

SALARY SCOPE

ESPAÑA 2022
AGENCIAS CREATIVAS

Análisis de los salarios
de los profesionales de las
Agencias Creativas en España



SALARY SCOPE

ESPAÑA 2022
AGENCIAS CREATIVAS

ÓSCAR LÓPEZ
RESEARCH & STUDIES DIRECTOR

HÉCTOR ABANADES
RESEARCH MANAGER

CÉSAR VACCHIANO
PRESIDENT & CEO



INTRODUCCIÓN

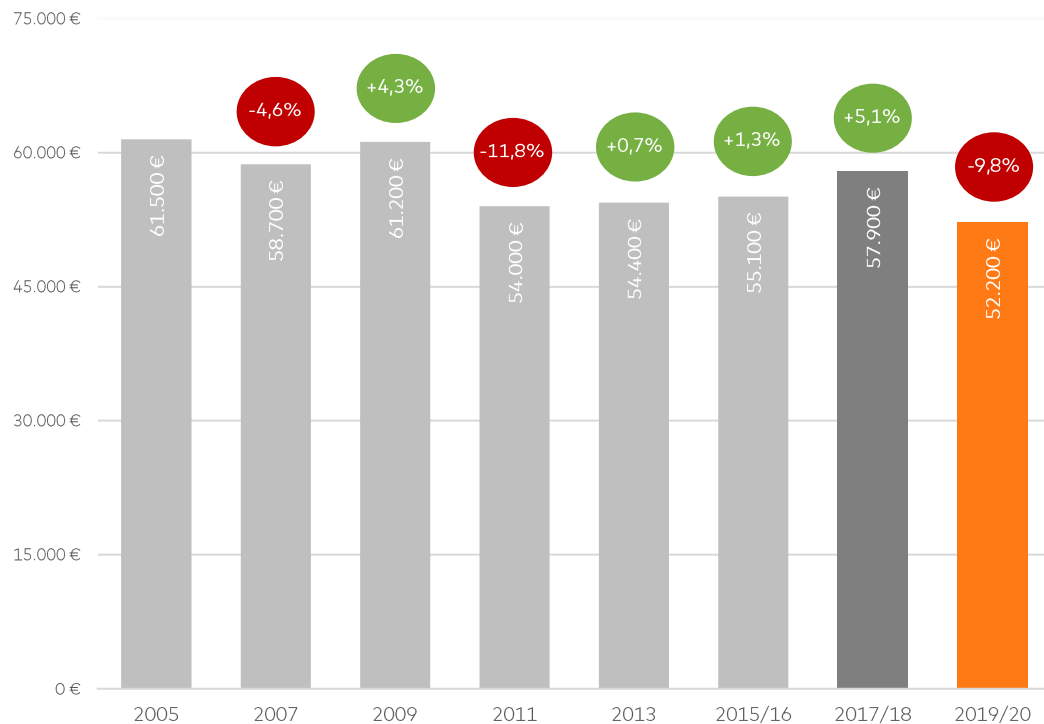
EL ESTUDIO QUE REVELA LA EVOLUCIÓN SALARIAL DE LOS PROFESIONALES DE LAS AGENCIAS CREATIVAS EN ESPAÑA

Estamos muy orgullosos de haber realizado en 2022 la 12ª edición del SALARY SCOPE en España. El estudio se ha llevado a cabo gracias a la participación de 684 profesionales de agencias creativas. Todos ellos nos han cedido generosamente su tiempo y colaboración compartiéndonos datos muy confidenciales y personales, ya que son sus datos salariales actuales. Desde aquí, enviamos nuestro más sincero agradecimiento a todos los profesionales entrevistados, ya que hacen que el Estudio sea posible.

El Estudio es una herramienta clave para las agencias para las revisiones salariales de los empleados, para la captación de talento por parte de Recursos Humanos, para la defensa con clientes de los costes de la pirámide de recursos y para el planteamiento de propuestas de remuneración con clientes potenciales.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes (SALARY SCOPE 2019/20)



DATOS CLAVE DE LA PASADA EDICIÓN (2019/20)

- Disminuye la **frecuencia de las revisiones salariales** (menor revisión anual y más profesionales sin revisión).
- El 18% de los profesionales tienen una **remuneración variable** adicional al salario fijo (39% en cargos Directivos).
- El 62% recibe **remuneraciones no dinerarias adicionales** (en 2017 representaba el 65%).
- En 16 puestos (de 37 cargos con datos evolutivos) **existe un incremento salarial** con respecto a 2017.
- El **salario bruto total medio de Directivos** es de 93.300 € (11% menos que en 2017).
- El **salario bruto total medio de cargos no Directivos** crece ligeramente (+1,2%).
- **Se iguala el salario medio en Agencias de Madrid y de Barcelona** (52.000 € y 52.600 € respectivamente).
- **Se reduce la diferencia salarial entre Agencias Multinacionales e Independientes** (11 pp. de diferencia).



Objetivos principales

- ✓ Analizar la **remuneración** de los perfiles de agencias creativas.
- ✓ Incluir **nuevos perfiles** cada vez más frecuentes y demandados en las agencias.
- ✓ **Descripción de** cada uno de **los puestos** analizados.



Objetivos específicos

- ✓ Evaluar el **seniority de los profesionales**: antigüedad en el puesto y en la agencia.
- ✓ Analizar los perfiles de cada puesto en cuando a: **responsabilidades, reportes**, empleados **supervisados...**
- ✓ Saber si existen **otro tipo de remuneraciones** (variable adicional y remuneraciones no dinerarias).
- ✓ Conocer los niveles actuales de **retribución total** (desglosando fija y variable).
- ✓ Conocer el **coste por hora** compañía por cada uno de los cargos analizados.
- ✓ Analizar dicho **coste por hora** en función de unos mínimos (más ajustados a agencias independientes) y unos máximos (más cercanos a las agencias pertenecientes a grupos multinacionales).
- ✓ Conocer la **evolución de los salarios** por cargo analizado.
- ✓ Analizar si existen **revisiones salariales** estipuladas y época del año en que se llevan a cabo.

INTRODUCCIÓN

Notas Metodológicas

Analizamos el **coste por hora** de cada uno de los perfiles analizados. Para los cálculos se ha trabajado sobre dos opciones presentes en el Mercado:

- **COSTE/HORA BAJO** (Overhead = 60%, Margen =15%, Horas anuales =1.680 horas)
- **COSTE/HORA ALTO** (Overhead = 90%, Margen =20%, Horas anuales =1.680 horas)

1. COSTES DIRECTOS DE EQUIPO

Son todos aquellos costes de los equipos que trabajan y **colaboran de manera directa en los proyectos de los clientes**, aportando valor en alguna o cada una de las etapas de generación o implementación de las ideas.

2. OVERHEAD

El 'overhead' **comprende** todos **los gastos operativos de una agencia, excepto los costes directos de equipos asignables al cliente** (o costes repercutidos y facturados directamente al cliente). Las partidas de costes incluidas dentro del 'overhead' no deberían ser discutidas de manera individual ya que éstas responden al modelo de la industria de la Comunicación. Sí podrá ser discutido y negociado, por parte del cliente el porcentaje (%) de 'overhead' aplicable. Estarán incluidas dentro del '**overhead**' **habitual** de una agencia las siguientes partidas:

- Salarios y Bonus de equipos no asignados directamente al Cliente
- Despidos
- Costes de Nuevo Negocio de la agencia no remunerados
- Participación en Festivales y Formación
- Costes del Holding o Network (si los hubiera)
- Honorarios profesionales (RR.HH., Abogados, Consultores,...)
- Herramientas de análisis no repercutidas directamente al Cliente
- Costes de Promoción de la Agencia
- Suscripciones (Asociaciones, Revistas, etc.)
- Comidas y Viajes no facturables
- Comunicaciones
- Amortizaciones y Depreciaciones
- Sistemas Informáticos
- Material de Oficina
- Oficina
- Planes de Salud, Pensiones...

3. MARGEN

Se refiere al porcentaje de beneficio antes de impuestos que la Agencia obtiene con el trabajo realizado. Si bien tampoco existen datos fijos sobre el margen y depende de la situación particular de cada agencia (y de cada cliente y del interés por el mismo), entendemos que podemos llegar a una horquilla media en nuestro mercado. Por otro lado, para el cálculo del **COSTE/HORA DE LAS COMPAÑÍAS** que mostramos en las fichas por cargo, tenemos en cuenta el salario bruto anual al igual que los costes de la Seguridad Social.

12ª
Edición

Tracking
Bienal

684
entrevistas

Agencias
Creativas

Del 31
enero al
8 abril de
2022

Estudio
Único en
el Sector

TIPO DE ESTUDIO
TRACKING CUANTITATIVO con periodicidad bienal,
la edición 2022 es la 12ª del Estudio.



UNIVERSO
PROFESIONALES que trabajan en **AGENCIAS CREATIVAS** (agencias de Publicidad,
agencias BTL y agencias Digitales) que operan en España.



MUESTRA
684 entrevistas a profesionales de **113** Agencias Creativas
(con más de un profesional entrevistado en cada una de ellas). **39** cargos analizados.



CUESTIONARIO
SEMI-ESTRUCTURADO (preguntas cerradas y abiertas) de acuerdo a metodología propia.
Entrevistas on-line a través de CAWI (*Computer Aided Web Interview*),
con una duración media de diez minutos.



FECHAS DE TRABAJO DE CAMPO
Del 31 de enero al 8 de abril de 2022



39 CARGOS ANALIZADOS

ANALISTA (DATA – CRM – ANALYTICS - DIGITAL), ARTE FINALISTA / MAQUETADOR, COMMUNITY MANAGER, *CONTROLLER FINANCIERO, DIRECTOR CREATIVO, DIRECTOR CREATIVO EJECUTIVO, DIRECTOR DE ARTE JUNIOR, DIRECTOR DE ARTE SENIOR, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN & RRPP, DIRECTOR DE CUENTAS, DIRECTOR DE INNOVACIÓN / CIO, DIRECTOR DE MEDIOS, DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / MARKETING, *DIRECTOR DE OPERACIONES / COO, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, DIRECTOR DE PRODUCCION (AUDIOVISUAL / GRÁFICA / DIGITAL), *DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS, DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE, DIRECTOR DE TECNOLOGÍA / CTO, DIRECTOR DIGITAL, DIRECTOR FINANCIERO / CFO, DIRECTOR GENERAL, DIRECTOR GENERAL CREATIVO, DISEÑADOR GRÁFICO, EJECUTIVO DE CUENTAS JUNIOR, EJECUTIVO DE CUENTAS SENIOR, PLANIFICADOR ESTRATÉGICO JUNIOR, PLANIFICADOR ESTRATÉGICO SENIOR, *PRESIDENTE / CEO, PRODUCER, PROGRAMADOR (BACK / FRONT / FULL STACK), REDACTOR / COPY JUNIOR, REDACTOR / COPY SENIOR, *SOCIAL MEDIA / CONTENT CREATOR, SOCIAL MEDIA / CONTENT DIRECTOR, SOCIAL MEDIA MANAGER, SUPERVISOR CREATIVO, SUPERVISOR DE CUENTAS, *UI / UX DESIGNER

**Nuevos cargos analizados: PRESIDENTE / CEO, DIRECTOR DE OPERACIONES / COO, DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS, CONTROLLER FINANCIERO, UI / UX DESIGNER y SOCIAL MEDIA / CONTENT CREATOR.*

ENTREVISTAS EN 113 AGENCIAS/GRUPOS



&ROSÀS, ACTYCREA 110, AFTER, AGENCIA TANGO, AGENCIA YELLOW, AGR FOOD MARKETING, APACHE, ARNOLD/FULLSIX, ARRONTES Y BARRERA, AUPAI!, BAP CONDE, BBDO, BUNGALOW25, BURNS THE AGENCY, BUZZ MARKETING NETWORKS, CASANOVA AGENCY, CHINA, COMUNICA+A, CONTRAPUNTO BBDO, CRAFT WORLDWIDE, D6, DARWIN & VERNE, DAVID, DDB, DDT, DELIRIO & TWAIN, DELOITTE DIGITAL, DRAGONS, DROP & VASE, EL CUARTEL, EL ESPACIO, EL RUSO DE ROCKY, ELOGIA, ENRENOW, ES3, ESTÁ PASANDO, EVIL LOVE, FINDASENSE, FJORD, FUEGO CAMINA CONMIGO, FULL CIRCLE KARMA, GARCÍA, GENETSIS PARTNERS, GOOD REBELS, GROW, HABITANT, HAVAS, HERMOSA HOGARTH WORLDWILD, IM+C, IMAXE, IMILLE, INCRENTA, INNOCEAN, INTERNET REPÚBLICA, ISOBAR, JIRADA COMUNICACIÓN, K•FACTOR, KITCHEN, LA DESPENSA, LA ESCALERA DE FUMIO, LA MUJER DEL PRESIDENTE, LADY BRAVA, LAVINIA NEXT, LEO BURNETT, LOLA MULLENLOWE, M&C SAATCHI, MACGUFFIN, MANIFIESTO, McCANN, MEDIA.MONKS, MI QUERIDO WATSON, MIO GROUP, MOMENTUM, MORIARTY DIGITAL, MPC, MRM, MULTIPLICA, NATEEVO, NURUN, OFFICER & GENTLEMAN, OGILVY, PADRE GROUP, PAVLOV, PINGÜINO TORREBLANCA, PIXEL&PIXEL, POOL, POPIN_, PORTAVOZ, PRODIGIOUS, PROXIMITY, PS21, PUBLICIS, RK PEOPLE, ROI UP, SERVICEPLAN, SHACKLETON, SMILEBRAND, SOCIALMOOD, SRA. RUSHMORE, SUMMER, TBWA\, THE MODERN KIDS & FAMILY, TRUE, VCCP, VMLY&R, WE ARE MARKETING, WE ARE SOCIAL, WEADDYOU, WPP, WUNDERMAN THOMPSON, WYSIWYG, YSLANDIA

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Perfil de la Muestra

La muestra total obtenida es de **684 profesionales que trabajan en Agencias Creativas**, un 28% menos que en la edición anterior. Todas las entrevistas se han realizado vía e-mail, sin posibilidad de refuerzo telefónico debido a que aún la gran mayoría de los profesionales de las agencias seguían teletrabajando. Es el principal motivo por el que la muestra total conseguida ha sido menor que en las pasadas ediciones.

La muestra está compuesta en un 81% por **profesionales de Madrid**, mientras que el 19% restante se corresponde con **profesionales de Barcelona y el resto de España** (108 y 21 respectivamente). Si dividimos la muestra en función del tamaño de la agencia (\pm 50 empleados), el 67% forma parte de **agencias grandes**, mientras que el 33% trabaja en **agencias pequeñas**. La muestra se reparte en un 42% de profesionales de **agencias multinacionales** y un 58% de **agencias independientes**.

MUESTRA	2017 / 2018		2019 / 2020		2021/ 2022	
	N	%	N	%	N	%
MADRID	594	71,5	696	73,3	555	81,1
BARCELONA (+ RESTO DE ESPAÑA*)	237	28,5	254	26,7	129	18,9
AGENCIAS GRANDES (>50 PROFESIONALES)	453	54,5	641	67,5	459	67,1
AGENCIAS PEQUEÑAS (<50 PROFESIONALES)	378	45,5	309	32,5	225	32,9
AGENCIAS MULTINACIONALES	427	51,4	493	51,9	287	42,0
AGENCIAS INDEPENDIENTES	404	48,6	457	48,1	397	58,0
TOTAL ENTREVISTADOS	831		950		684	

* Resto de España (21 entrevistas – 3,1%).

Preguntas Espontáneas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2017 (831), en 2019 (950) y en 2022 (684). [Datos en menciones y porcentaje \(%\)](#)

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Perfil de la Muestra

GÉNERO	2019/20	2021/2022
HOMBRE	49,9	43,3
MUJER	50,1	56,7

EDAD	2019/20	2021/2022
MEDIA EN AÑOS	36,7	36,9

ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	2019/20	2021/2022
MEDIA EN AÑOS	6,0	5,4

ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	2019/20	2021/2022
MEDIA EN AÑOS	6,0	6,3

FORMACIÓN	2019/20	2021/2022
UNIVERSITARIA Y MÁSTER	47,3	48,2
UNIVERSITARIA	44,8	42,5
MÁSTER	3,8	5,6
EDUCACIÓN MEDIA	4,1	3,7

IDIOMAS	2019/20	2021/2022
INGLÉS	94,4	88,2
OTRO IDIOMA	19,1	20,0
NO HABLO NINGÚN OTRO IDIOMA	5,5	9,4

NIVEL DE INGLÉS	2019/20	2021/2022
MUY BIEN (3)	48,3	44,6
BIEN (2)	41,5	39,9
REGULAR (1)	4,6	2,5
NIVEL DE INGLÉS MEDIO (1-3 PUNTOS)	2,32	2,48

EMPLEADOS SUPERVISADOS	2019/20	2021/2022
50 ó MÁS EMPLEADOS	4,1	3,8
26 a 49	3,7	4,2
16 a 25	5,9	3,8
11 a 15	6,6	5,3
6 a 10	13,5	13,0
DE 1 A 5	41,2	40,6
NINGÚN EMPLEADO	25,1	29,2
MEDIA DE EMPLEADOS SUPERVISADOS	8,8	8,2

Preguntas Sugeridas

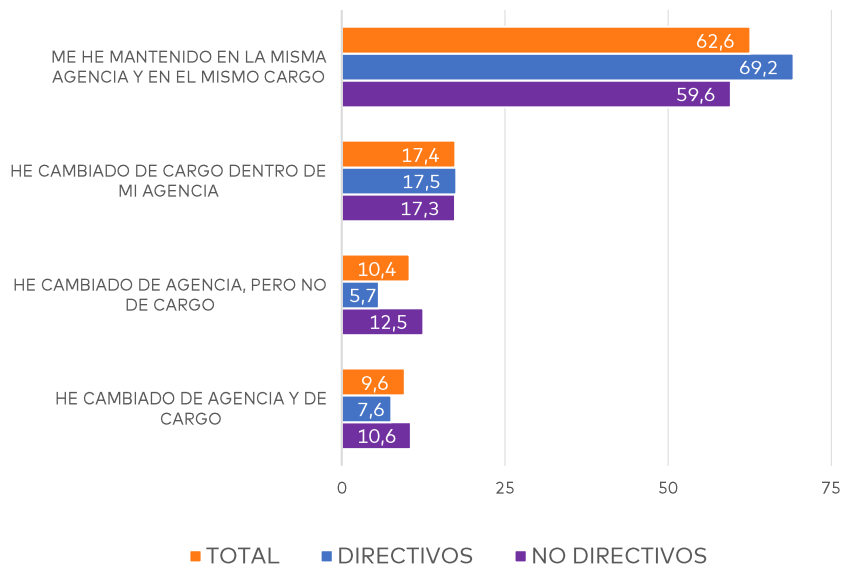
Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (950) y en 2022 (684). Datos en porcentajes(%) y medias



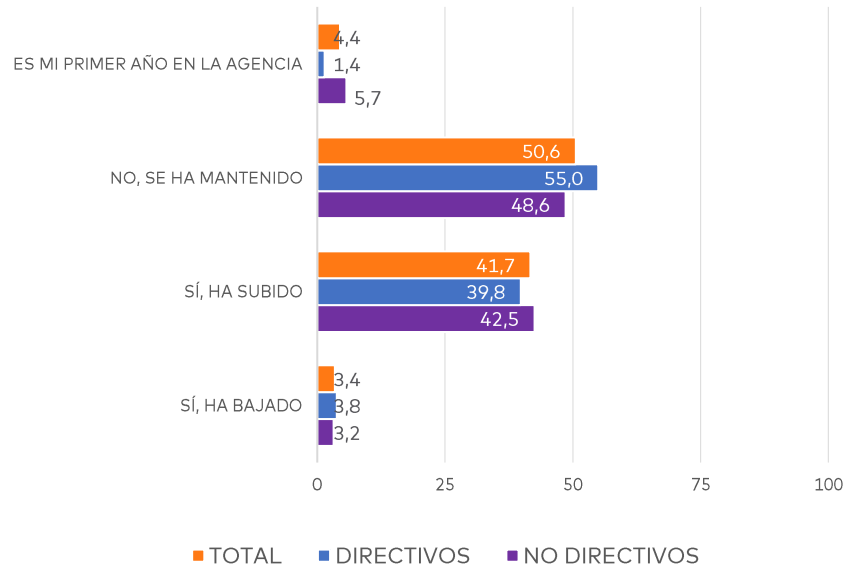
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Nivel de Rotación

¿HA CAMBIADO DE AGENCIA O DE CARGO EN EL ÚLTIMO AÑO (2021)?



¿HA VARIADO SU SALARIO BRUTO ANUAL EN 2022 RESPECTO A 2021?

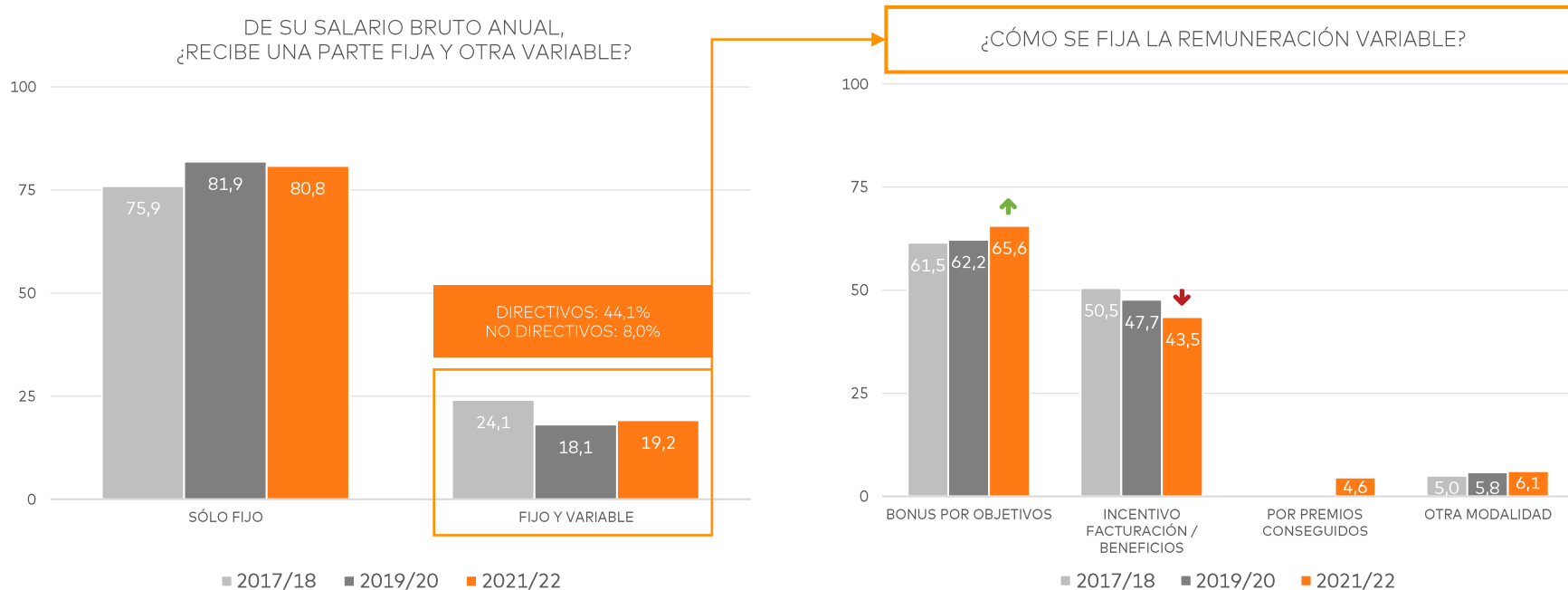


Preguntas Sugeridas

Base: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (684). Datos en porcentajes(%)

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Remuneración Variable



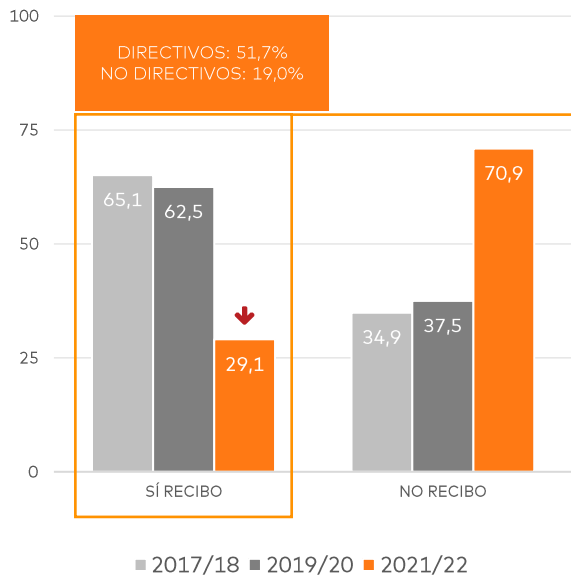
Preguntas Sugeridas

Base: TOTAL ENTREVISTADOS en 2017 (831), en 2019 (950) y en 2022 (684). Datos en porcentajes(%)

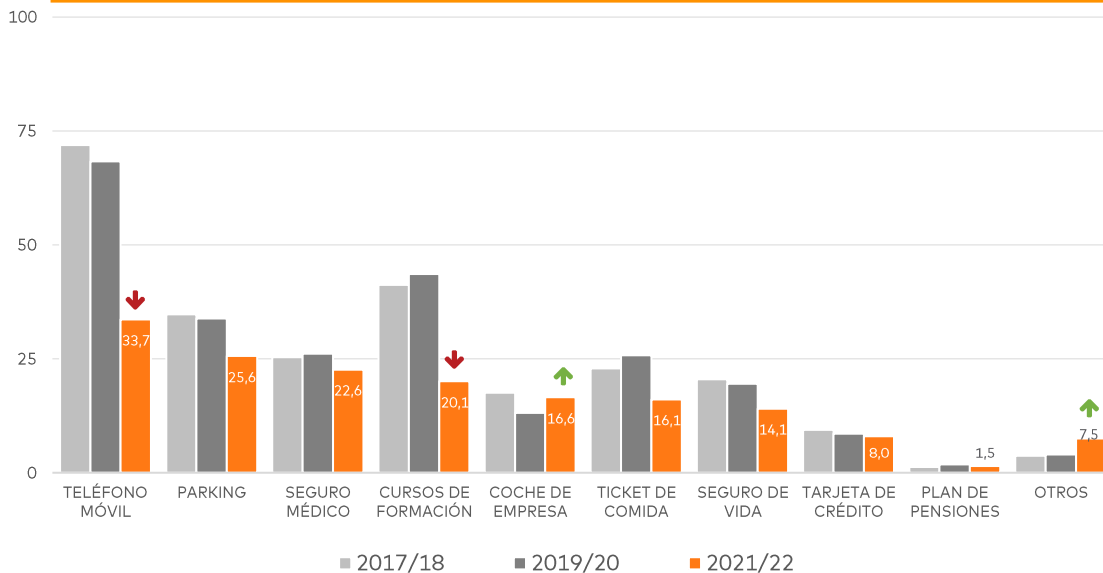
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Remuneraciones no Dineras

¿RECIBE REMUNERACIONES NO DINERARIAS?



¿QUÉ REMUNERACIONES NO DINERARIAS RECIBE?

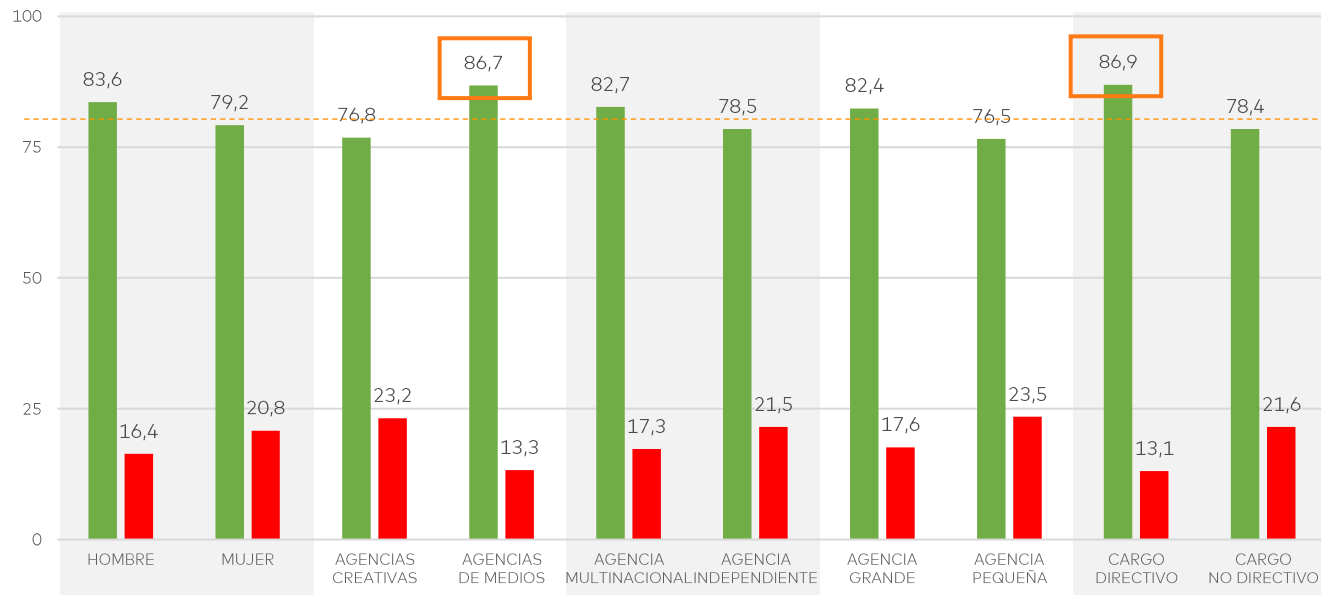
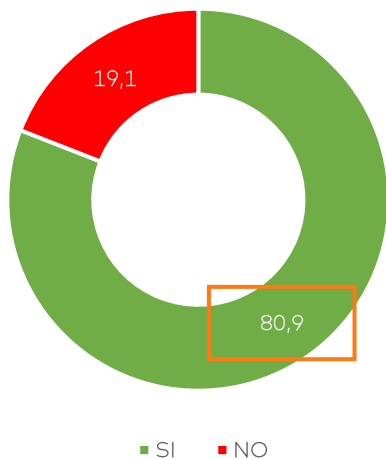


Preguntas Sugeridas

Base: TOTAL ENTREVISTADOS en 2017 (831), en 2019 (950) y en 2022 (684). Datos en porcentajes(%)

Implementación en las Agencias

¿CONSIDERAS QUE TU AGENCIA CUENTA CON POLÍTICAS Y PROGRAMAS ENCAMINADOS A GARANTIZAR LA DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EQUIDAD?



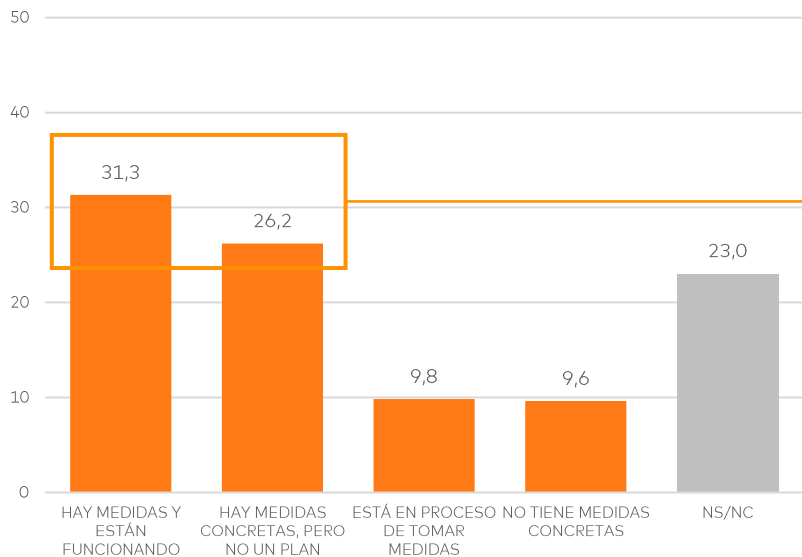
Pregunta Sugerida

Base: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (1038 [608 profesionales de Agencias Creativas y 430 profesionales de Agencias de Medios]). Datos en porcentajes(%)

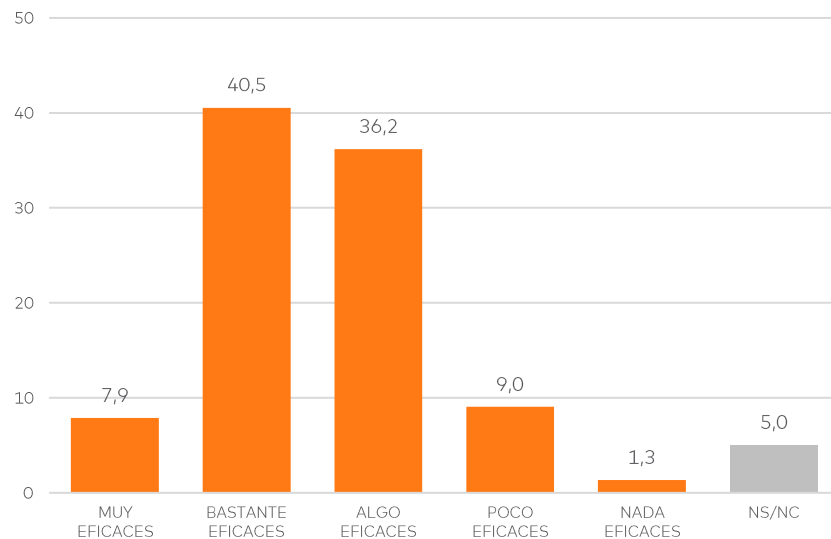
POLÍTICAS DE DIVERSIDAD, IGUALDAD Y EQUIDAD

Implementación en las Agencias

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN DE LAS MEDIDAS EN TU AGENCIA RESPECTO A DICHAS POLÍTICAS?



¿QUÉ IMPACTO DIRECTO TIENEN LAS MEDIDAS ESTABLECIDAS POR TU AGENCIA?



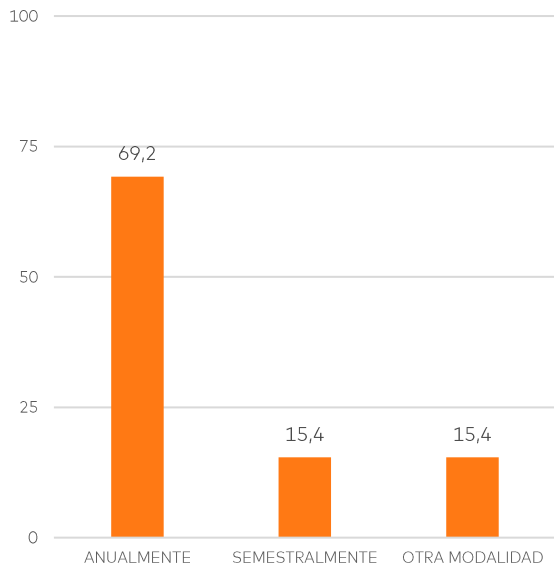
Preguntas Sugeridas

Base: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (1038 [608 profesionales de Agencias Creativas y 430 profesionales de Agencias de Medios]). [Datos en porcentajes\(%\)](#)

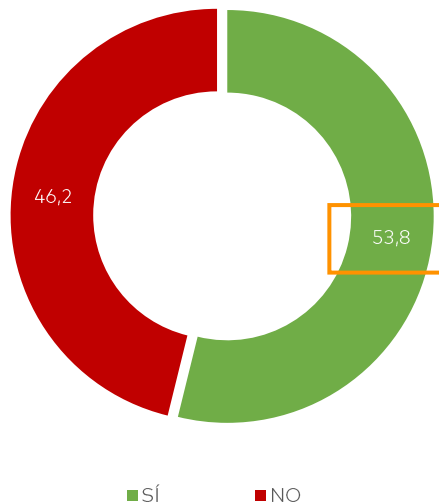
LA OPINIÓN DE LOS DIRECTIVOS DE LAS AGENCIAS

Revisiones Salariales

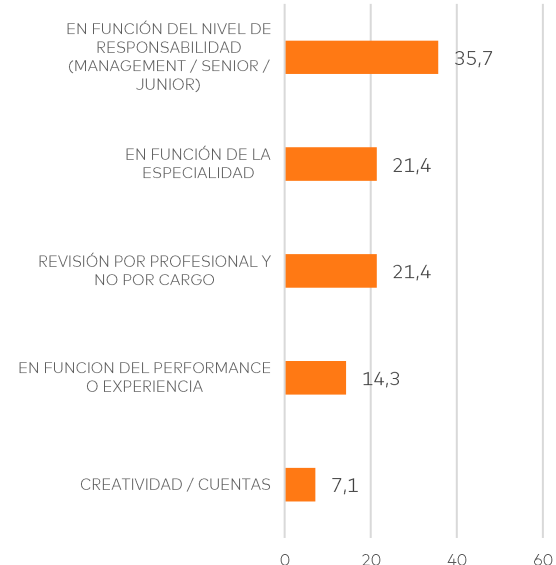
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE REVISAN LOS SALARIOS EN TU AGENCIA?
(INDEPENDIEMENTE DE QUE VARIÉN O NO)



¿HAY DIFERENCIAS POR PERFILES?



¿QUÉ DIFERENCIAS O EN QUÉ PERFILES?

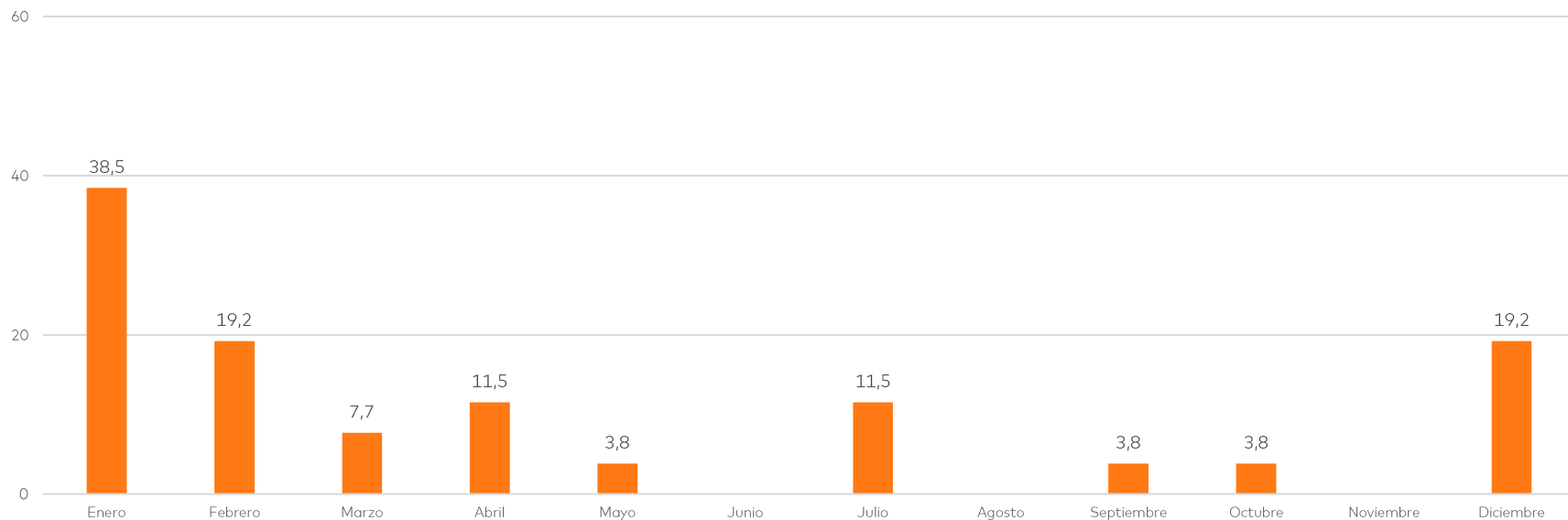


Preguntas Espontáneas y Sugeridas

Base: TOTAL AGENCIAS ENTREVISTADAS en 2022 (26). Datos en porcentaje (%)

Revisiones Salariales

¿EN QUÉ MES DEL AÑO SE REVISAN MAYORITARIAMENTE LOS SALARIOS EN TU AGENCIA?



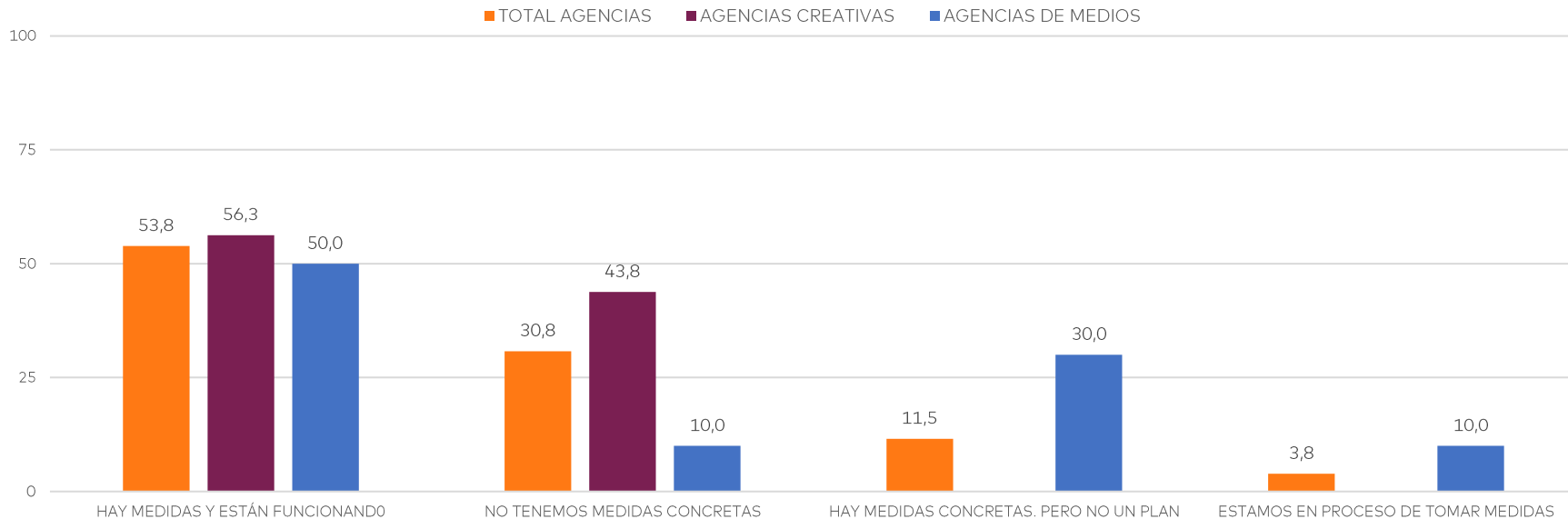
Pregunta Espontánea

Base: TOTAL AGENCIAS ENTREVISTADAS en 2022 (26). Datos en porcentaje (%)

LA OPINIÓN DE LOS DIRECTIVOS DE LAS AGENCIAS

Políticas de Diversidad, Igualdad y Equidad

¿CUENTA TU AGENCIA CON POLÍTICAS Y PROGRAMAS ENCAMINADOS A GARANTIZAR LA DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EQUIDAD?



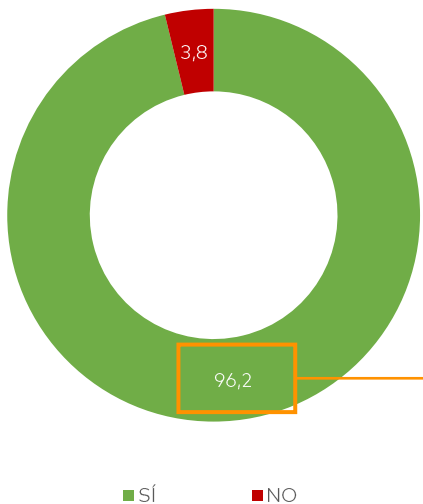
Pregunta Sugerida

Base: TOTAL AGENCIAS ENTREVISTADAS en 2022 (26). Datos en porcentaje (%)

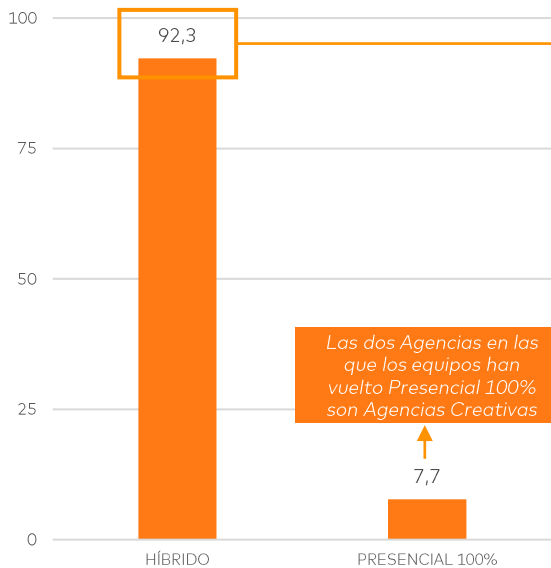
LA OPINIÓN DE LOS DIRECTIVOS DE LAS AGENCIAS

Modelos de Trabajo

¿ESTÁN REGRESANDO LOS EQUIPOS A LAS OFICINAS PARA TRABAJAR PRESENCIALMENTE DESDE LA AGENCIA?



¿EN QUÉ MODALIDAD?



¿EN QUÉ MODALIDAD HÍBRIDA?



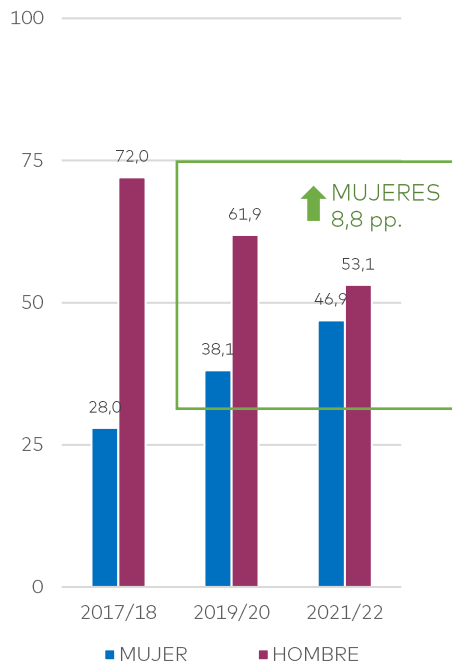
Preguntas Sugeridas

Base: TOTAL AGENCIAS ENTREVISTADAS en 2022 (26). Datos en porcentaje (%)

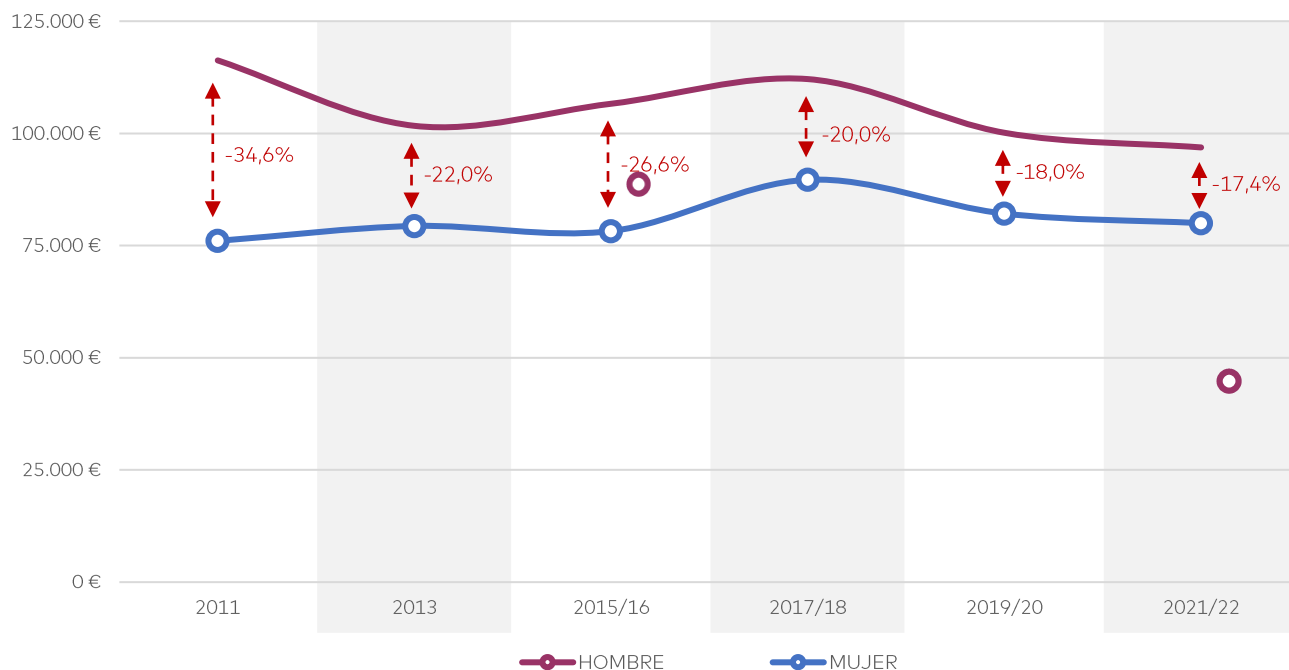
RESUMEN EJECUTIVO

Diferencia Salarial entre Hombres y Mujeres (puestos Directivos)

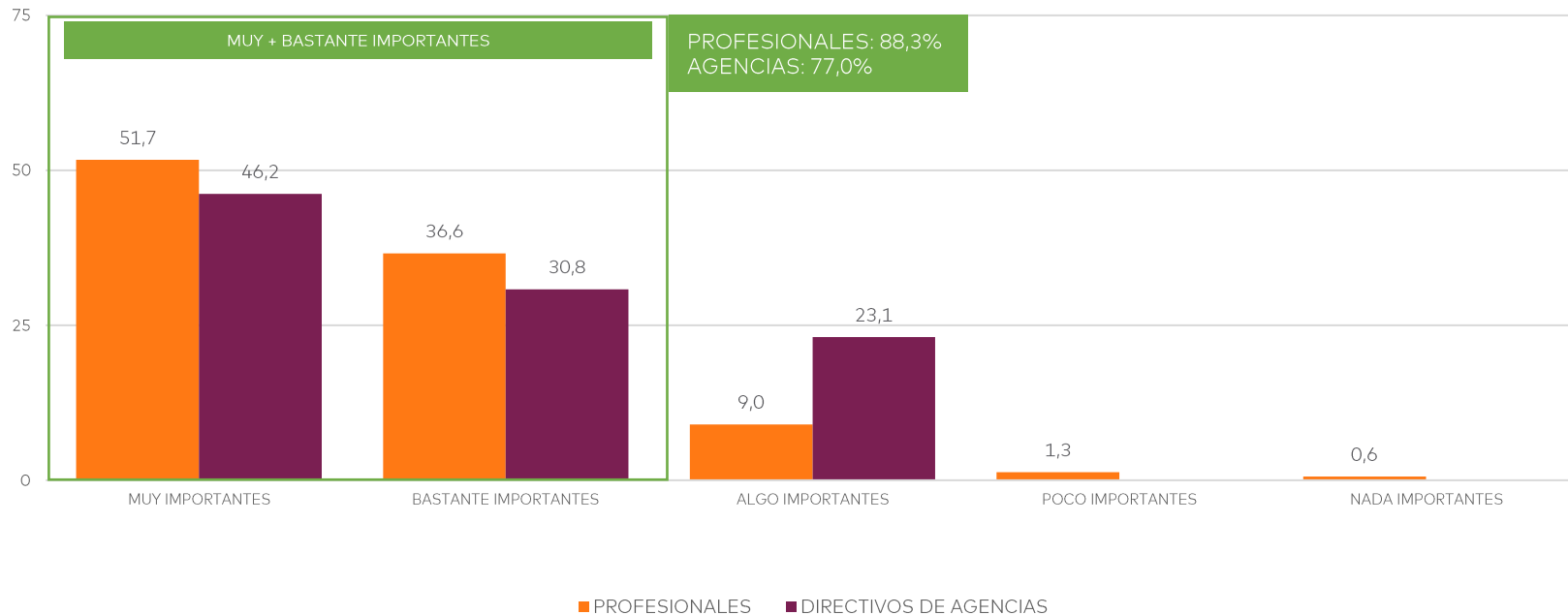
Puestos Directivos (datos en %)



Salario Bruto total medio en Puestos Directivos (evolución - datos en €)



¿HASTA QUE PUNTO CONSIDERA NECESARIAS DICHAS POLÍTICAS DE DIVERSIDAD, IGUALDAD Y EQUIDAD EN EL SECTOR?



Para más información contactar con:

Héctor Abanades [habanades@scopen.com] – *RESEARCH MANAGER*

Óscar López [olopez@scopen.com] – *RESEARCH DIRECTOR*

César Vacchiano [cvacchiano@scopen.com] – *PRESIDENT & CEO*

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



SCOPEN

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