

# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

Análisis de los Salarios  
de los Profesionales de las  
Agencias Creativas y de Medios  
en España



# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

**.ACT**  
ASOCIACIÓN AGENCIAS  
CREATIVIDAD TRANSFORMADORA

**am** Asociación de  
Agencias de Medios

La  
Fede





# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

## CONTENIDOS

### 01. INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVOS
2. FICHA TÉCNICA
3. PERFIL DE LA MUESTRA
4. PUESTOS ANALIZADOS

### 02. DATOS CLAVE

1. ROTACIÓN
2. REMUNERACIÓN
3. SATISFACCIÓN EN EL SECTOR
4. POLÍTICAS DE DIVERSIDAD

### 03. RESUMEN EJECUTIVO

1. EVOLUCIÓN SALARIAL
2. PERFILES JUNIOR
3. CONCLUSIONES

# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

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 Y DE MEDIOS EN ESPAÑA

*Estamos muy orgullosos de haber realizado en 2024 una nueva edición del SALARY SCOPE en España. El estudio se ha llevado a cabo gracias a la participación de 1.634 profesionales de agencias (908 de creativas y 726 de medios). 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 argumentación de los costes de la pirámide de recursos ante los clientes y para el planteamiento de propuestas de remuneración con clientes potenciales.*



### Objetivos principales

- ✓ Analizar la **remuneración** de los perfiles de agencias creativas y de medios.
- ✓ 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.

# INTRODUCCIÓN

## Ficha Técnica



### TIPO DE ESTUDIO

**TRACKING CUANTITATIVO** con periodicidad bienal.



### UNIVERSO

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



### MUESTRA

**908** entrevistas a profesionales de **93 AGENCIAS CREATIVAS** (con más de un profesional entrevistado en cada una), **38** cargos analizados.

**726** entrevistas a profesionales de **56 AGENCIAS / GRUPOS DE MEDIOS** (con más de un profesional entrevistado), **33** cargos analizados.



### CUESTIONARIO

**SEMI-ESTRUCTURADO** (preguntas cerradas y abiertas) con 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 1 de febrero al 8 de abril de 2024.



ESPAÑA 2024/25

ESTUDIO ÚNICO  
EN EL SECTOR

SALARY  
SCOPE

ESPAÑA 2024/25

13<sup>a</sup> EDICIÓN  
AGENCIAS CREATIVAS

12<sup>a</sup> EDICIÓN  
AGENCIAS DE MEDIOS

908  
EN AGENCIAS CREATIVAS

726  
EN AGENCIAS DE MEDIOS

TRACKING  
BIENAL

2024

ENTREVISTAS DURANTE:  
FEBRERO-ABRIL

SCOPEN

# 38 CARGOS ANALIZADOS



ANALISTA (DATA – CRM – ANALYTICS - DIGITAL), CFO / DIRECTOR FINANCIERO, \*CHANNEL PLANNER / MEDIA EXECUTIVE, \*CHIEF DATA OFFICER, COMMUNITY MANAGER, CONTENT CREATOR, \*CONTENT MANAGER, CONTROLLER FINANCIERO, COO / DIRECTOR DE OPERACIONES, CTO / DIRECTOR DE TECNOLOGÍA, DIRECTOR / HEAD OF DIGITAL, DIRECTOR CREATIVO, DIRECTOR CREATIVO EJECUTIVO, DIRECTOR DE ARTE JUNIOR, DIRECTOR DE ARTE SENIOR, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y RR.PP., DIRECTOR DE CONTENT / SOCIAL MEDIA, DIRECTOR DE CUENTAS, DIRECTOR DE MEDIOS / MEDIA MANAGER, DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / MARKETING, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, DIRECTOR DE PRODUCCIÓN (AUDIOVISUAL / GRÁFICA / DIGITAL), DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS, DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE, DIRECTOR GENERAL / OFICINA, DIRECTOR GENERAL CREATIVO, DISEÑADOR / ARTEFINALISTA, EJECUTIVO DE CUENTAS JUNIOR, EJECUTIVO DE CUENTAS SENIOR, PLANNER ESTRATÉGICO, PRODUCER, PROGRAMADOR (BACK / FRONT / FULL STACK), \*PROJECT MANAGER, REDACTOR / COPYWRITER JUNIOR, REDACTOR / COPYWRITER SENIOR, SOCIAL MEDIA MANAGER, SUPERVISOR CREATIVO y SUPERVISOR DE CUENTAS.

*\*Nuevos cargos analizados: CHANNEL PLANNER / MEDIA EXECUTIVE, CHIEF DATA OFFICER, CONTENT MANAGER y PROJECT MANAGER.*

# ENTREVISTAS EN 93 AGENCIAS/GRUPOS



&ROSÀS, 101, 14 AGENCY, 22 GRADOS, 3AW, ACCENTURE SONG, AFG EUROPE, AFTER WORLDWIDE, ARNOLD FULLSIX, BAP&CONDE, BBDO & PROXIMITY, BTOB LIVEBRANDS, BURNS THE AGENCY, BUTRAGUEÑO & BOTTLANDER, BUZZ, CHEIL SPAIN, CHINA (PARTE DE LLYC), CLV, CONTRAPUNTO BBDO, COYOTE, CRAFT WW, CyW, DARWIN & VERNE, DAVID THE AGENCY, DDB, DENSTU CREATIVE, DENTSU, DIGITAS WYSIWYG\*, DIMENSIÓN, DOUBLEYOU, EL RUSO DE ROCKY, ERNEST, ES3, ESTÁ PASANDO, EVIL LOVE, FLASH, FLIRT, FUEGO CAMINA CONMIGO, GENETSIS PARTNERS, GLOBANT CREATE, GOOD REBELS, GROW, HAVAS, IMAXE, INNOCEAN, JUNGLE, KITCHEN, LA DESPENSA, LA MUJER DEL PRESIDENTE, LAVINIA NEXT, LEO BURNETT, LOLA MULLENLOWE, M&C SAATCHI, MANIFIESTO, MARTIANS CREATIVITY, McCANN WORLDWIDE, MEDIA.MONKS, MOMENTUM WORLDWIDE, MONO MADRID, MPC, MRM, OFFICER & GENTLEMAN, OGILVY, PADRE GROUP, PAVLOV, PICK&ROLL, PINGÜINO TORREBLANCA, PIXEL AND PIXEL, POOL CP, PORTAVOZ, PROXIMITY, PS21, PUBLICIS, PUBLICIS GROUPE, RK PEOPLE, ROSEBUD, SERVICEPLAN, SHERIDAN, SIBERIA, SIOUX & CYRANOS, SOCIALMOOD, SRA. RUSHMORE, TANGO, TBWA\, THE SUMMER AGENCY, THINKETERS, VCCP, VML, WATSON, WAY, WE ARE SOCIAL, YELLOW e YSLANDIA.

# INTRODUCCIÓN

## Perfil de la Muestra (Agencias Creativas)

La muestra total obtenida es de **908 profesionales que trabajan en Agencias Creativas**, un 33% más que en la edición anterior (684 profesionales). Todas las entrevistas se han realizado vía e-mail.

La muestra está compuesta en un 76% por **profesionales de Madrid**, mientras que el 24% restante se corresponde con **profesionales de Barcelona y el resto de España** (164 y 54 respectivamente). Si dividimos la muestra en función del tamaño de la agencia ( $\pm$  50 empleados), el 66% forma parte de **agencias grandes**, mientras que el 34% trabaja en **agencias pequeñas**. La muestra se reparte en un 50% de profesionales de **agencias multinacionales / pertenecientes a grupo internacional** y un 50% de **agencias independientes / locales**.

MUESTRA	2019 / 2020		2021/ 2022		2024/ 2025	
	N	%	N	%	N	%
MADRID	696	73,3	555	81,1	690	76,0
BARCELONA (+ RESTO DE ESPAÑA*)	254	26,7	129	18,9	218	24,0
AGENCIAS GRANDES (>50 PROFESIONALES)	641	67,5	459	67,1	597	65,7
AGENCIAS PEQUEÑAS (<50 PROFESIONALES)	309	32,5	225	32,9	311	34,3
AGENCIAS MULTINACIONALES	493	51,9	287	42,0	453	49,9
AGENCIAS INDEPENDIENTES	457	48,1	397	58,0	455	50,1
TOTAL ENTREVISTADOS	950		684		908	

\* Resto de España (54 entrevistas – 5,9%).

### Preguntas Espontáneas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (950), en 2022 (684) y en 2024 (908). [Datos en menciones y porcentaje \(%\)](#)

# INTRODUCCIÓN

## Perfil de la Muestra (Agencias Creativas)

GÉNERO	2021/2022	2024/25
HOMBRE	43,3	42,6
MUJER	<b>56,7</b>	<b>57,4</b>

EDAD	2021/2022	2024/25
MEDIA EN AÑOS	<b>36,9</b>	<b>38,4</b>

ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	2021/2022	2024/25
MEDIA EN AÑOS	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>

ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	2021/2022	2024/25
MEDIA EN AÑOS	<b>6,3</b>	<b>5,9</b>

ANTIGÜEDAD EN EL SECTOR	2021/2022	2024/25
MEDIA EN AÑOS	*	<b>8,7</b>

FORMACIÓN	2021/2022	2024/25
UNIVERSITARIA Y MÁSTER	<b>48,2</b>	<b>49,8</b>
UNIVERSITARIA	42,5	41,4
MÁSTER	5,6	4,3
EDUCACIÓN MEDIA	3,7	4,5

IDIOMAS	2021/2022	2024/25
<b>INGLÉS</b>	<b>88,2</b>	<b>92,0</b>
OTRO IDIOMA	20,0	21,0
NO HABLO NINGÚN OTRO IDIOMA	9,4	7,0

NIVEL DE INGLÉS	2021/2022	2024/25
<b>MUY BIEN (3)</b>	<b>44,6</b>	<b>53,4</b>
BIEN (2)	39,9	44,8
REGULAR (1)	2,5	1,7
<b>NIVEL DE INGLÉS MEDIO (1-3 PUNTOS)</b>	<b>2,48</b>	<b>2,51</b>

EMPLEADOS SUPERVISADOS	2021/2022	2024/25
50 ó MÁS EMPLEADOS	3,8	4,6
26 a 49	4,2	3,9
16 a 25	3,8	6,1
11 a 15	5,3	7,9
6 a 10	13,0	14,6
<b>DE 1 A 5</b>	<b>40,6</b>	<b>43,1</b>
NINGÚN EMPLEADO	29,2	19,8
<b>MEDIA DE EMPLEADOS SUPERVISADOS</b>	<b>8,2</b>	<b>9,2</b>

### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (684) y en 2024 (908). Datos en porcentajes (%) y medias

# INTRODUCCIÓN

## Puestos Analizados (ordenados alfabéticamente) (Agencias Creativas)

CARGOS ANALIZADOS	2021/2022	2024/2025	CARGOS ANALIZADOS	2021/2022	2024/2025
ANALISTA (DATA - CRM - ANALYTICS - DIGITAL)	7	6	DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	29	33
CFO / DIRECTOR FINANCIERO	12	22	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	9	17
CHANNEL PLANNER / MEDIA EXECUTIVE	*	7	DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS	6	7
CHIEF DATA OFFICER	*	5	DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE	26	54
COMMUNITY MANAGER	7	11	DIRECTOR GENERAL / OFICINA	27	42
CONTENT CREATOR	14	11	DIRECTOR GENERAL CREATIVO	10	17
CONTENT MANAGER	*	5	DISEÑADOR / ARTEFINALISTA	15	16
CONTROLLER FINANCIERO	11	8	EJECUTIVO DE CUENTAS JUNIOR	30	23
COO / DIRECTOR DE OPERACIONES	4	8	EJECUTIVO DE CUENTAS SENIOR	19	40
CTO / DIRECTOR DE TECNOLOGÍA	5	9	PLANNER ESTRATÉGICO	22	20
DIRECTOR / HEAD OF DIGITAL	12	13	PRODUCER	9	13
DIRECTOR CREATIVO	36	71	PROGRAMADOR (FULL STACK / FRONT / BACK)	6	7
DIRECTOR CREATIVO EJECUTIVO	28	35	PROJECT MANAGER	*	11
DIRECTOR DE ARTE JUNIOR	21	26	REDACTOR / COPYWRITER JUNIOR	22	29
DIRECTOR DE ARTE SENIOR	48	54	REDACTOR / COPYWRITER SENIOR	26	50
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y RR.PP.	8	10	SOCIAL MEDIA MANAGER	9	16
DIRECTOR DE CONTENT / SOCIAL MEDIA	7	21	SUPERVISOR CREATIVO	14	27
DIRECTOR DE CUENTAS	58	86	SUPERVISOR DE CUENTAS	66	50
DIRECTOR DE MEDIOS / MEDIA MANAGER	4	9	OTRO CARGO	23	8
DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / MARKETING	12	11			

Pregunta Sugerida

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (684) y en 2024 (908). Datos en valores absolutos



ESPAÑA 2024/25



# 33 CARGOS ANALIZADOS



CFO / DIRECTOR FINANCIERO, \*CHANNEL EXPERTISE EXECUTIVE (PLANIFICADOR Y COMPRADOR), CHIEF TRANSFORMATION OFFICER, COMPRADOR, CONTENT / TRANSMEDIA MANAGER, CONTROLLER FINANCIERO, DATA & ANALYTICS EXECUTIVE, DIRECTOR CREATIVO, DIRECTOR DE CONTENT / EXPERIENCE / INFLUENCE, DIRECTOR DE CUENTAS, DIRECTOR DE DIGITAL, DIRECTOR DE INNOVACIÓN, DIRECTOR DE INSIGHTS & ANALYTICS, DIRECTOR DE NEGOCIACIÓN / COMPRAS, DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / MARKETING, DIRECTOR DE OPERACIONES, \*DIRECTOR DE PERFORMANCE / SEARCH, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE, DIRECTOR GENERAL / OFICINA, EJECUTIVO DE CUENTAS, \*PERFORMANCE / PROGRAMMATIC MANAGER, PLANIFICADOR TÁCTICO DE MEDIOS, PLANNER ESTRATÉGICO, RESPONSABLE / MANAGER DE COMPRAS, RESPONSABLE / MANAGER DE CUENTAS, RESPONSABLE / MANAGER DE ESTRATEGIA, \*RESPONSABLE / MANAGER DE INVESTIGACIÓN, RESPONSABLE / MANAGER DE MARKETING / NUEVO NEGOCIO, RESPONSABLE / MANAGER DE PLANIFICACIÓN, SEM/SEO / PERFORMANCE SPECIALIST y \*SOCIAL MEDIA / COMMUNITY MANAGER.

*\*Nuevos cargos analizados: CHANNEL EXPERTISE EXECUTIVE, DIRECTOR DE PERFORMANCE / SEARCH, PERFORMANCE / PROGRAMMATIC MANAGER, RESPONSABLE / MANAGER DE INVESTIGACIÓN y SOCIAL MEDIA / COMMUNITY MANAGER.*

# ENTREVISTAS EN 56 AGENCIAS/GRUPOS

---

&BEYOND, ADSMURAI, ALKEMY, ARENA MEDIA, AVANTE MEDIOS, CARAT, DATAPLANNING, DENTSU, DENTSU X, DIGITAL GROUP, ELOGIA, ESSENCEDIACOM, GLOCALLY, GROUPEM, HAVAS MEDIA, HAVAS MEDIA GROUP, HAVAS PLAY, HEARTS & SCIENCE, IKI MEDIA, INFINITY, INITIATIVE, IPG MEDIABRANDS, IPROPECT, IRIS MEDIA, JELLYFISH, KINESSO, MAKING SCIENCE, MEDIA DIAMOND, MEDIA SAPIENS, MEDIAPLUS, MEDIAPLUS ALMA, MEDIAPLUS EQUIMEDIA, MEDITERRANEA, MINDSHARE, MIOGROUP, NORMMAL, OMD, OMNICOM MEDIA GROUP, PERFORMICS, PHD, PROXIMIA, PUBLICIS GROUPE, PUBLICIS MEDIA, REBOLD, SIDN DIGITAL THINKING, SOMOS SAPIENS, SPARK FOUNDRY, STARCOM, T2Ó, THE&PARTNERSHIP, TIDART, UM, UPARTNER, VOILA MEDIA, WAVEMAKER y ZENITH MEDIA.

# INTRODUCCIÓN

## Perfil de la Muestra (Agencias de Medios)

La muestra total obtenida es de 726 profesionales que trabajan en Agencias de Medios, un 46,9% más que en la edición anterior. Todas las entrevistas se han realizado vía e-mail.

La muestra está compuesta en un 73% por profesionales de Madrid, mientras que el 27% restante se corresponde con profesionales de Barcelona y el resto de España (134 y 62 respectivamente). Si dividimos la muestra en función del tamaño de la agencia ( $\pm$  50 empleados), el 85% forma parte de agencias grandes, mientras que el 15% trabaja en agencias pequeñas. La muestra se reparte en un 79% de profesionales de agencias multinacionales y un 21% de agencias independientes.

MUESTRA	2019 / 2020		2021/ 2022		2024/ 2025	
	N	%	N	%	N	%
MADRID	405	75,8	343	69,4	530	73,0
BARCELONA (+ RESTO DE ESPAÑA*)	129	24,2	151	30,6	196	27,0
AGENCIAS GRANDES (>50 PROFESIONALES)	458	85,8	421	85,2	616	84,8
AGENCIAS PEQUEÑAS (<50 PROFESIONALES)	76	14,2	73	14,8	110	15,2
AGENCIAS MULTINACIONALES	423	79,2	396	80,2	576	79,3
AGENCIAS INDEPENDIENTES	111	20,8	98	19,8	150	20,7
TOTAL ENTREVISTADOS	534		494		726	

\* Resto de España (62 entrevistas – 8,5%).

### Preguntas Espontáneas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (534), en 2022 (494) y en 2024 (726). [Datos en menciones y porcentaje \(%\)](#)

# INTRODUCCIÓN

## Perfil de la Muestra (Agencias de Medios)

GÉNERO	2021/2022	2024/2025
HOMBRE	31,6	36,5
MUJER	<b>68,4</b>	<b>63,5</b>

EDAD	2021/2022	2024/2025
MEDIA EN AÑOS	<b>39,9</b>	<b>41,6</b>

ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	2021/2022	2024/2025
MEDIA EN AÑOS	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>

ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	2021/2022	2024/2025
MEDIA EN AÑOS	<b>6,6</b>	<b>6,4</b>

ANTIGÜEDAD EN AGENCIAS DE MEDIOS	2021/2022	2024/2025
MEDIA EN AÑOS	*	<b>9,6</b>

FORMACIÓN	2021/2022	2024/2025
UNIVERSITARIA Y MÁSTER	41,7	<b>48,1</b>
UNIVERSITARIA	<b>49,2</b>	44,9
MÁSTER	3,8	2,2
EDUCACIÓN MEDIA	5,3	4,8

IDIOMAS	2021/2022	2024/2025
INGLÉS	<b>86,8</b>	<b>90,5</b>
OTRO IDIOMA	16,6	19,3
NO HABLO NINGÚN OTRO IDIOMA	12,1	8,8

NIVEL DE INGLÉS	2021/2022	2024/2025
MUY BIEN (3)	<b>51,5</b>	<b>52,8</b>
BIEN (2)	44,5	44,7
REGULAR (1)	4,0	2,4
NIVEL DE INGLÉS MEDIO (1-3 PUNTOS)	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>

EMPLEADOS SUPERVISADOS	2021/2022	2024/2025
50 ó MÁS EMPLEADOS	3,4	5,4
26 a 49	3,8	5,4
16 a 25	3,4	5,1
11 a 15	4,0	6,9
6 a 10	11,1	16,9
DE 1 A 5	<b>41,5</b>	<b>42,1</b>
NINGÚN EMPLEADO	32,6	18,2
MEDIA DE EMPLEADOS SUPERVISADOS	<b>7,0</b>	<b>10,2</b>

### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (494) y en 2024 (726). Datos en porcentajes (%) y medias

# INTRODUCCIÓN

## Puestos Analizados (ordenados alfabéticamente) (Agencias de Medios)

CARGOS ANALIZADOS	2021/2022	2024/2025	CARGOS ANALIZADOS	2021/2022	2024/2025
CFO / DIRECTOR FINANCIERO	4	11	DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN	5	7
CHANNEL EXPERTISE EXECUTIVE (PLANIFICADOR Y COMPRADOR)	*	13	DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	15	25
CHIEF TRANSFORMATION OFFICER	4	4	DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE	46	64
COMPRADOR	10	7	DIRECTOR GENERAL / OFICINA	16	38
CONTENT / TRANSMEDIA MANAGER	6	8	EJECUTIVO DE CUENTAS	27	37
CONTROLLER FINANCIERO	11	6	PERFORMANCE / PROGRAMMATIC MANAGER	*	13
DATA & ANALYTICS EXECUTIVE	16	11	PLANIFICADOR TÁCTICO DE MEDIOS	55	38
DIRECTOR CREATIVO	4	6	PLANNER ESTRATÉGICO	11	22
DIRECTOR DE CONTENT / EXPERIENCE / INFLUENCE	5	17	RESPONSABLE / MANAGER DE COMPRAS	11	20
DIRECTOR DE CUENTAS	55	85	RESPONSABLE / MANAGER DE CUENTAS	53	77
DIRECTOR DE DIGITAL	12	26	RESPONSABLE / MANAGER DE ESTRATEGIA	5	7
DIRECTOR DE INNOVACIÓN	5	9	RESPONSABLE / MANAGER DE INVESTIGACIÓN	*	9
DIRECTOR DE INSIGHTS & ANALYTICS	6	17	RESPONSABLE / MANAGER DE MKG / NUEVO NEGOCIO	5	7
DIRECTOR DE NEGOCIACIÓN / COMPRAS	15	30	RESPONSABLE / MANAGER DE PLANIFICACIÓN	15	24
DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / MARKETING	12	22	SEM/SEO / PERFORMANCE SPECIALIST	23	15
DIRECTOR DE OPERACIONES	6	18	SOCIAL MEDIA / COMMUNITY MANAGER	*	6
DIRECTOR DE PERFORMANCE / SEARCH	*	16	OTRO CARGO	4	11

### Pregunta Sugerida

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (494) y en 2024 (726). Datos en valores absolutos



ESPAÑA 2024/25





# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

## CONTENIDOS

### 01. INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVOS
2. FICHA TÉCNICA
3. PERFIL DE LA MUESTRA
4. PUESTOS ANALIZADOS

### 02. DATOS CLAVE

1. ROTACIÓN
2. REMUNERACIÓN
3. SATISFACCIÓN EN EL SECTOR
4. POLÍTICAS DE DIVERSIDAD

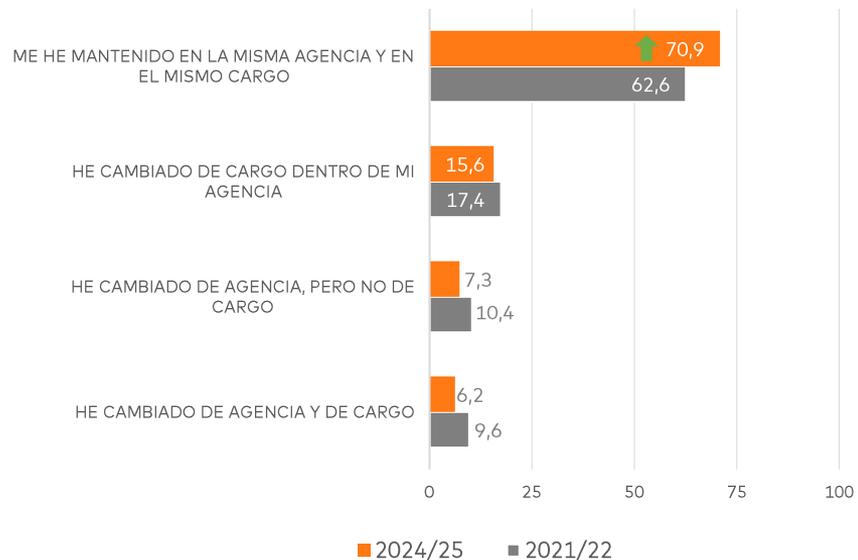
### 03. RESUMEN EJECUTIVO

1. EVOLUCIÓN SALARIAL
2. PERFILES JUNIOR
3. CONCLUSIONES

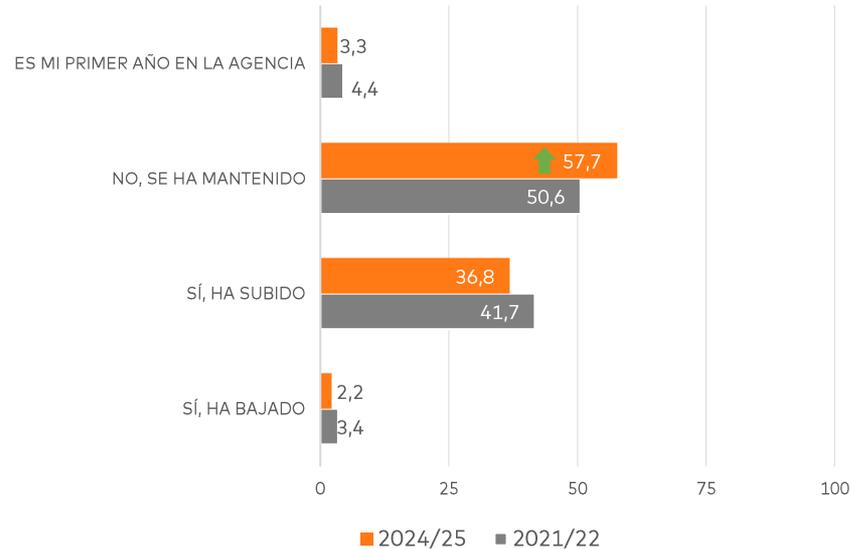
## DATOS CLAVE

### Nivel de Rotación (Agencias Creativas)

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



¿HA VARIADO SU SALARIO BRUTO ANUAL EN 2024?

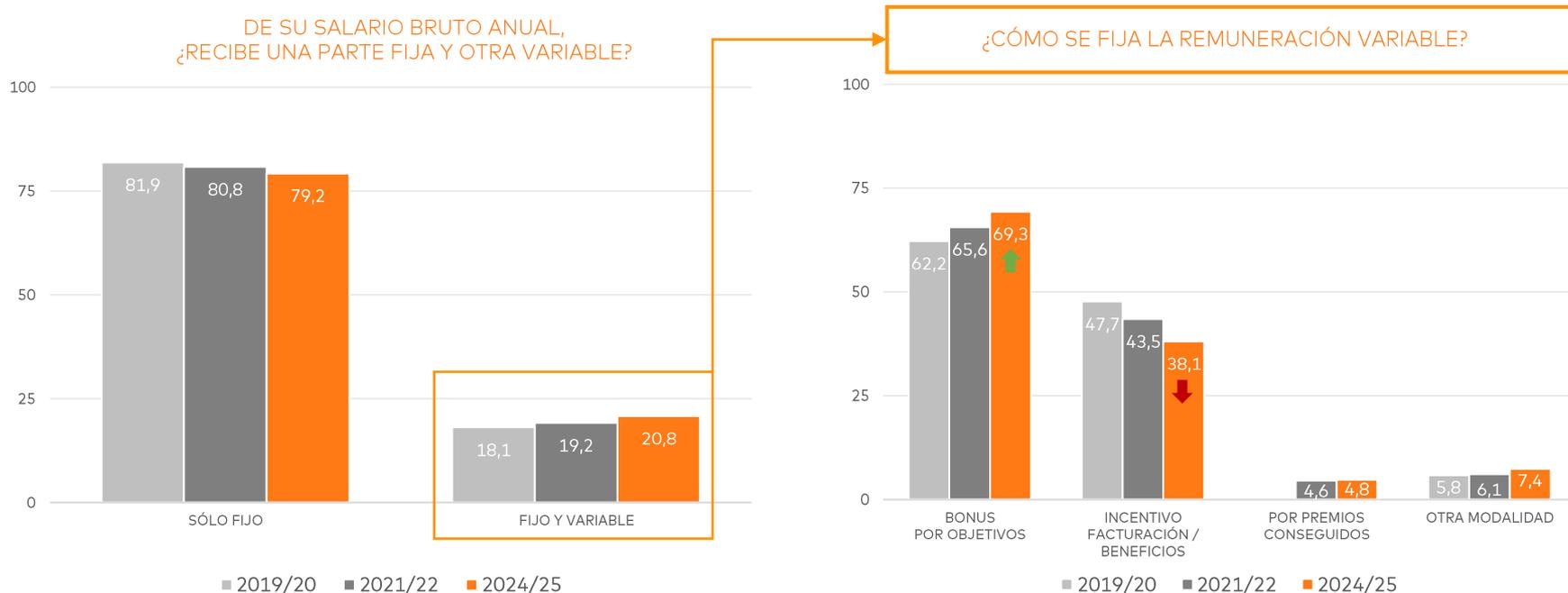


Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (684) y en 2024 (908). Datos en porcentajes(%)

## DATOS CLAVE

### Remuneración Variable (Agencias Creativas)

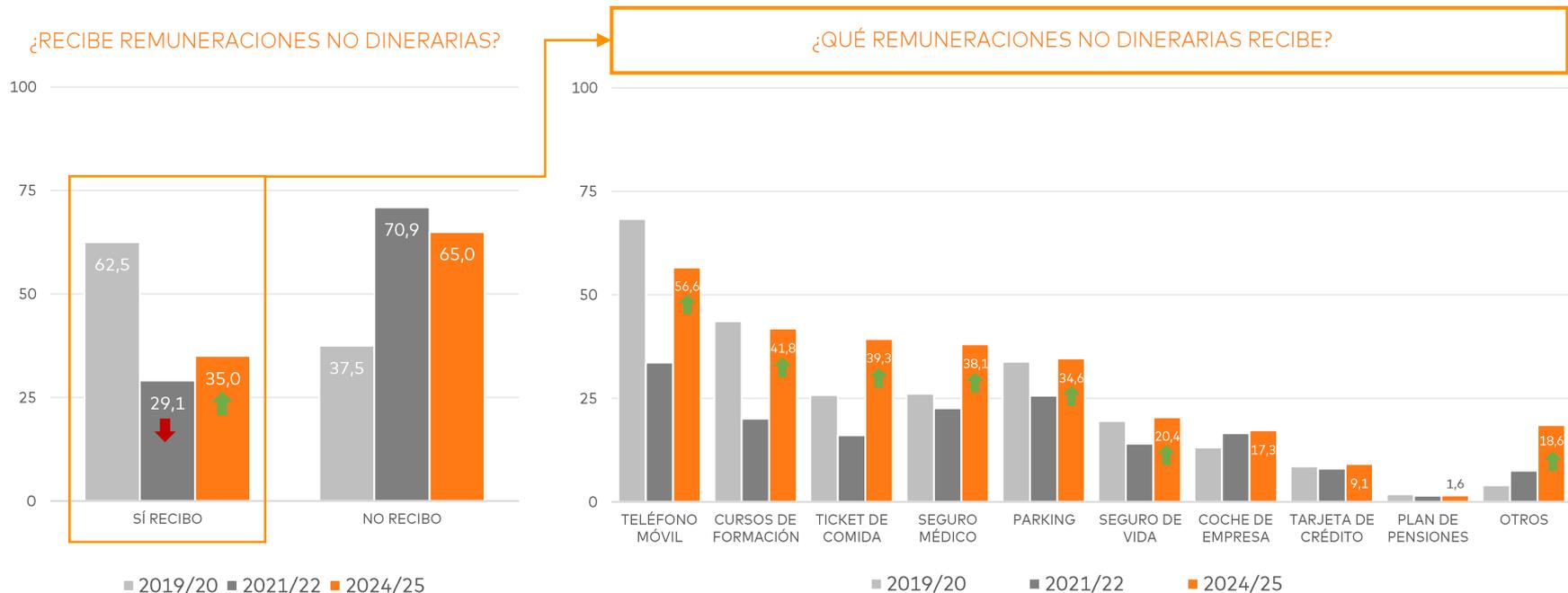


#### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (950), en 2022 (684) y en 2024 (908). Datos en porcentajes(%)

## DATOS CLAVE

### Remuneraciones no Dineras (Agencias Creativas)



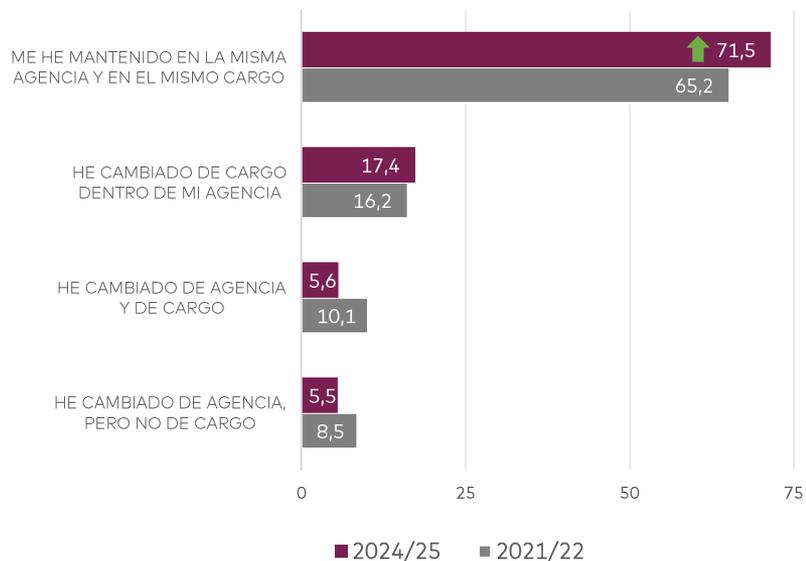
#### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (950), en 2022 (684) y en 2024 (908). Datos en porcentajes(%)

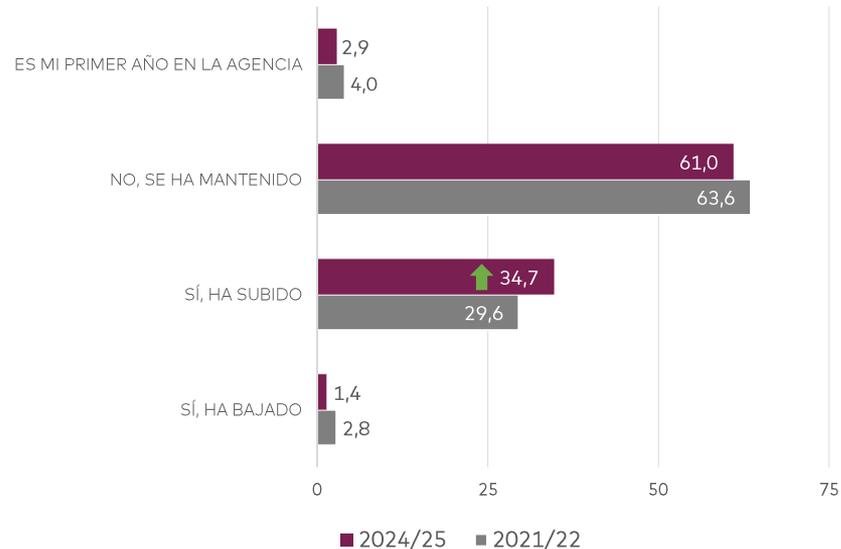
## DATOS CLAVE

### Nivel de Rotación (Agencias de Medios)

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



¿HA VARIADO SU SALARIO BRUTO ANUAL EN 2024?

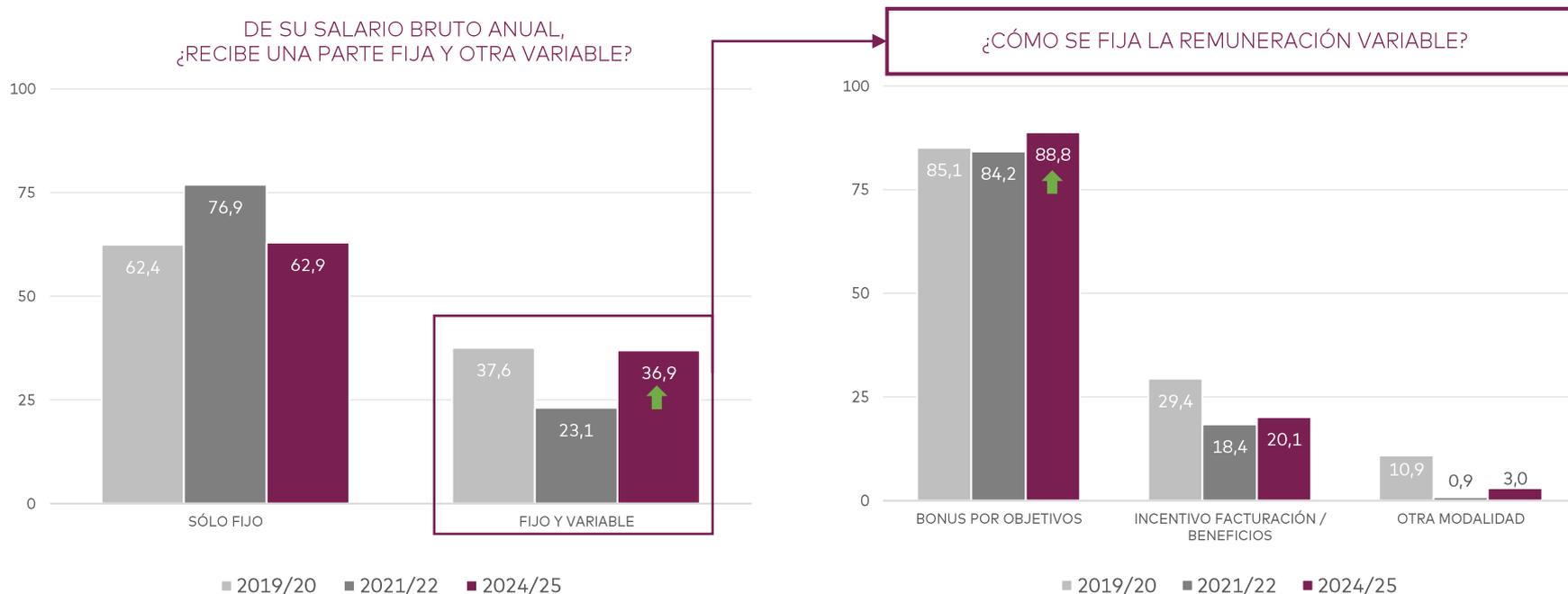


Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (494) y en 2024 (726). Datos en porcentajes (%)

## DATOS CLAVE

### Remuneración Variable (Agencias de Medios)

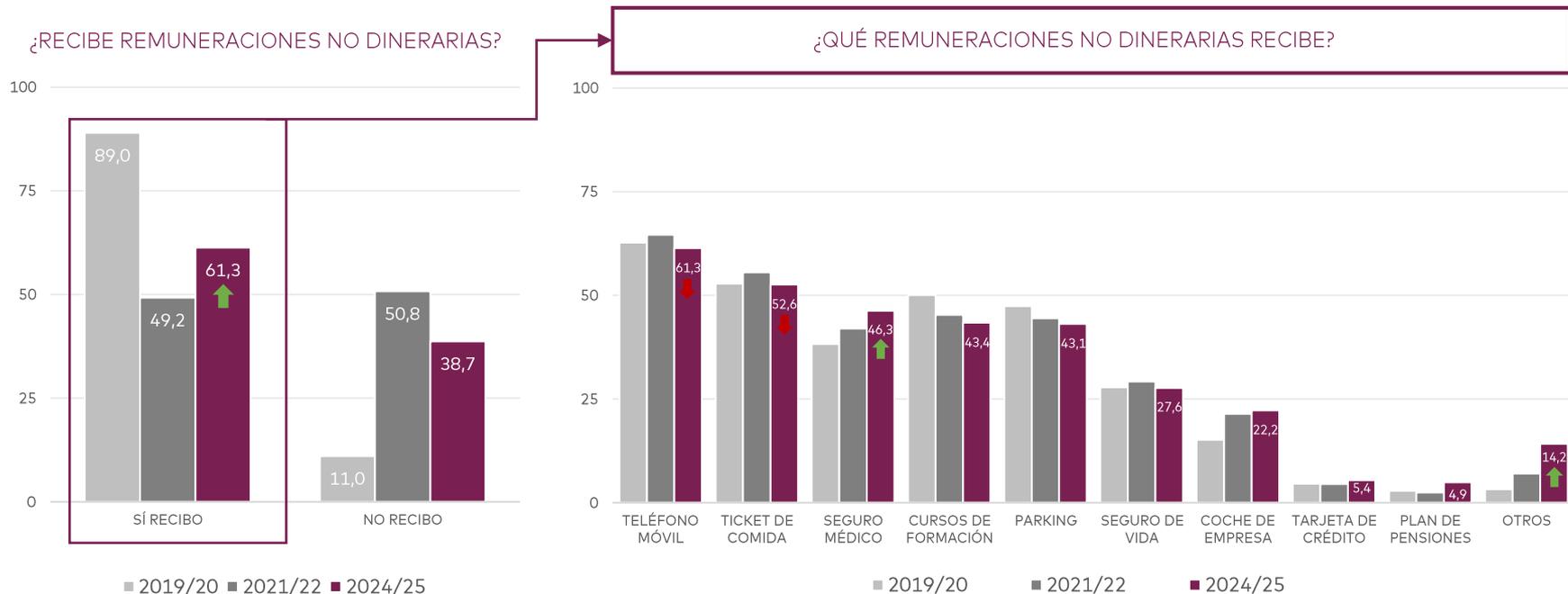


#### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (534), en 2022 (494) y en 2024 (726). Datos en porcentajes (%)

## DATOS CLAVE

### Remuneraciones no Dineras (Agencias de Medios)

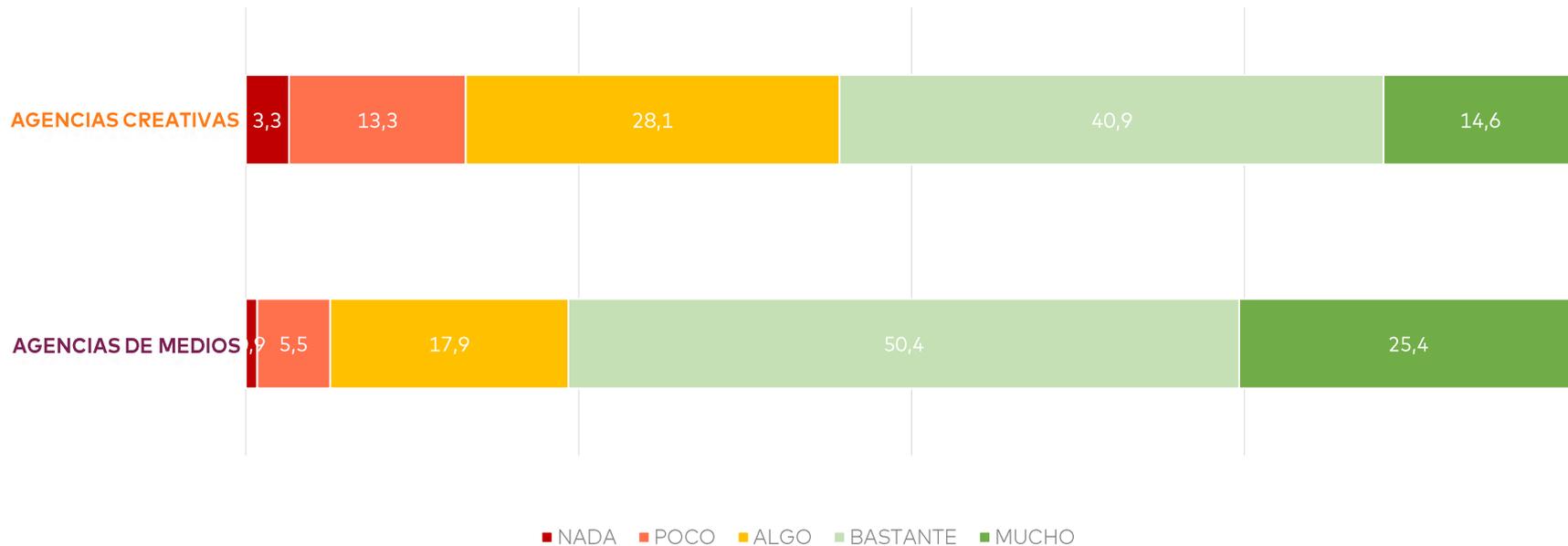


#### Preguntas Sugeridas

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2019 (534), en 2022 (494) y en 2024 (726). Datos en porcentajes (%)

## DATOS CLAVE

### Satisfacción en el sector



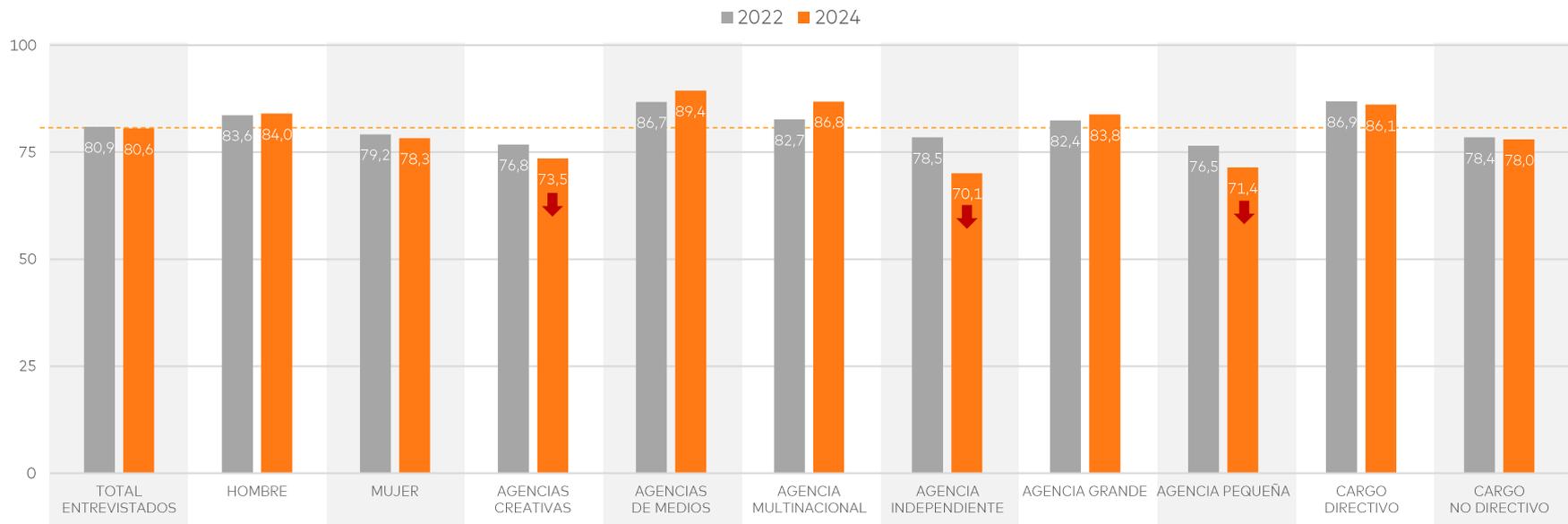
Pregunta Sugerida

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2024 (908 en Agencias Creativas y 726 en Agencias de Medios). Datos en porcentajes (%)

## DATOS CLAVE

# Políticas de Diversidad, Inclusión y Equidad

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



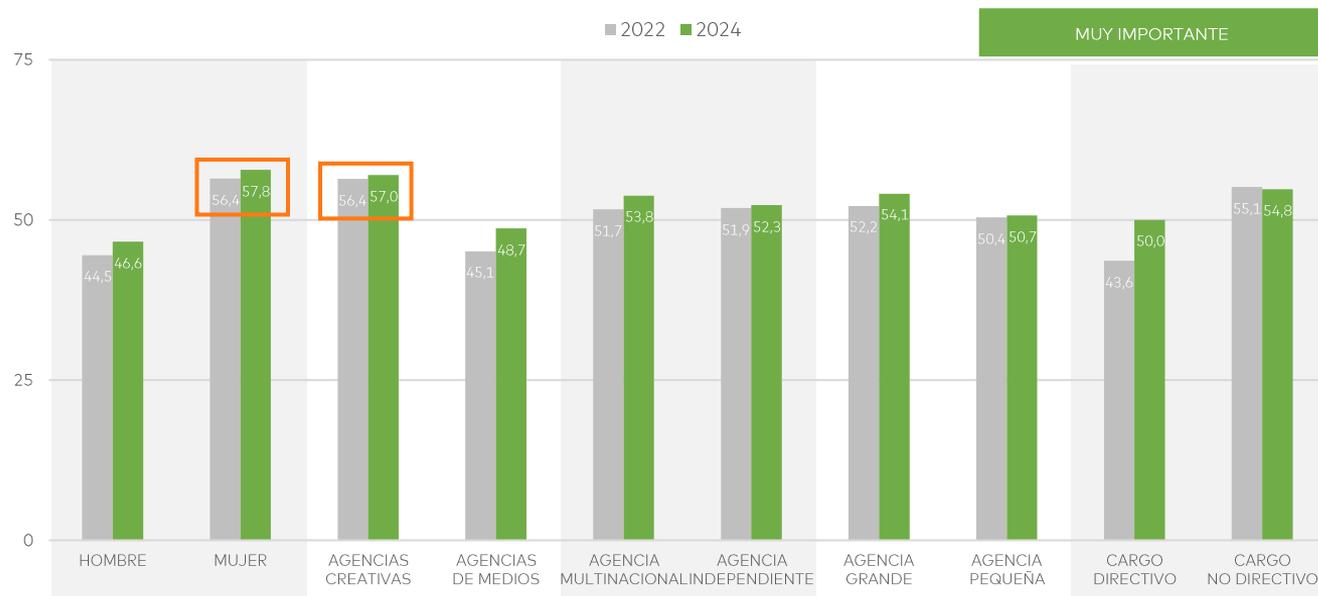
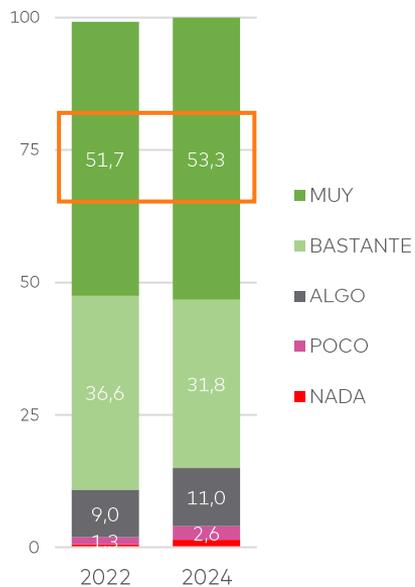
Pregunta Sugerida

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (1038 [608 Agencias Creativas y 430 Agencias de Medios]) y en 2024 (1456 [805 Agencias Creativas y 651 Agencias de Medios]). Datos en porcentajes (%) de respuesta afirmativa

## DATOS CLAVE

# Políticas de Diversidad, Inclusión y Equidad

¿HASTA QUÉ PUNTO CONSIDERAS NECESARIAS DICHAS POLÍTICAS EN EL SECTOR?



Pregunta Sugerida

Bases: TOTAL ENTREVISTADOS en 2022 (1038 [608 Agencias Creativas y 430 Agencias de Medios]) y en 2024 (1456 [805 Agencias Creativas y 651 Agencias de Medios]). Datos en porcentajes (%)



# SALARY SCOPE

ESPAÑA 2024/25

## CONTENIDOS

### 01. INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVOS
2. FICHA TÉCNICA
3. PERFIL DE LA MUESTRA
4. PUESTOS ANALIZADOS

### 02. DATOS CLAVE

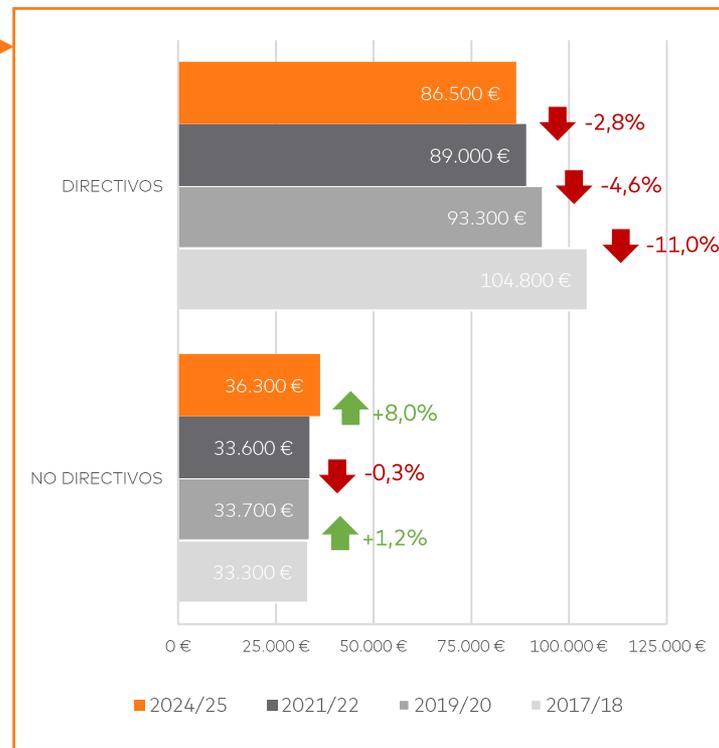
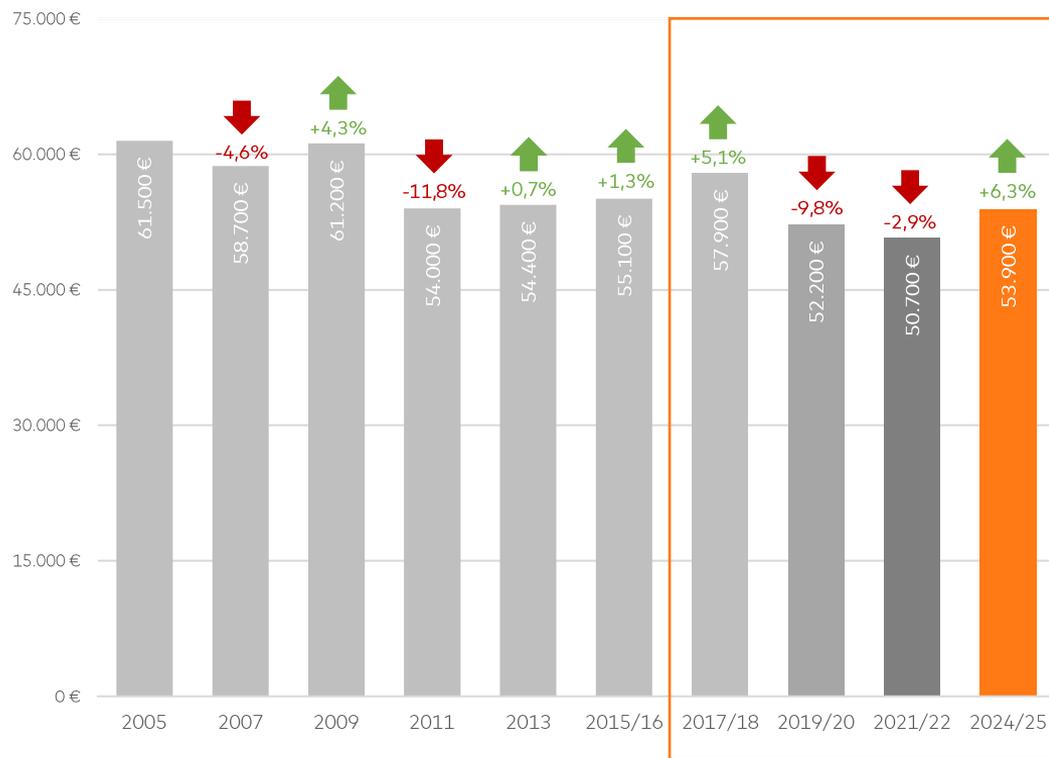
1. ROTACIÓN
2. REMUNERACIÓN
3. SATISFACCIÓN EN EL SECTOR
4. POLÍTICAS DE DIVERSIDAD

### 03. RESUMEN EJECUTIVO

1. EVOLUCIÓN SALARIAL
2. PERFILES JUNIOR
3. CONCLUSIONES

# RESUMEN EJECUTIVO

## Evolución Salarial (Agencias Creativas)

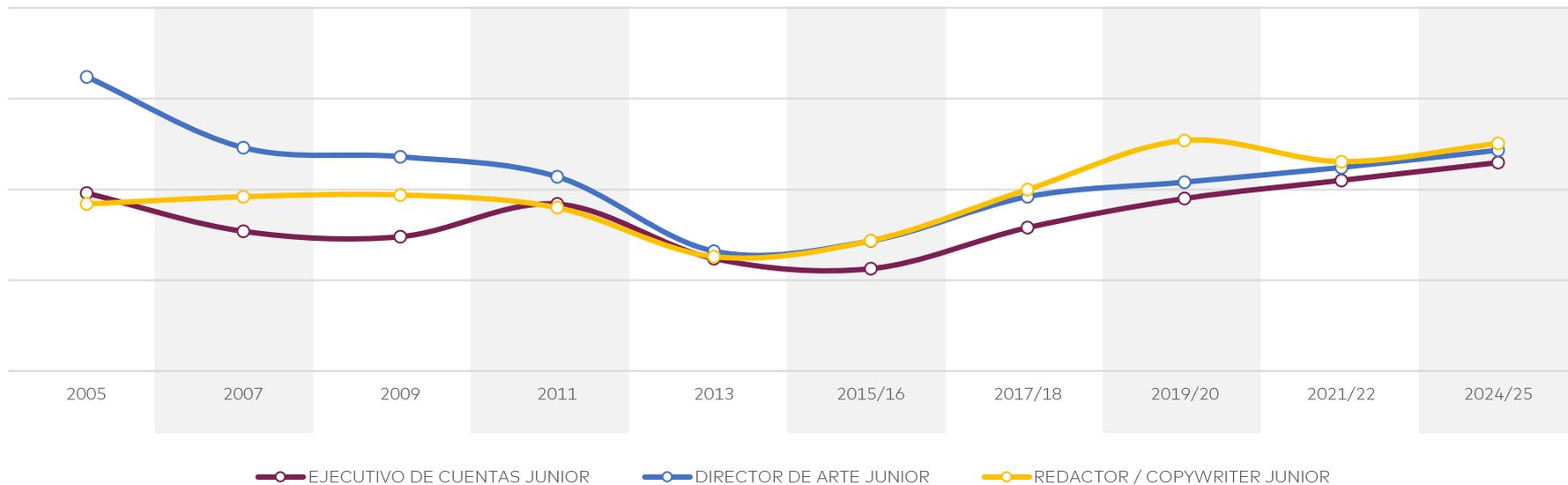


## RESUMEN EJECUTIVO

### Perfiles Junior (Agencias Creativas)

#### LOS SALARIOS DE PERFILES MÁS JUNIOR SIGUEN CRECIENDO EDICIÓN TRAS EDICIÓN

En 2019/20 los tres salarios brutos medios de los perfiles más junior analizados (Ejecutivo de Cuentas Junior, Director de Arte Junior y Redactor / Copywriter Junior) mantuvieron una tendencia alcista. En 2022, dos de ellos siguieron creciendo: el Ejecutivo de Cuentas (+5,1%) y el Director de Arte (+4,0%). Sólo el Redactor / Copywriter descendió frente a la pasada edición (-5,1%). En esta nueva edición (2024/25) los tres salarios han crecido de forma similar: un 4,8% el Ejecutivo de Cuentas, un 4,5% el Director de Arte y un 4,6% el Redactor / Copywriter.



### Conclusiones (Agencias Creativas)



En seis de cada diez casos se ha mantenido el salario (en el 37% se ha incrementado)



Un 21% de los profesionales tienen un variable adicional al salario fijo (un 2% más que en la pasada edición)



Un 35% recibe remuneraciones no dinerarias adicionales (crece un 6%)



En 26 puestos (de 34 cargos con evolutivo) existe un incremento salarial frente a los datos de la edición pasada



En los tres perfiles más junior, el salario medio sigue una tendencia alcista (más de un 4%)



Después de dos ediciones de caída salarial, el salario medio crece hasta 53.900 € (un 6,3% más)



El salario bruto total medio de Directivos es de 86.500 € (un 2,8% menos que en la pasada edición)



El salario bruto total medio de cargos no Directivos crece un 8% (36.300 €)



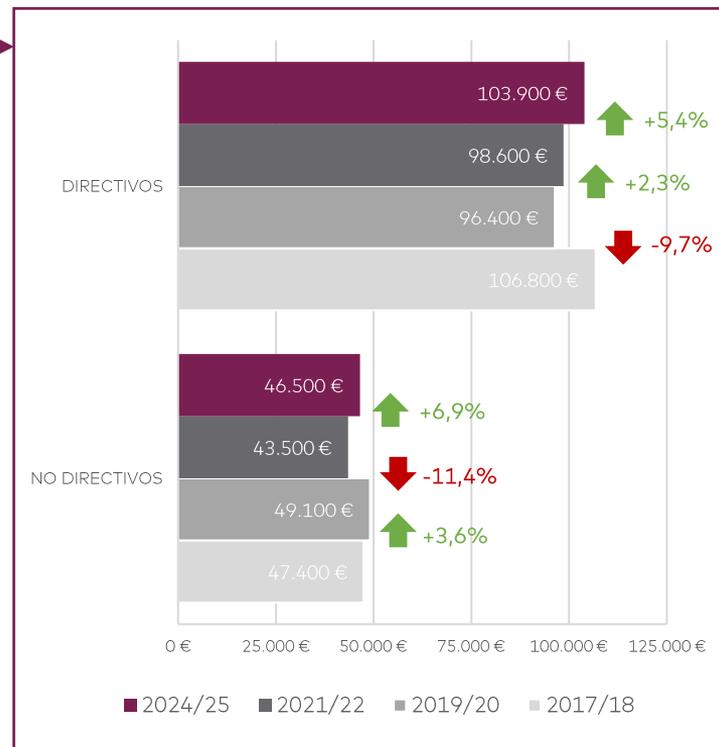
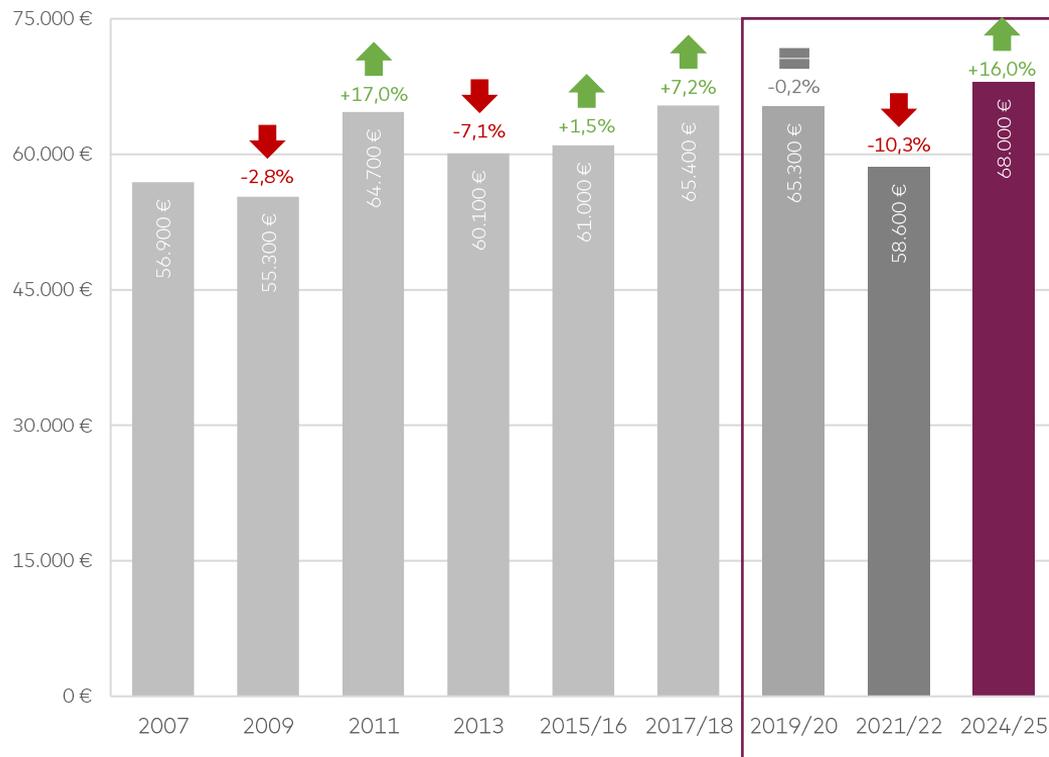
La diferencia salarial entre Agencias Multinacionales e Independientes es de un 16%



El 55% de los profesionales están satisfechos trabajando en el sector

# RESUMEN EJECUTIVO

## Evolución Salarial (Agencias de Medios)



### Conclusiones (Agencias de Medios)



En seis de cada diez casos se ha mantenido su salario (en el 35% se ha incrementado)



Un 37% de los profesionales tienen un variable adicional al salario fijo (un 14% más que en la pasada edición)



Un 61% recibe remuneraciones no dinerarias adicionales (crece un 12%)



En 17 puestos (de 28 cargos con evolutivo) existe un incremento salarial



El salario medio es de 68.000€, el más alto de las nueve últimas ediciones



El salario medio asciende un 16% frente a la pasada edición (68.000€ vs. 58.600€)



El salario bruto total medio de Directivos es de 103.900€ (un 5,4% más que en la edición pasada)



El salario bruto total medio de cargos no Directivos crece un 6,9% (46.500€)



La diferencia salarial entre Agencias de Madrid y de Barcelona/Resto es de un 12%



El 76% de los profesionales están satisfechos trabajando en el sector

# ¡Gracias!

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