de las agencias digitales hay, no obstante, excepciones. Y la más llamativa es la caída de las retribuciones o nivel de facturación que se aplica por servicios de community management de profesionales vinculados a los departamentos de social media y de contenidos. Perfiles muy demandados en el sector hace tres o cuatro años, hemos asistido a un primer ajuste en 2015, por lo que las tarifas han bajado.

El informe, 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.

Último +visto +votado

- 1 | John Seifert, nuevo CEO global de Ogilvy & Mather
- 2 | Miguel Ángel Furones, nombrado country chairman de Publicis Communications Españ...
- 3 | Una hamburguesa de McDonalds para declarar tu amor
- 4 | ABC, primer diario español en Facebook Instant Articles
- 5 | La agencia Innuba arranca oficialmente



Libros



'Desorden' y la nueva mística frente a la lógica y la mística
Después de su gran éxito con "Postpublicidad" y su argumenta... [\[+\]](#)



Marca e identidad del cine español
Un grupo de profesores, capitaneados por Emilio C. García... [\[+\]](#)



Seda y Pincel
Mari Carmen Marco, muy conocida en el sector publicitario po... [\[+\]](#)



El Octavo Sentido
"El Octavo Sentido" desgrana experiencias profes... [\[+\]](#)



Introducción a la Publicidad
El libro de Agustín Medina habla de la publicidad con... [\[+\]](#)



El cerebro del inversor
El libro titulado "El cerebro del inversor", que... [\[+\]](#)

2015

ESTUDIO DE HONORARIOS DE LAS AGENCIAS DIGITALES Y DE SERVICIOS DE MARKETING 2015

Los datos que proporciona el Estudio se refieren a honorarios por hora de trabajo y jornada de trabajo y se ha realizado a partir de los datos de las agencias pertenecientes a la Asociación. Existen ligeras diferencias entre los promedios debido al redondeo de las tarifas.

Departamento de Cuentas	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director de Servicio al Cliente / Estrategia	128 €	1.026 €	141 €	1.132 €	-9,31 %
Director de Cuentas / Desarrollo de Negocio	92 €	739 €	96 €	769 €	-3,89 %
Supervisor de Cuentas	62 €	493 €	60 €	480 €	2,91 %
Ejecutivo de Cuentas Senior	50 €	398 €	46 €	371 €	7,35 %
Ejecutivo de Cuentas Junior	36 €	287 €	35 €	281 €	2,09 %

Departamento de Creación	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director Creativo Ejecutivo	158 €	1.268 €	160 €	1.281 €	-1,03 %
Director Creativo	95 €	756 €	93 €	744 €	1,69 %
Supervisor Creativo	80 €	637 €	72 €	572 €	11,31 %
Director de Arte Senior	68 €	543 €	62 €	496 €	9,43 %
Director de Arte Junior	48 €	381 €	43 €	342 €	11,33 %
Redactor Senior	62 €	492 €	57 €	456 €	8,25 %
Redactor Junior	43 €	344 €	40 €	322 €	7,10 %
Diseñador UX	64 €	512 €	70 €	564 €	-9,23 %
Diseñador Gráfico Senior	57 €	457 €	52 €	412 €	10,99 %
Diseñador Gráfico Junior	39 €	312 €	38 €	302 €	3,17 %

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 %

Departamento de Producción / Desarrollo	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director de Producción / Director de Tecnología	111 €	888 €	101 €	806 €	10,24 %
Responsable Arquitectura Información / Usabilidad	73 €	581 €	67 €	535 €	8,74 %
Analista de Programación	66 €	530 €	61 €	490 €	8,12 %
Project Manager	63 €	507 €	59 €	470 €	7,77 %
Programador Avanzado Front End	64 €	516 €	58 €	464 €	11,16 %
Programador Avanzado Back End	62 €	497 €	59 €	474 €	4,76 %
Programador Front End	53 €	421 €	49 €	390 €	8,05 %
Programador Back End	50 €	401 €	46 €	371 €	8,14 %

Departamento de Planificación / Consultoría	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director	124 €	991 €	126 €	1.011 €	-1,98 %
Planner	75 €	596 €	63 €	507 €	17,53 %
Consultor Senior	77 €	618 €	77 €	618 €	-0,05 %
Consultor Junior	50 €	397 €	43 €	347 €	14,46 %

Departamento de BBDD, Segmentación y Dalaming	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director	153 €	1.222 €	132 €	1.054 €	16,00 %
Senior Data Analyst	69 €	555 €	62 €	492 €	12,88 %
Junior Data Analyst	44 €	353 €	37 €	295 €	19,55 %

Departamento de Audiovisual	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director	83 €	661 €	83 €	663 €	-0,30 %
Producer Audiovisual	51 €	409 €	51 €	408 €	0,39 %

Departamento de Medios	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Director de Medios	105 €	839 €	102 €	814 €	3,09 %
Planificador de Medios (Digital Planner)	69 €	550 €	67 €	533 €	3,11 %

Dirección	Promedio 2015		Promedio 2014		2015 vs 2014
	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	Tarifa/hora	Tarifa/jornada	
Head of Digital / Director de Desarrollo Digital	146 €	1.170 €	139 €	1.116 €	4,82 %
Director General	212 €	1.695 €	257 €	2.058 €	-17,62 %
Subdirector General	146 €	1.170 €	143 €	1.142 €	2,40 %

El Estudio de Honorarios presenta:

- Para el sector en general, mejorar la reputación y profesionalidad de las Agencias de AD, con información fiable que aporte transparencia y credibilidad.
- Para los anunciantes, ofrecerles un benchmark de honorarios específico de las Agencias Digitales y de Servicios de marketing que les permita contrastar adecuadamente el valor de los servicios de agencia.
- Para las agencias, facilitarles un benchmark fiable que les permita mejorar su gestión: competitividad, política comercial y servicios que ofrecen.

Votar: 

Resultado:  1 voto



el publicista

[Publicidad] [normas de uso] [política de privacidad]

El Publicista S.L. © 2003 - 2006 . Todos los derechos reservados

[XML/RSS](#)

Gestor de contenidos desarrollado por:  Powered by SPC v2016 © 