



1º ESTUDIO DE LA POBLACIÓN PUBLICITARIA DE ESPAÑA

18_
19

La APG y el Club de Creativos presentan el
1º Estudio de la Población Publicitaria Española,
que busca:



Conocer los perfiles de los diferentes departamentos y sus características sociodemográficas.



Recabar datos para **futuras comparaciones.**

Algunas **conclusiones**:



Hay paridad en el número de hombres y mujeres trabajando en publicidad.



La publicidad española está mayoritariamente dirigida por hombres.



Los hombres trabajan en publicidad más años que las mujeres.



En industria publicitaria española se discrimina a los seniors.



Existe una alta tasa de rotación en las grandes empresas, que afecta sobre todo a los profesionales más jóvenes.



Es una profesión de jóvenes principalmente y bien formada.



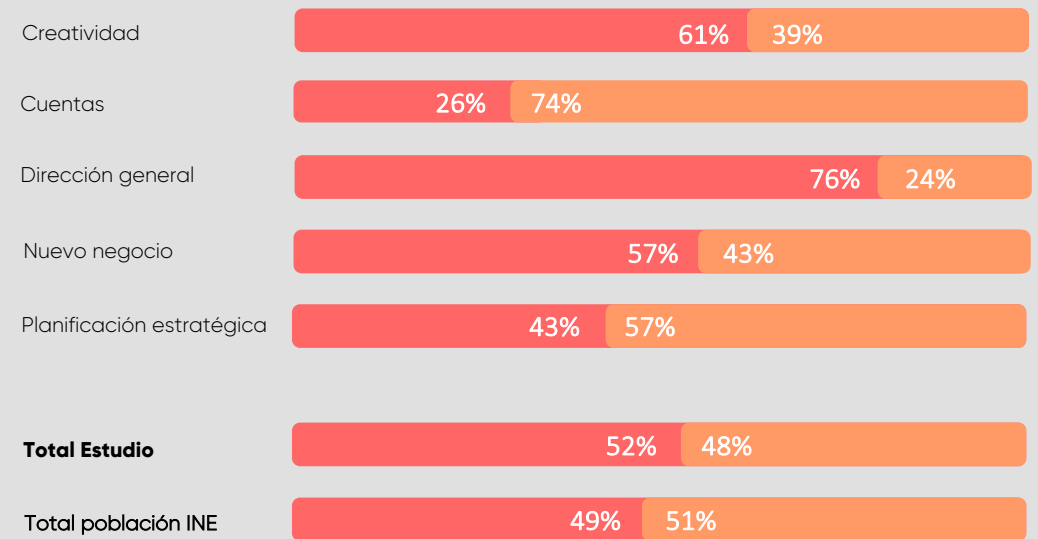
Las empresas son pequeñas o medianas y la mayoría se concentran en Madrid.

Una profesión **casi paritaria**, de entrada

Hombres ■ Mujeres ■



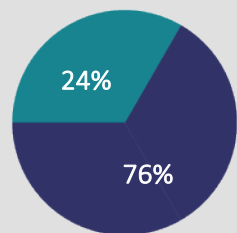
El **52%** de los profesionales son **hombres** y el **48%**, **mujeres**, cifras muy similares a las de la población general, aunque en ese caso las mujeres son mayoría.



Por departamentos, **las mujeres dominan en el de cuentas** y los **hombres**, en **creatividad y dirección general**.

Los hombres ocupan más puestos de **dirección general**

Hombres  Mujeres 



Dirección general  69h 21m

El **76%** de quienes ocupan las direcciones generales son hombres (**69 hombres vs 21 mujeres**).



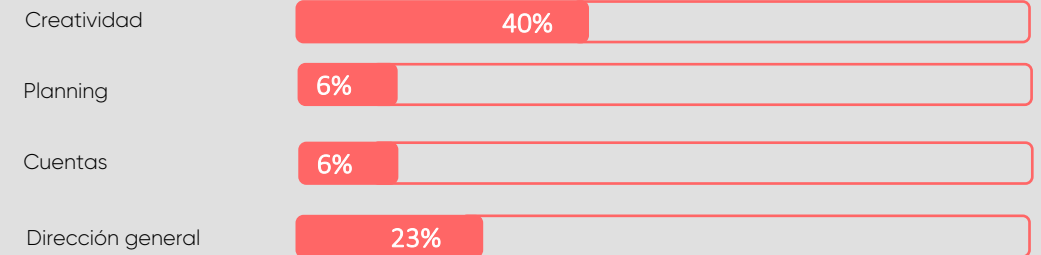
Sobre el total de la muestra, hay un **3% de mujeres** en una dirección general vs un **9% de hombres**.

Los mayores de 50 están **infrarrepresentados** en publicidad



Solo el **11% de los encuestados tiene más de 50 años**, porcentaje que es casi la mitad del de la población general activa de España (21%)

Profesionales > de 50 años



En el departamento creativo se encuentran los perfiles más senior (**40% de los publicitarios con más de 50 años**), seguidos de dirección general (23%)

Los **hombres trabajan más años** en publicidad que las mujeres

Hombres  Mujeres 



Un 52% de los hombres tienen **más de 10 años de experiencia**, frente al 37% de las mujeres

Años de experiencia	Hombre %	Mujer %	Total %
<5 años	21	36	28
>10 años	52	37	45
>15 años	35	23	30
>5 y 20 años	47	42	45
> 20 años	21	11	16

Los mujeres, **las más nuevas** de la industria

Hombres Mujeres

El **62%** de los profesionales con menos de 5 años de experiencia son mujeres

El **66%** de los profesionales senior, con más de 20 años de experiencia, son hombres



Años de experiencia	Hombre %	Mujer %
< 5 años	38	62
>5 y 20	54	45
> 20 años	66	33

Más mujeres que hombres abandonan el sector publicitario después de los 40

Entre los jóvenes (**menos de 30**) hay más mujeres que hombres

En el rango **30-40** se iguala la proporción entre ambos

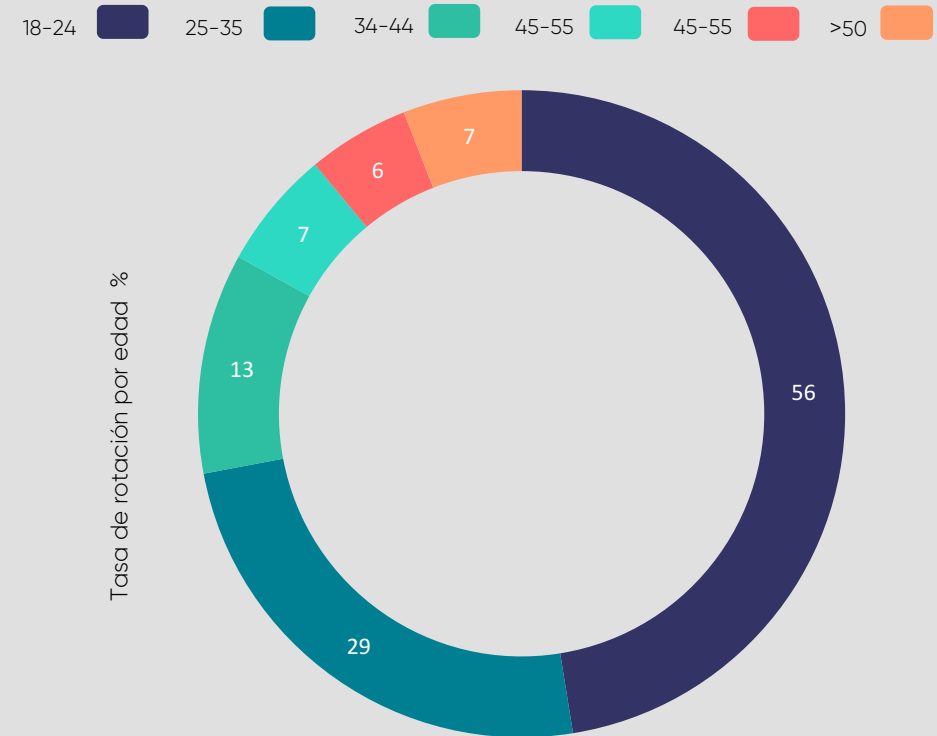
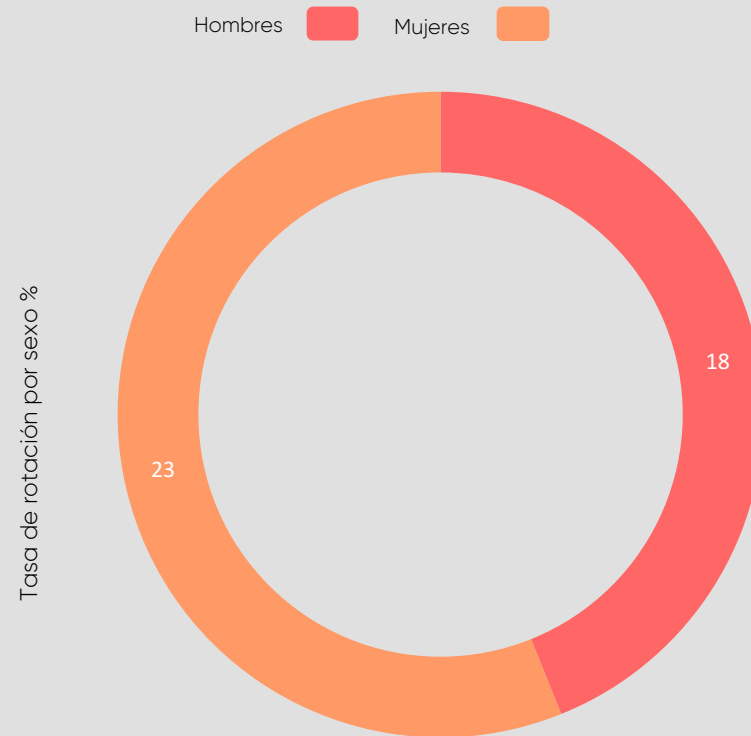
A **partir de los 40**, el número de hombres es mucho mayor

Edad	Hombre %	Mujer %
Menos de 30	22	38
30-40	36	37
>40	42	25

La **tasa de rotación*** media en la industria es del 20%

Mayor rotación entre los trabajadores más jóvenes

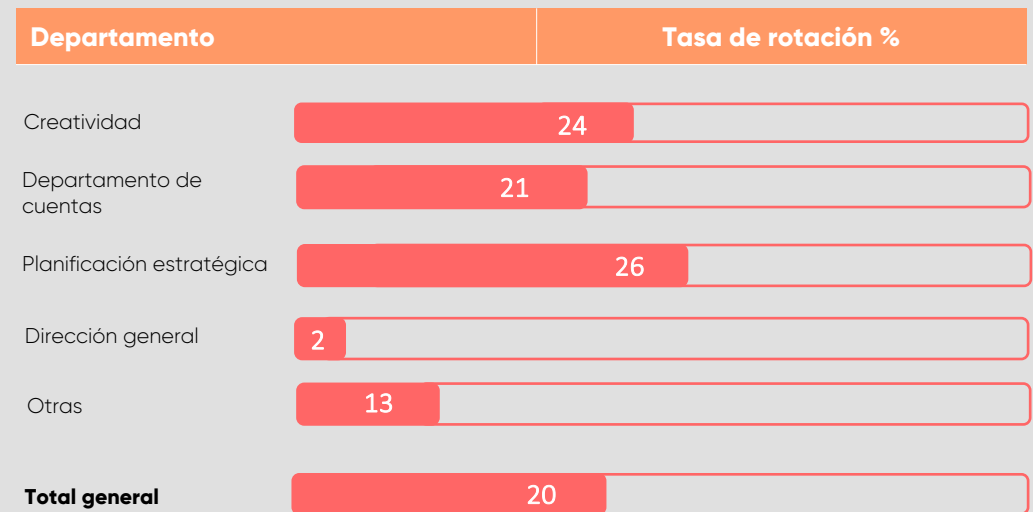
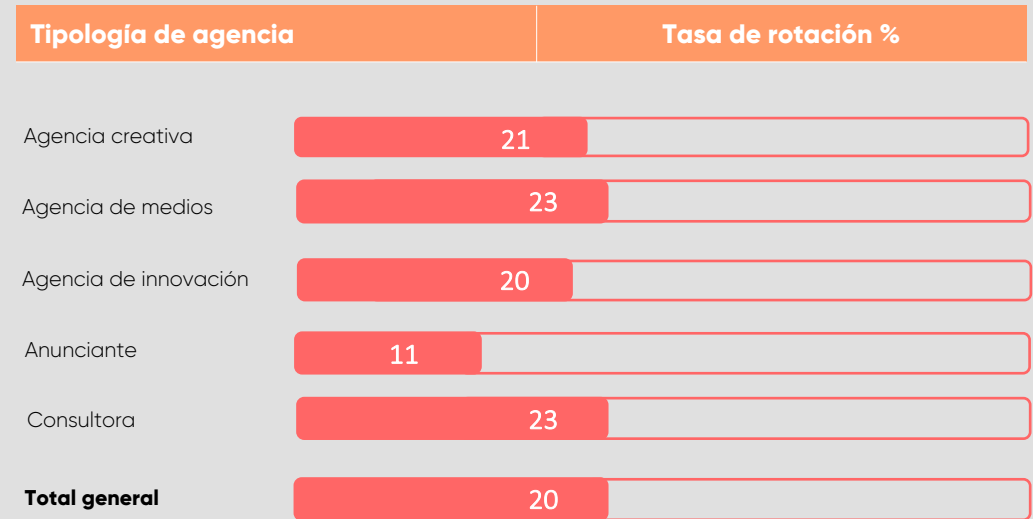
La rotación **entre los mayores de 50 años** es de tan solo el 7%



Tasa de rotación: empleados con < 1 año en su empresa actual sobre el número promedio de trabajadores, excluidos aquellos con experiencia < 1 año en la industria publicitaria

La mayor rotación, en las **consultoras**

Por tipo de empresa, son las **consultoras** las que presentan mayor rotación; y por departamentos, el de **planificación estratégica** es el que cambia de empresa de manera más regular.



Los de **grandes empresas**
se mueven más

Los empleados de **grandes empresas** son los que más se mueven

Tamaño de empresa	Tasa de rotación %
Micro (< 10 empleados)	14
Pequeña (10-50 empleados)	22
Mediana (50-150 empleados)	21
Grande (> 150 empleados)	26
Total general	20
Freelance	28

Una profesión de **jóvenes**

69% de los profesionales tienen entre 25-44 años

La industria publicitaria atrae a los jóvenes: el grupo de 25-34 años representa el

40% frente al 18% de que representan sobre el total población

Edad	Encuesta %	INE %
18 - 24	8	11
25 - 34	39	18
35 - 44	31	25
45 - 54	18	25
55 - 64	4	20

Las publicitarias, más jóvenes que los publicitarios

El promedio de edad de los profesionales publicitarios es **de 36,5 años**

Las mujeres son más jóvenes, de media, con **34,2 años**

Los hombres alcanzan los **38,7 años**

	Promedio edad (años)
Hombre	38,7
Mujer	34,2
NS/NC	41,6
Edad media	36,5

Un colectivo con buena **formación**

Más del 80% de los profesionales de los principales departamentos tiene estudios superiores o de postgrado

	Creatividad	Cuentas	Planificación estratégica	Dirección general
Educación Secundaria Obligatoria	0	0	0	2
Bachillerato	2	0	0	2
Formación Profesional, Artes Plásticas y Diseño o Técnico Deportivo)	12	3	1	7
Licenciatura en Comunicación Audiovisual	2	0	1	1
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas	46	56	36	27
Otros estudios superiores universitarios	15	17	17	35
Estudios de posgrado	21	21	45	22
Otro	4	2	2	3

Publicidad y RR. PP., los estudios más frecuentes

El **44% de los profesionales** del sector con menos de 5 años de experiencia han cursado estudios de Publicidad y RR.PP, frente al 32% de los profesionales senior. De estos últimos, **1 de cada 4** cursó otros estudios universitarios diferentes. Esto puede deberse a la proliferación de facultades de Comunicación en la última década.

	Bachillerato	Educación Secundaria Obligatoria	Formación Profesional, Artes Plásticas y Diseño o Técnico Deportivo)	Licenciatura en Comunicación Audiovisual
< 5 años	1 %	0 %	6 %	3 %
>15 años	3 %	1 %	13 %	2 %
	Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas	Otros estudios superiores universitarios	Estudios de posgrado	Otro
< 5 años	44 %	14 %	29 %	2 %
>15 años	32 %	25 %	21 %	4 %

El mayor porcentaje de profesionales trabaja en **pequeñas empresas**

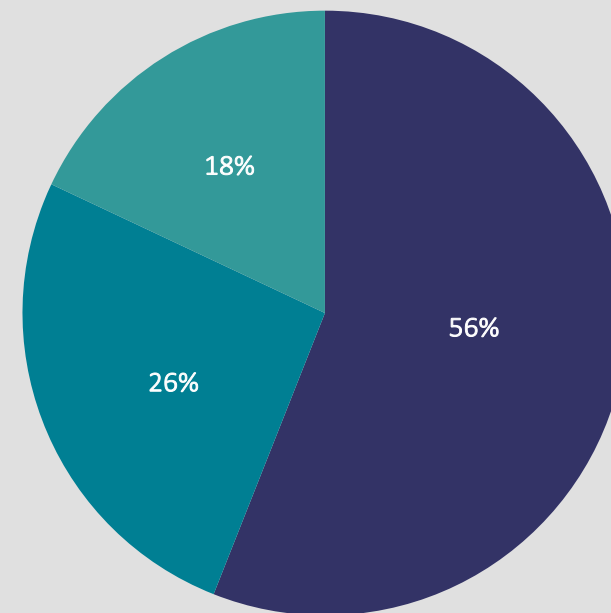
El **52%** de los profesionales trabaja en una organización de menos de 50 empleados

Tan solo el **15%** de los encuestados forma parte de una compañía multinacional

Profesionales, por tamaño de la empresa %	
Micro (< 10 empleados)	14
Pequeña (10-50 empleados)	34
Mediana (50-150 empleados)	25
Grande (> 150 empleados)	15
ns /nc	7
Freelance	4

Madrid concentra el mayor número de profesionales de la industria

Madrid ■ Barcelona ■ Otras ■



El **56%** de los profesionales encuestados se encuentra en **Madrid**

Le sigue **Barcelona** donde trabaja el **26%** de los encuestados

El profesional de la publicidad en España



36,5 años de edad promedio (vs 43,2 años de la población, según INE)



52% es varón (vs 49% de la población, según INE)



Con **estudios superiores** el 84%



Licenciado o graduado en Publicidad y RRPP (41%)



Con **menos de 5 años** en su empresa actual el 67%.



7 de cada 10 tienen **menos de 15 años de experiencia en el sector**



Más de la mitad se concentra **en Madrid**

PERFILES POR DEPARTAMENTOS

El perfil del planner estratégico

01

Promedio de edad: 34,5 años

02

El 56% son mujeres

03

Es el departamento con mayor porcentaje de estudios de postgrado, un 45%

04

El 42% tiene una experiencia de entre 5 y 15 años, y tan solo el 10% tiene más de 20 años de experiencia en la industria

El perfil del creativo

01

Promedio de edad: 35,5 años

02

El 60% son hombres

03

El 46% tiene una licenciatura en
Publicidad y RRPP

04

El 30% tiene una experiencia de menos
de 5 años, y el 14%, de más de 20 años
en la industria. Son los más senior, por
detrás de los directores generales

El perfil de cuentas

01

Promedio de edad: 33,3
años (el más joven)

02

El 70% son mujeres

03

El 56% ha estudiado Publicidad y RR.PP

04

Es el departamento más junior, ya
que el 38% lleva trabajando menos
de 5 años en el sector

Creatividad y cuentas, los primeros pasos en la industria

Los menores de 25 años representan el **8% de los profesionales** de la industria.

El departamento creativo cuenta con el **53% de estos profesionales**, seguido de cuentas que tiene el 21% de los menores de 25 años.

Profesionales <25 años %	%
Creatividad	53
Planificación estratégica	15
Cuentas	21
Dirección general	0

El perfil de la dirección general

01

Promedio de edad: 47,3 años
(el más adulto)

02

El 76% son hombres

03

El 35% tiene unos estudios
universitarios diferentes a los de
Publicidad y RRPP, que los tiene el 27%

04

Son los profesionales más
experimentados; el 45% lleva
trabajando en la industria publicitaria
más de 20 años

La dirección general, **mayor de 40** y
más de **15 años de experiencia**



El **65%** de los directores generales tienen al menos 15 años de experiencia



Solo un **8%** tienen menos de 10 años de experiencia



Solo el **16%** tienen menos de 40 años

De **cuentas** se ocupan **los jóvenes**

La media de edad en el departamento de **cuentas** es de **33 años**;
el **departamento más joven**

La **dirección general** es el área con perfiles **más adultos**, con una
media de 47,3 años.



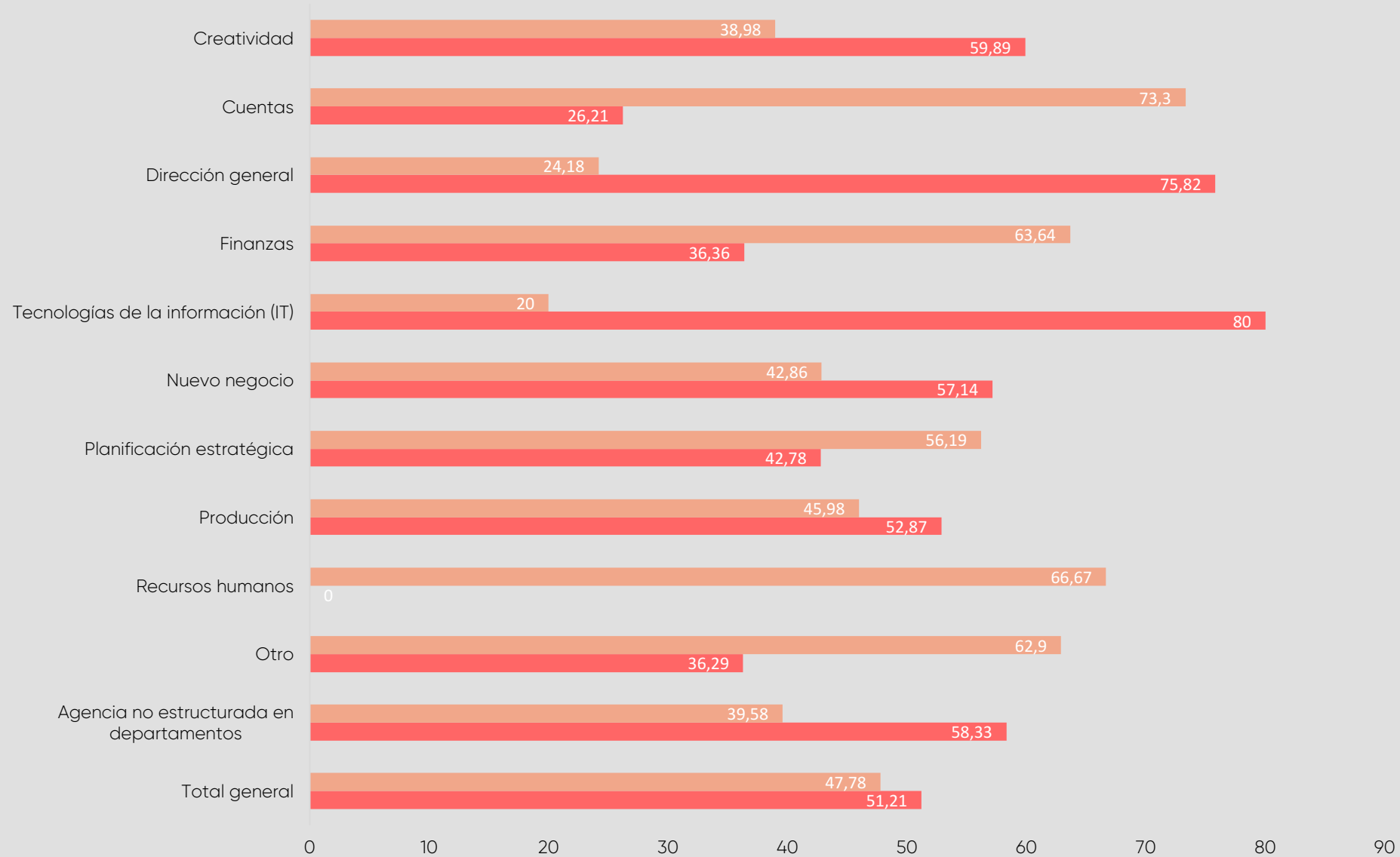
APÉNDICE

Datos demográficos por departamento

%		Creatividad	Cuentas	Planificación estratégica	Dirección general
Sexo	Hombre	59,9	26,2	42,8	75,8
	Mujer	39,0	73,3	56,2	24,2
	ns/nc	1,1	0,5	1,0	0,0
Edad	Promedio edad (años)	35,5	33,3	34,5	47,3
	Menos de 18	0	0	0	0
	18-24	14	13	9	0
	25-34	41	46	45	4
	35-44	29	32	29	27
	45-54	13	8	14	52
	55-64	4	2	2	16
	>65	0	0	0	0
Experiencia	< 5 años	30	38	29	1
	>5 y 20	45	44	54	36
	> 20 años	14	6	10	45
	ns/nc	11,4	11,7	6,7	17,6
Tasa de rotación		23,8	21,2	26,0	12,6

Género por departamentos (%)

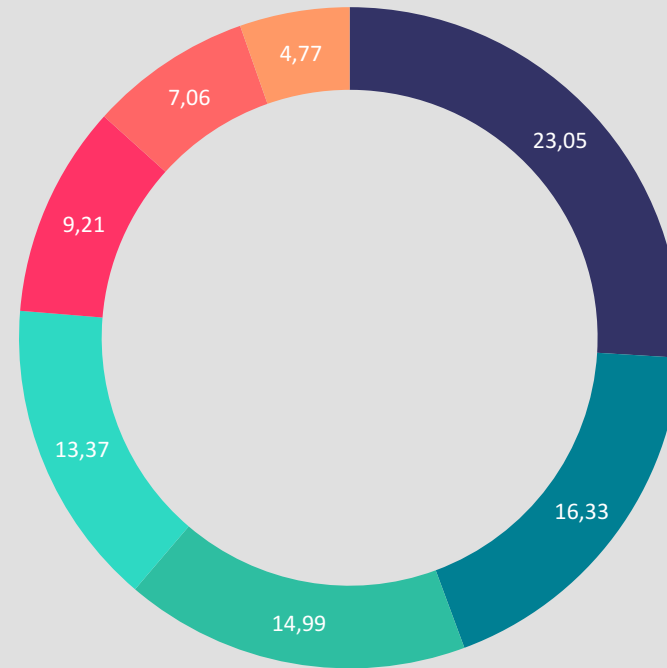
Hombres ■ Mujeres ■



Experiencia por departamentos (%)



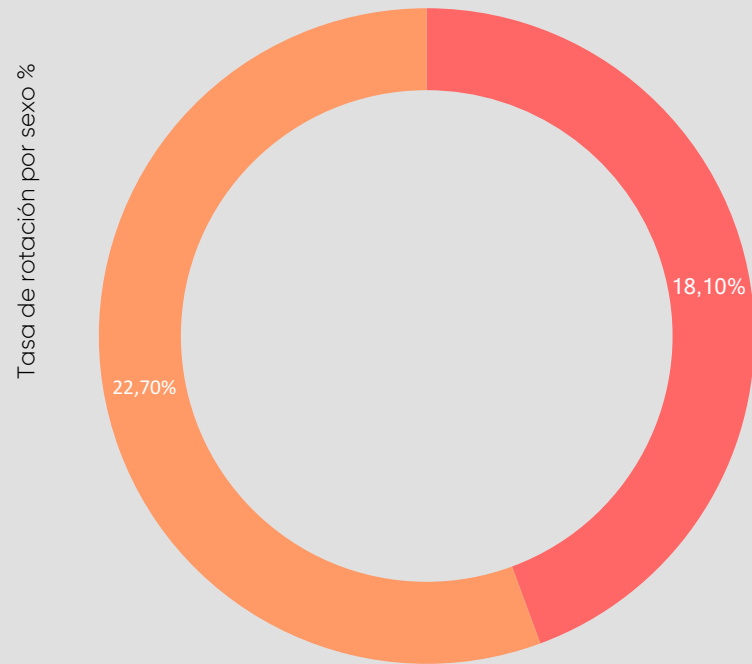
Experiencia departamentos (%) total general



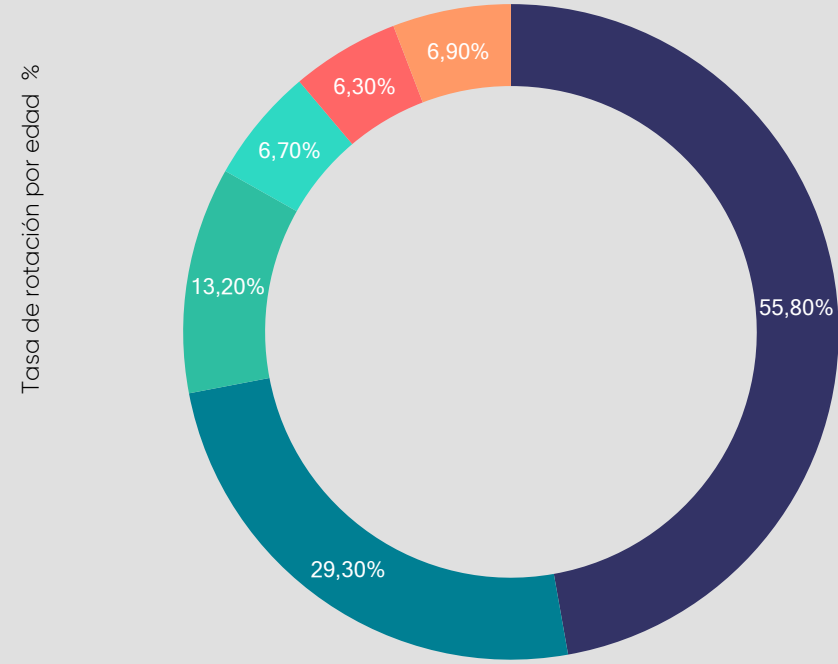
■ Entre 1 y 5 años ■ Entre 6 y 10 años ■ Entre 11 y 15 años ■ Entre 16 y 20 años ■ Entre 21 y 25 años ■ Más de 25 años ■ Menos de 1

Rotación por sexo y edad (%)

Hombres Mujeres

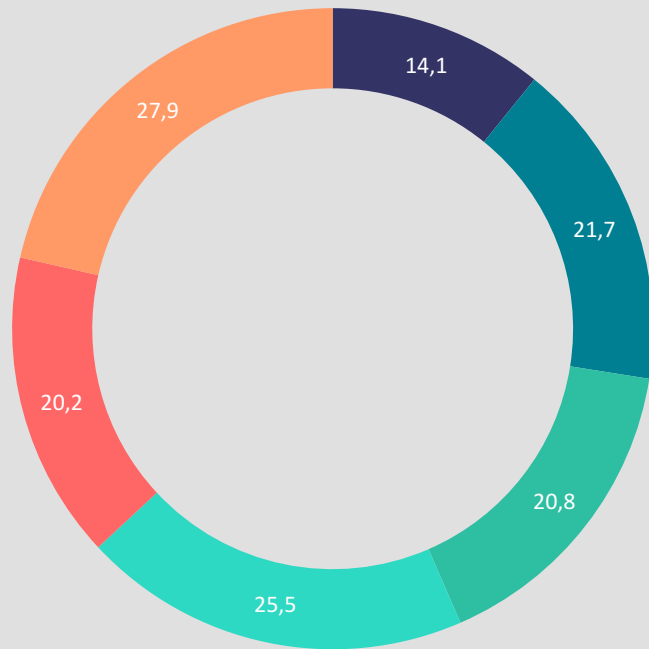


18-24 25-35 34-44 45-55 45-55 45-55 >50



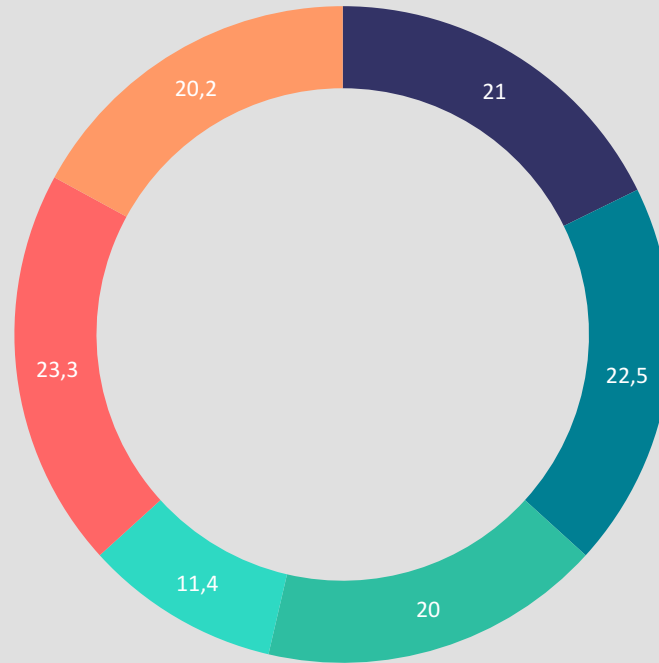
Rotación por empresa y posición

Tasa de rotación por tamaño de empresa %



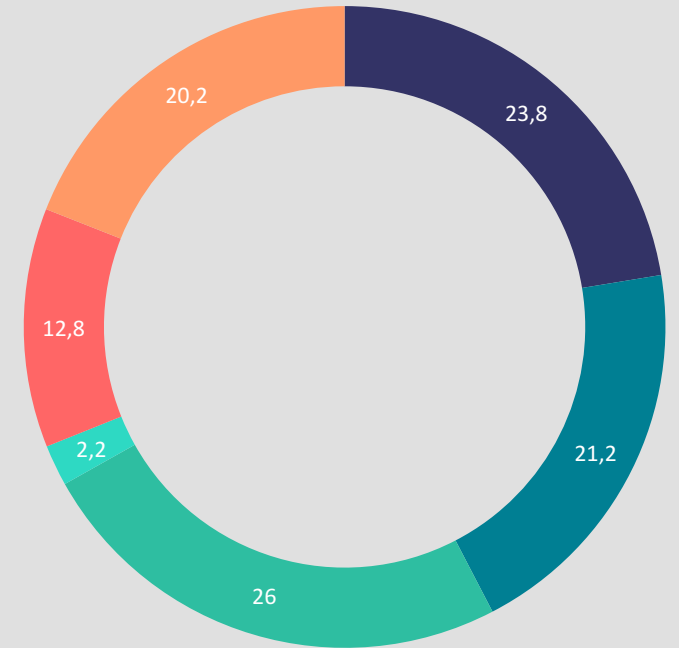
- Micro (< 10 empleados)
- Pequeña (10-50 empleados)
- Mediana (50-150 empleados)
- Grande (> 150 empleados)
- Total general
- Freelance

Tasa de rotación por tipología de agencia %



- Agencia creativa
- Agencia de medios
- Agencia de innovación
- Anunciante
- Consultora
- Total general

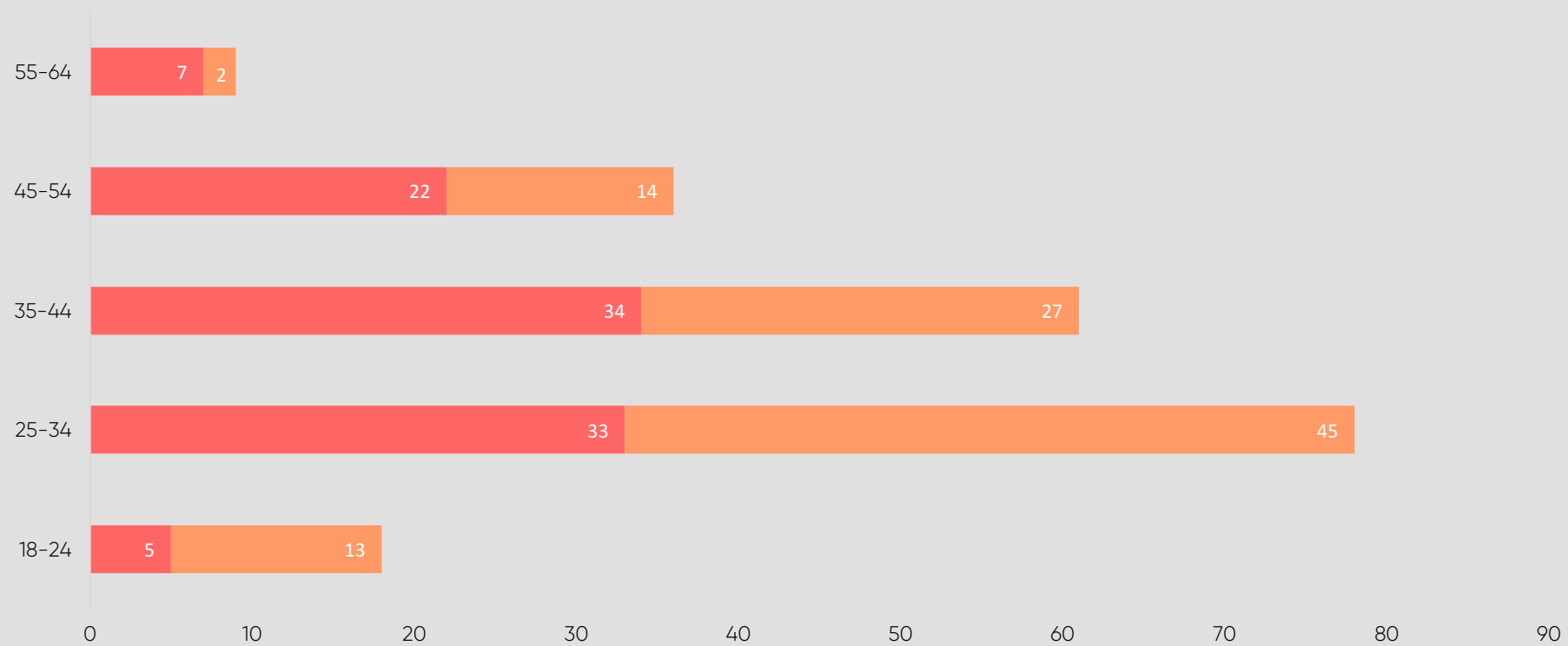
Tasa de rotación por departamento %



- Creatividad
- Cuentas
- Planificación estratégica
- Dirección general
- Otras
- Total general

Relación entre género y edad (%)

Hombres ■ Mujeres ■



Media de edad por departamentos

Género	Promedio de edad (años)
Hombre	38,7
Mujer	34,2
Total general	36,5

Tipo de Agencia	Promedio de edad (años)
Productora	41,7
Agencia de innovación	41,3
Anunciante	40,6
Consultora	38,7
Marketers	36,5
Ninguna de los anteriores	36,4
Agencia creativa	35,9
Agencia de medios	35,7
Asociación	35,0
Total general	36,5

Departamento	Promedio de edad (años)
Departamento de cuentas	33,3
IT	33,6
Planificación Estratégica	34,5
Creatividad	35,5
Producción	40,2
Nuevo Negocio	41,9
Finanzas	44,0
Dirección General	47,3
Total general	36,5

Ficha técnica



Informe realizado a través de una encuesta online, enviada a 10.000 profesionales entre los meses de noviembre y enero de 2019.



Participaron finalmente 1.500 profesionales, pertenecientes a diferentes tipologías de empresas, que incluyen: agencias creativas, agencias de medios, agencias de innovación, anunciantes, marketers, productoras y consultoras.



Los datos que aporta el presente documento se basan en aquellos profesionales que han completado todas las preguntas del cuestionario.



Los datos obtenidos se han extrapolado para identificar el perfil de los profesionales de la Industria publicitarias en términos de sexo, edad y función profesional.



1º ESTUDIO DE LA POBLACIÓN PUBLICITARIA DE ESPAÑA

18_
19