

5ª edición

AGENCY SCOPE

CHILE 2025/26

Tendencias en las relaciones avisador-agencia
y análisis de la percepción e imagen de las agencias creativas en Chile

Mayo 2025

Antecedentes y Objetivos

AGENCY SCOPE analiza la situación pasada, actual y futura de las **agencias creativas** y **agencias de medios** a partir de su conocimiento, percepción y valoración de sus clientes, prospectos y profesionales del sector.

El **PRINCIPAL OBJETIVO** de la investigación es conocer el mercado de las agencias, entender las necesidades de los clientes actuales y prever hacia donde van las tendencias en marketing-publicidad-comunicación. El Estudio, se basa en las percepciones y valoraciones de aquellos colectivos relevantes en los **procesos de selección** y el **trabajo del día a día** con las agencias.

AGENCY SCOPE tiene en cuenta dos perfiles de entrevistados: avisadores y profesionales que trabajan en **agencias creativas** y **agencias de medios**.

Con todas las respuestas analizadas (y aunando los datos de otros mercados y el expertise de **SCOPEN** realizando este Estudio) generamos **conclusiones estratégicas** que ayudan a los suscriptores en la toma de decisiones dentro de sus compañías.



Ficha Técnica

Universo

- Las principales compañías avisadoras de Chile.
- Profesionales de las principales agencias (creativas y medios).

Muestra

- 414 entrevistas en total.
- 230 profesionales que trabajan en 166 empresas avisadoras.
- 184 profesionales que trabajan en agencias (130 en creativas | 54 de medios).

Tipo de entrevista

- Personal a través de videollamada a partir de un cuestionario semiestructurado de más de 60 minutos de duración (avisadores) y entrevista autoadministrada de 15 minutos de duración (profesionales de agencias).

Fechas de trabajo de campo

- Avisadores: del 2 de diciembre de 2024 al 21 de Marzo de 2025.
- Profesionales agencias: del 13 de Enero al 21 de Marzo de 2025.



(*) Error muestral n=414 (±4,90%) si p=q=0,05

En todo el informe (salvo que se indique expresamente) se marcan diferencias significativas (celdas y flechas) en color verde / rojo al 95.0% del nivel de significación

INTRODUCCIÓN | PERFIL DE LA MUESTRA

154 Compañías Participantes (183 Marcas) [91 (60%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2025 (230). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.

AGENCY
SCOPE

CHILE 2025/26

SCOPEN

Perfil de los Responsables de Marketing (QUE TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

CIUDAD	2023	2025	CARGO	2023	2025
SANTIAGO	94,5	97,0	DIRECTOR DE MARKETING / CMO / VP	18,0	19,6
OTRA CIUDAD	0,9	0,4	GERENTE DE MARKETING / PUBLICIDAD	27,2	32,2
INTERNACIONAL	4,6	2,6	GROUP / BRAND MANAGER	17,1	16,5
			DIRECTOR DE MEDIOS	12,0	10,5
GÉNERO	2023	2025	DIRECTOR DE DIGITAL	7,8	5,7
HOMBRE	40,6	39,1	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN / VP	6,9	3,0
MUJER	59,4	60,9	DIRECTOR DE DIVISIÓN	--	2,6
			DIRECTOR DE OPERACIONES / TRADE / COMERCIAL	1,4	1,3
EXPERIENCIA DEL ENTREVISTADO (EN AÑOS)	2023	2025	DIRECTOR GENERAL / PRESIDENTE	1,4	1,3
EDAD	39,7	39,6	DIRECTOR DE SERVICIOS DE MARKETING	0,9	2,6
ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA	6,3	6,3	OTROS CARGOS (*)	7,3	4,7
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	3,6	3,7			
POSICIÓN	2023	2025	PODER DE DECISIÓN	2023	2025
DIRECTIVO	48,4	46,6	EL ENTREVISTADO ES EL MÁXIMO DECISOR	17,5	12,2
NO DIRECTIVO	51,6	53,4	ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS DIRECTIVOS	46,1	51,3
			NO DECIDE, PERO LIDERA RELACIÓN CON AGENCIAS	17,1	20,4
			NO DECIDE, DECIDE INTERNACIONAL	19,4	16,1

(*)OTROS CARGOS: DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (1,3), SUPERVISOR / COORDINADOR / ANALISTA (0,9), DIRECTOR DE CONTENIDOS (0,4) Y OTROS (2,1).

SUGERIDAS, RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (217) Y 2025 (230). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Perfil de los Responsables de Marketing (QUE TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS Y/O AGENCIAS DE MEDIOS)

TIPO DE EMPRESA	2023	2025	SECTOR (CONTINUACIÓN)	2023	2025
NACIONAL	24,4	28,3	• OBJETOS PERSONALES	2,8	1,7
MULTINACIONAL CHILENA	20,7	23,5	• TEXTIL Y VESTIMENTA	0,5	0,9
MULTINACIONAL EXTRANJERA	54,8	48,3	SERVICIOS	54,8	49,6
			• .COM	0,9	1,7
SECTOR	2023	2025	• CONSTRUCCIÓN / INMOBILIARIO	2,7	2,6
GRAN CONSUMO	30,9	35,2	• CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4,1	6,1
• ALIMENTACIÓN	11,1	12,2	• DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	20,7	16,5
• BEBIDAS	6,5	11,3	• ENERGÍA	3,7	3,9
• BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	6,5	4,3	• FINANZAS Y SEGUROS	12,0	10,4
• LIMPIEZA	1,4	0,4	• LOTERÍAS Y APUESTAS	1,4	1,7
• SALUD / FARMACIA Y PARAFARMACIA	4,9	7,0	• SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	1,4	2,2
• TABACOS	0,9	--	• TELECOMUNICACIONES	6,0	3,0
CONSUMO DURADERO	11,5	13,5	• TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	1,8	1,3
• AUTOMOCIÓN	3,7	2,2	SOCIALES Y DIVULGACIÓN	2,8	1,7
• DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	0,9	7,8	• ASOCIACIÓN, ONG	1,8	0,9
• EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICA	1,4	--	• EMPRESA PÚBLICA	0,9	0,9
• HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	2,3	13,5			
• INDUSTRIAL, AGROPECUARIO	--	2,2			

SUGERIDAS, RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (217) Y 2025 (230). DATOS EN PORCENTAJES (%)

130 Profesionales de 37 Agencias Creativas

1004

Aldea
santiago

BBDO

BERLIN

BOLD

cebra

CyberCenter

Doble
Doble
Doble

DC
DENTSU CREATIVE

DYU.

ESPINACA

Pri

HAVAS
Creative

jelly

m

LA
FAM
ILIA

L
A
V
U
L
C
A

LECHE

LOCA

McCANN

MEAT

ngc.

moov

MRM

Ogilvy

PEP
PEDRO JUAN DIEGO PEDRO
JUAN DIEGO PEDRO

P • R • T • A

PRMPLN*
ADVERTISING

PROVOKERS®

publicis
CHILE

puerto

.RAYA®

ROMPECABEZA

simple

TBWA\

VML

WOLF.

ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS (130) ENTREVISTADOS EN 2025.

AGENCY
SCOPE

CHILE 2025/26

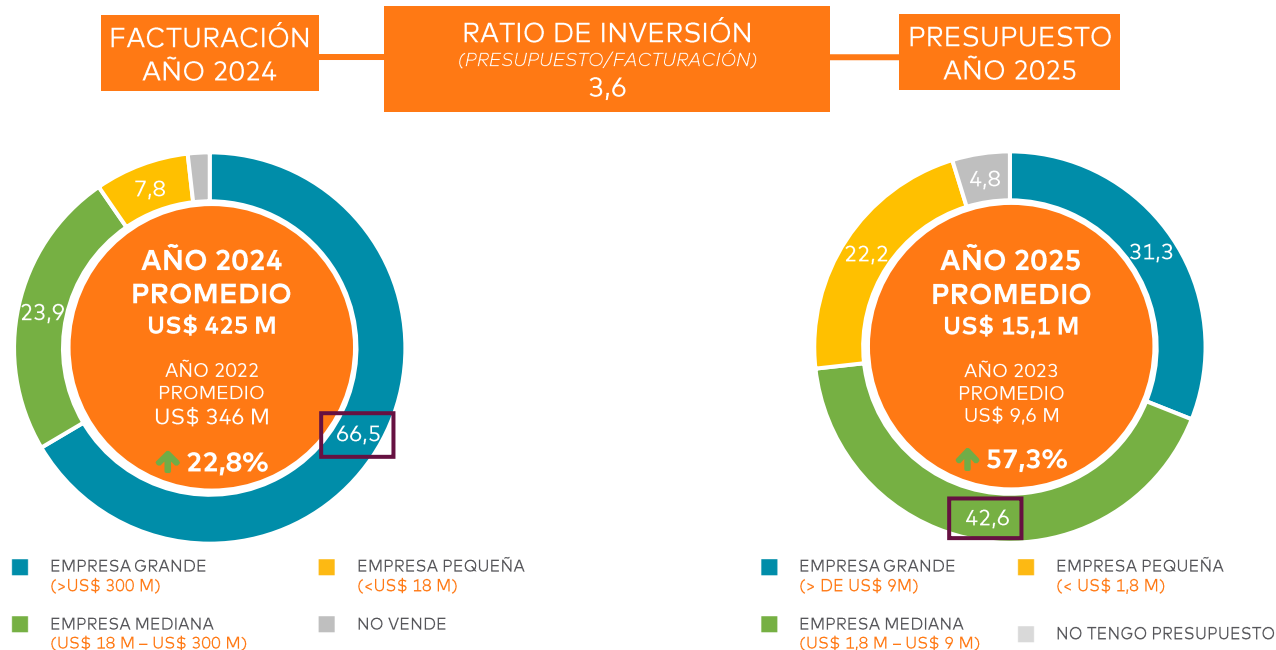
SCOPEN

Perfil de los Profesionales de Agencias Creativas (QUE TRABAJAN EN 58 AGENCIAS DISTINTAS)

CIUDAD	2023	2025	CARGO	2023	2025
SANTIAGO	96,8	100	CEO / SOCIO / DIRECTOR GENERAL	--	8,5
OTRAS CIUDADES	3,2	--	DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE	14,7	7,8
			DIRECTOR DE CUENTAS	26,3	19,4
GÉNERO	2023	2025	SUPERVISOR / EJECUTIVO DE CUENTAS	5,3	0,8
HOMBRE	50,5	62,0	DIRECTOR GENERAL CREATIVO / CREATIVO EJECUTIVO	9,5	14,7
MUJER	49,5	38,0	DIRECTOR CREATIVO	10,5	16,3
			DIRECTOR DE ARTE / COPY	3,2	7,8
EXPERIENCIA DEL ENTREVISTADO (EN MEDIAS DE AÑOS)	2023	2025	DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	8,4	7,8
EDAD	38,2	39,5	PLANIFICADOR ESTRATÉGICO	3,2	4,7
ANTIGÜEDAD EN LA AGENCIA	5,8	7,0	DIRECTOR DIGITAL	2,1	3,1
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	4,5	6,9	DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO	3,2	0,8
			COO / DIRECTOR DE OPERACIONES	5,3	3,9
TIPO DE AGENCIA (RESPUESTA MÚLTIPLE)	2023	2025	RESPONSABLE DE SOCIAL MEDIA	2,1	1,6
INTEGRADA-PUBLICIDAD	78,9	86,0	CONTENT MANAGER	--	0,8
DIGITAL	33,7	14,0	DIRECTOR DATA BUSINESS INTELLIGENCE	--	0,8
			DIRECTOR DE ARTE JUNIOR	--	0,8
PERTENENCIA A GRUPO / INDEPENDIENTE	2023	2025	OTROS CARGOS	6,2	0,8
GRUPO	61,0	61,5			
INDEPENDIENTE	39,0	38,5			

SUGERIDAS, PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS ENTREVISTADOS EN 2023 (95) Y 2025 (130). DATOS EN PORCENTAJES (%).

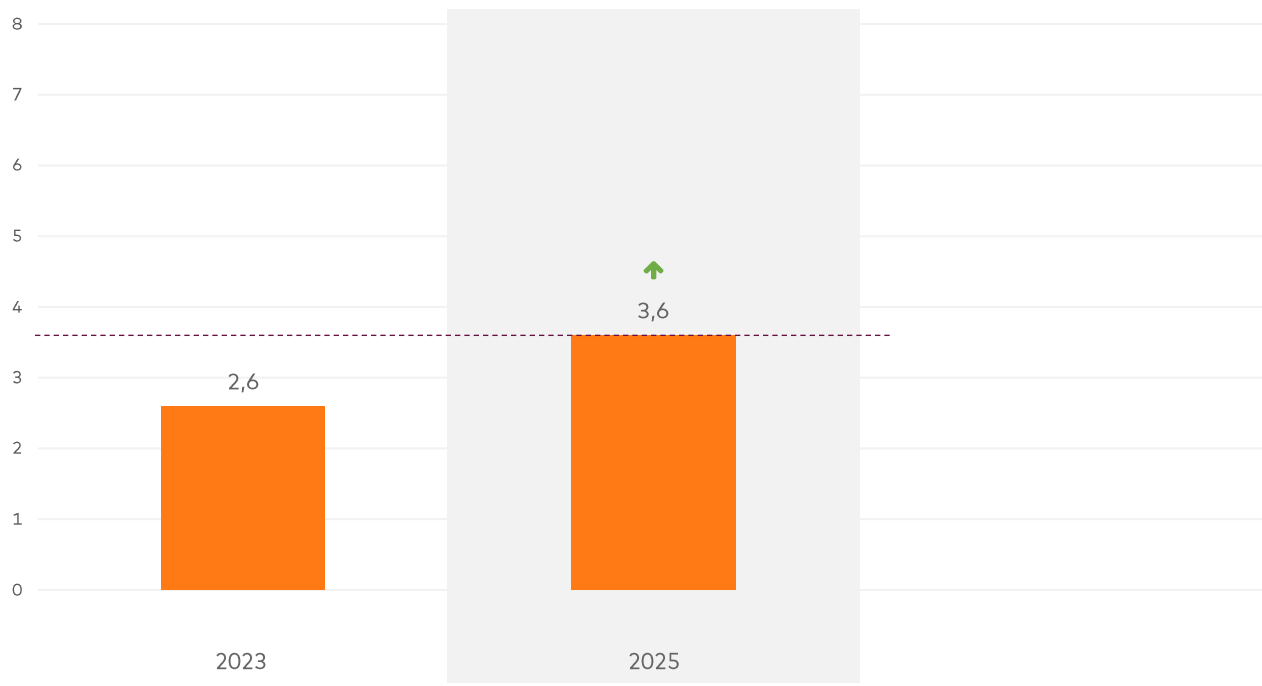
Facturación (VENTAS TOTALES) y Presupuesto (ESTIMADO EN MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD)



Las Empresas Grandes
(con una facturación media de US\$ 576,5 M y un presupuesto medio de US\$ 39,5 M) presentan un **Ratio de Inversión medio mayor (6,8%)**.

ESPONTÁNEAS. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (217) Y 2025 (230). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS EN US\$.

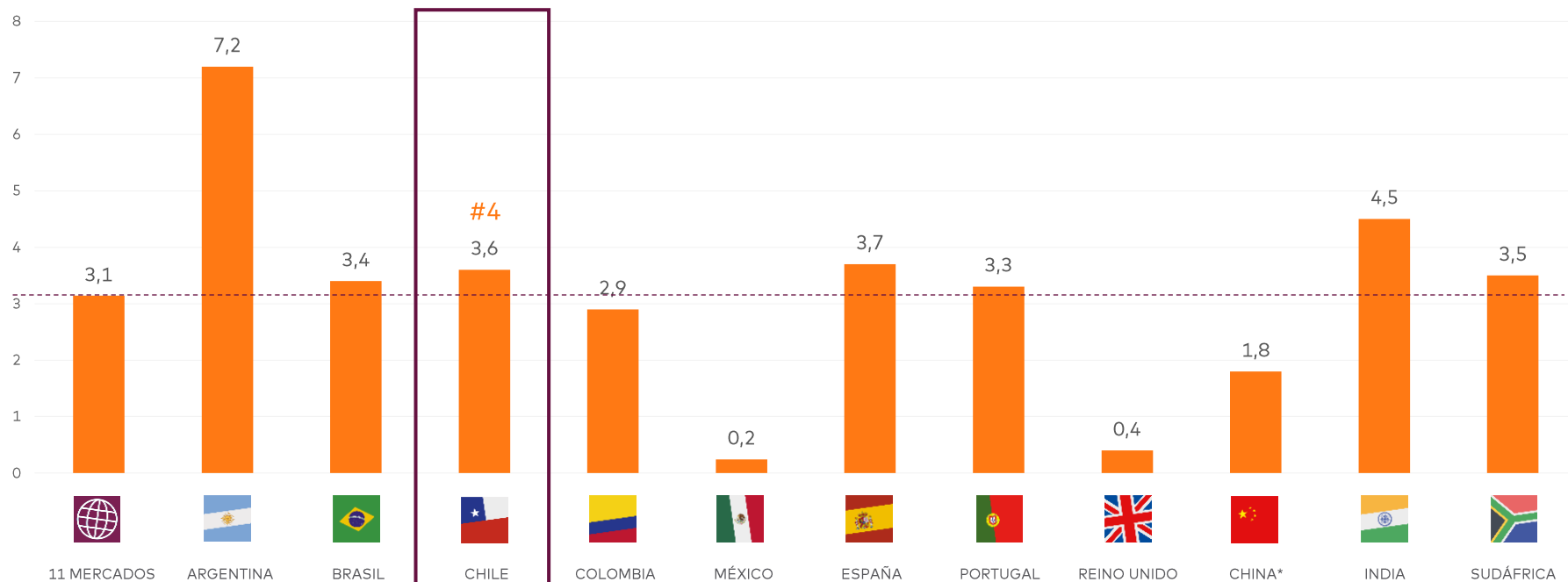
Ratio de Inversión (PRESUPUESTO MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD / FACTURACIÓN)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (217) Y 2025 (230) . DATOS EN (%).

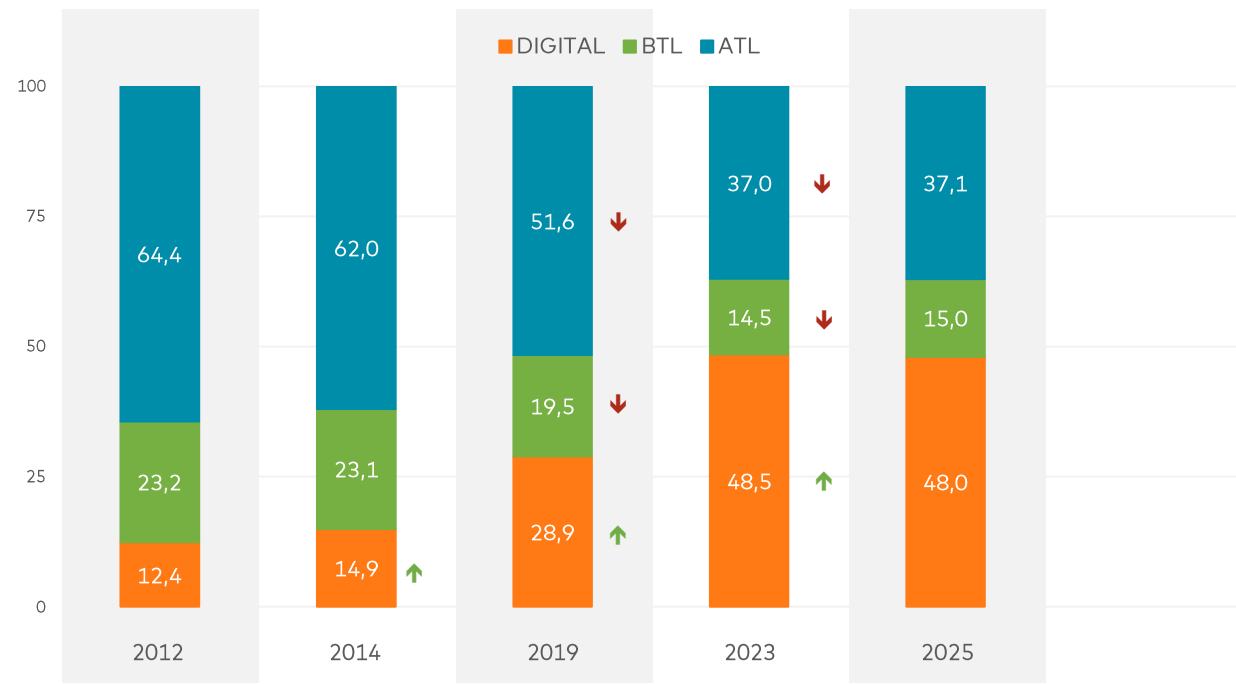
- El ratio de inversión en Comunicación medio en Chile es del 3,6% (cifra muy superior a la declarada en la edición anterior —2,6%—), lo que representa un crecimiento del 38% interanual. Este aumento se explica, en parte, por el incremento del presupuesto de Marketing-Comunicación-Publicidad (2023=US\$ 9,6 M, 2025=US\$15,1 M).
- El ratio de inversión medio en los 11 mercados analizados es 3,1%. Argentina, India y España son los tres mercados con mejor ratio. Chile ocupa la cuarta posición.

Ratio de Inversión (PRESUPUESTO MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD / FACTURACIÓN)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS CALCULADOS: RATIO PRESUPUESTO/FACTURACIÓN. (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

Presupuesto (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)



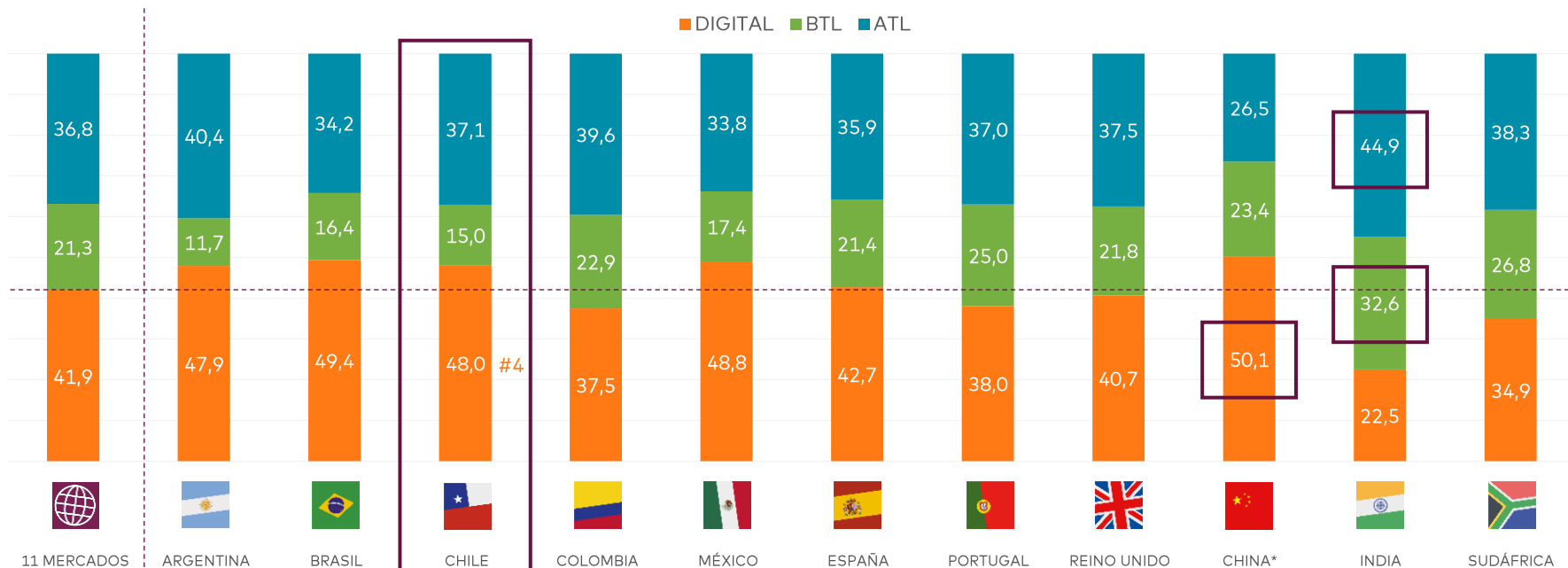
ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2012 (85), 2014 (111), 2019 (156) Y 2023 (217) Y 2025 (230). DATOS EN (%).



Las **Empresas Multinacionales** y aquellas con una **facturación que denominamos 'Pequeña'** (de hasta US\$ 18 M) son las que tienen una **inversión en Digital mayor** (48,6% y 55,1%, respectivamente).

INTRODUCCIÓN | ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS AVISADORAS

Presupuesto (ATL: PUBLICIDAD CONVENCIONAL / BTL: ACTIVACIÓN/PROMOCIONAL-CRM/RELACIONAL / DIGITAL: PAID-OWNED-EARNED MEDIA)



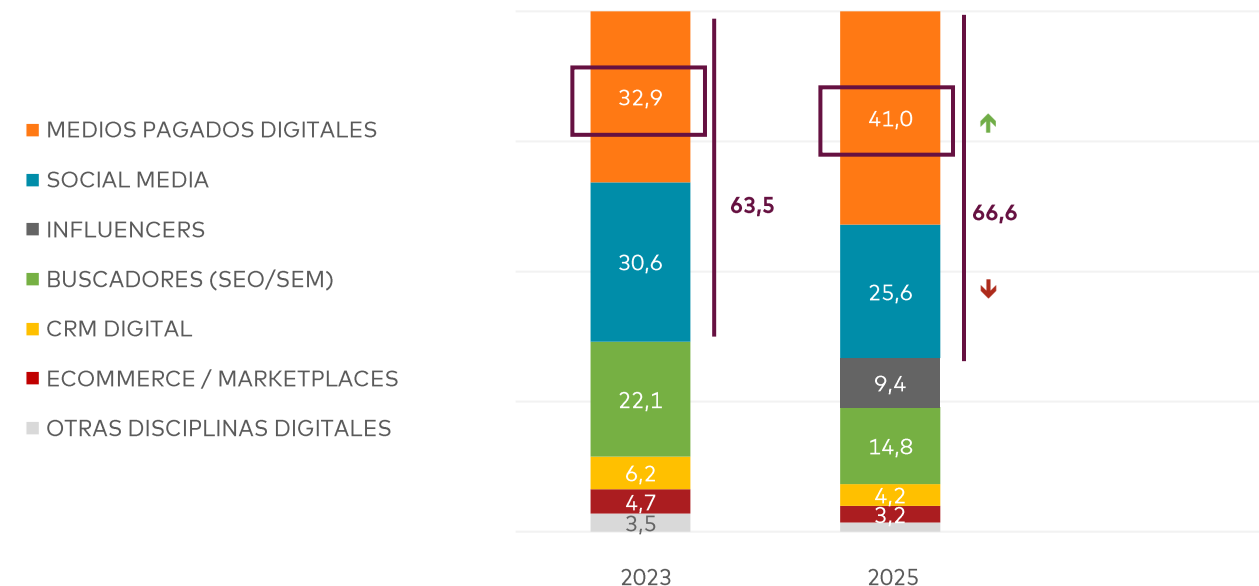
ESPONTÁNEA. **RESPONSABLES DE MARKETING** ENTREVISTADOS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

AGENCY
SCOPE

CHILE 2025/26

SCOPEN

Disciplinas Digitales en las que invierten los Avisadores (PAID-OWNED-EARNED MEDIA)

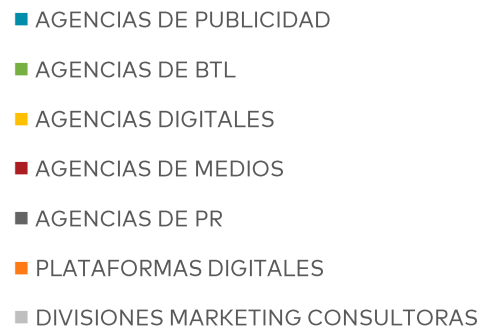


- Algo más de 6 de cada 10 dólares dedicados a Digital se invierten en Medios Pagados & Social Media (66,6%). Esta cifra se ha mantenido estable en los últimos 2 años.
- Comparando con otros mercados analizados, Brasil apuesta más que el resto por los Medios Pagados. En Portugal la inversión en Social Media y Buscadores es la más elevada.
- Chile muestra una distribución muy similar a la media de los mercados analizados.

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING 'INVIERTEN EN DIGITAL' ENTREVISTADOS EN 2023 (106), 2025 (176) DATOS EN PORCENTAJES (%).

Número de Agentes (DE MARKETING-COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD CON LOS QUE TRABAJAN LOS RESPONSABLES DE MARKETING)

P. ¿CON CUÁNTOS PARTNERS TRABAJA SU COMPAÑÍA?



6,3
AGENTES DE MEDIA

2023

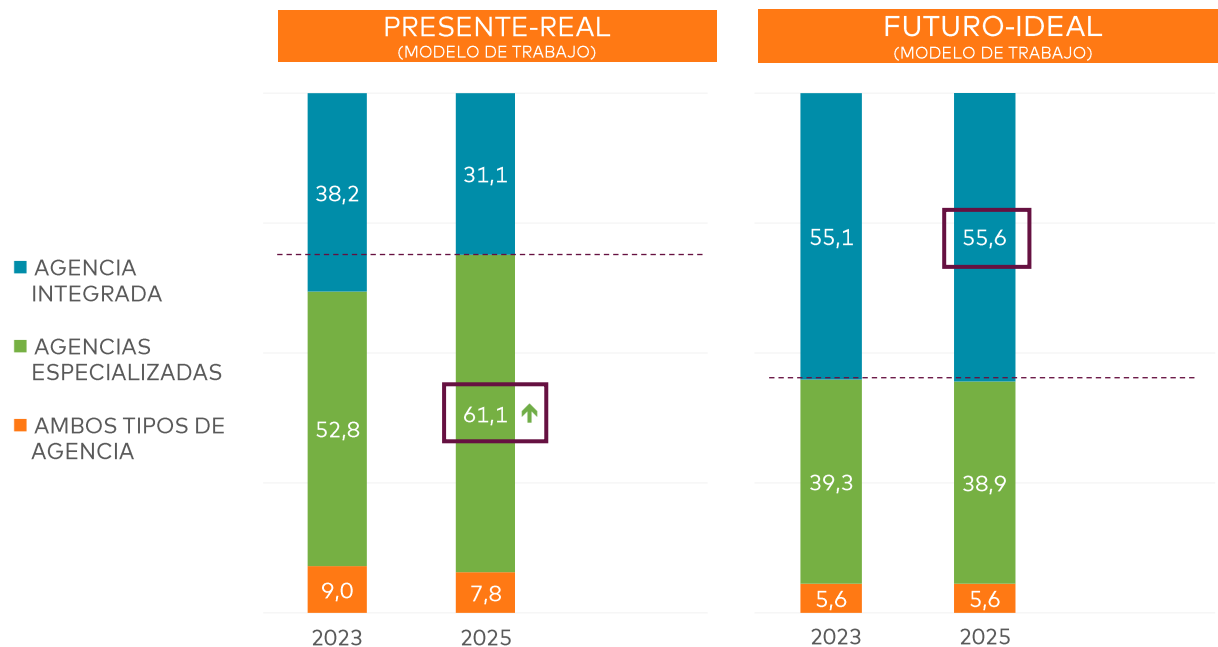
8,2
AGENTES DE MEDIA

2025

- Un avisador tipo en Chile trabaja con **8 colaboradores distintos** (eran 6 en 2023).
- Las **Agencias de Publicidad** (2,2), **Agencias de BTL** (1,7) y las **Agencias Digitales** (1,2) son los agentes que más colaboran con los avisadores.
- De forma evolutiva, vemos como el número de **agencias** con las que trabajan los avisadores **ha aumentado** (de 4,9 a 6,1).
- En el resto de los mercados, las **Plataformas Digitales** son más utilizadas por los avisadores (4,1 de media). **China** y **Brasil** son los mercados en donde existen más relaciones directas con esas plataformas.

SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (217), 2025 (230) . DATOS EN PORCENTAJES (%).

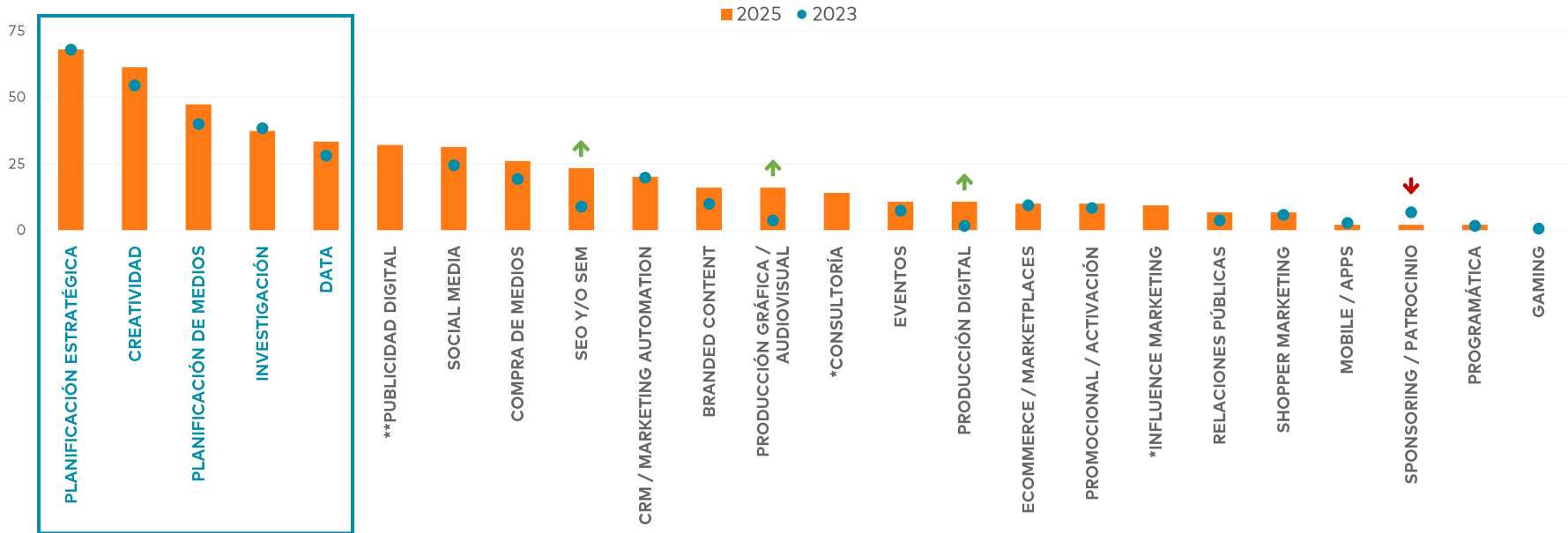
Integración y Especialización (P. ¿CÓMO TRABAJA ACTUALMENTE CON SUS AGENCIAS? P. ¿CON QUÉ TIPO DE AGENCIA LE GUSTARÍA TRABAJAR?)



Las **Empresas Pequeñas** son las que trabajan más en un **modelo de colaboración basado en 'Integración'** (50,0%) y también desean esa Integración pensando **en el futuro** (83,3%).

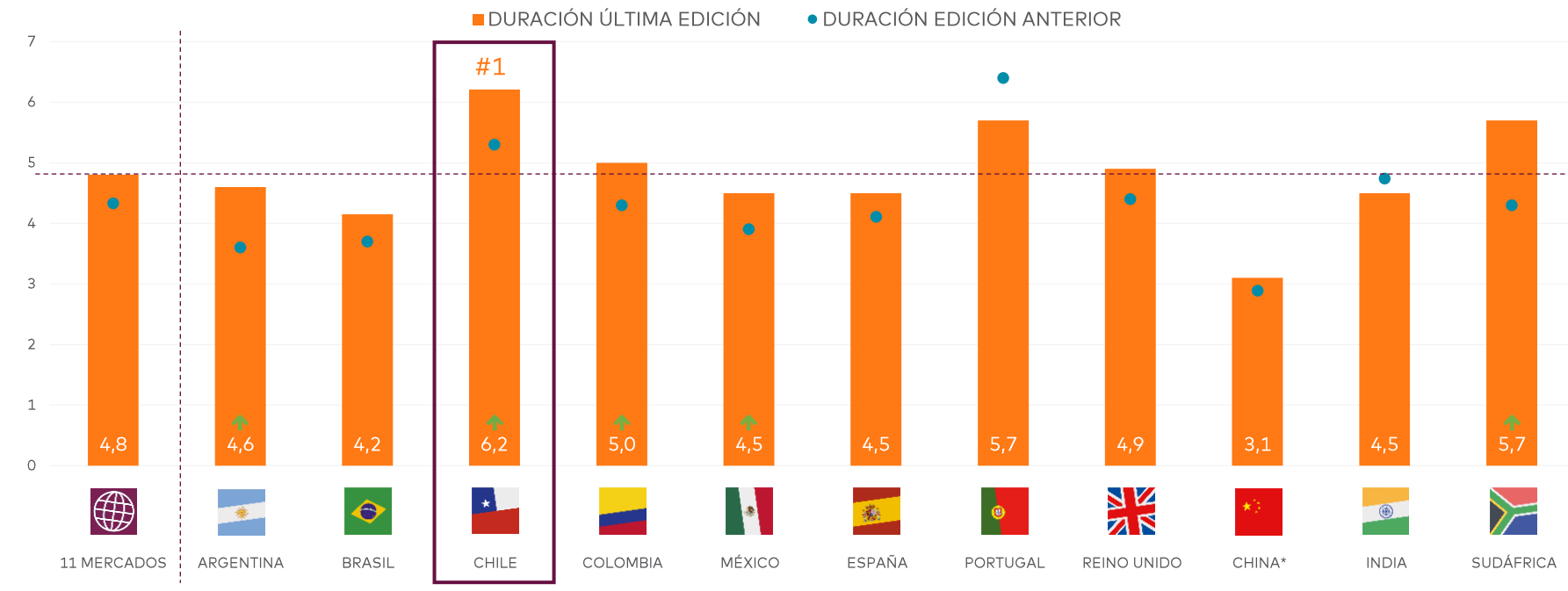
SUGERIDAS: RESPONSABLES DE MARKETING 'TRABAJAN CON AGENCIAS CREATIVAS' ENTREVISTADOS EN 2023 (89) Y 2025 (90). DATOS EN (%).

Disciplinas Clave (ENTRE UN CONJUNTO DE 24 DISCIPLINAS) (P. ¿QUÉ DISCIPLINAS CONSIDERA QUE SON CLAVE PARA SU EMPRESA?)



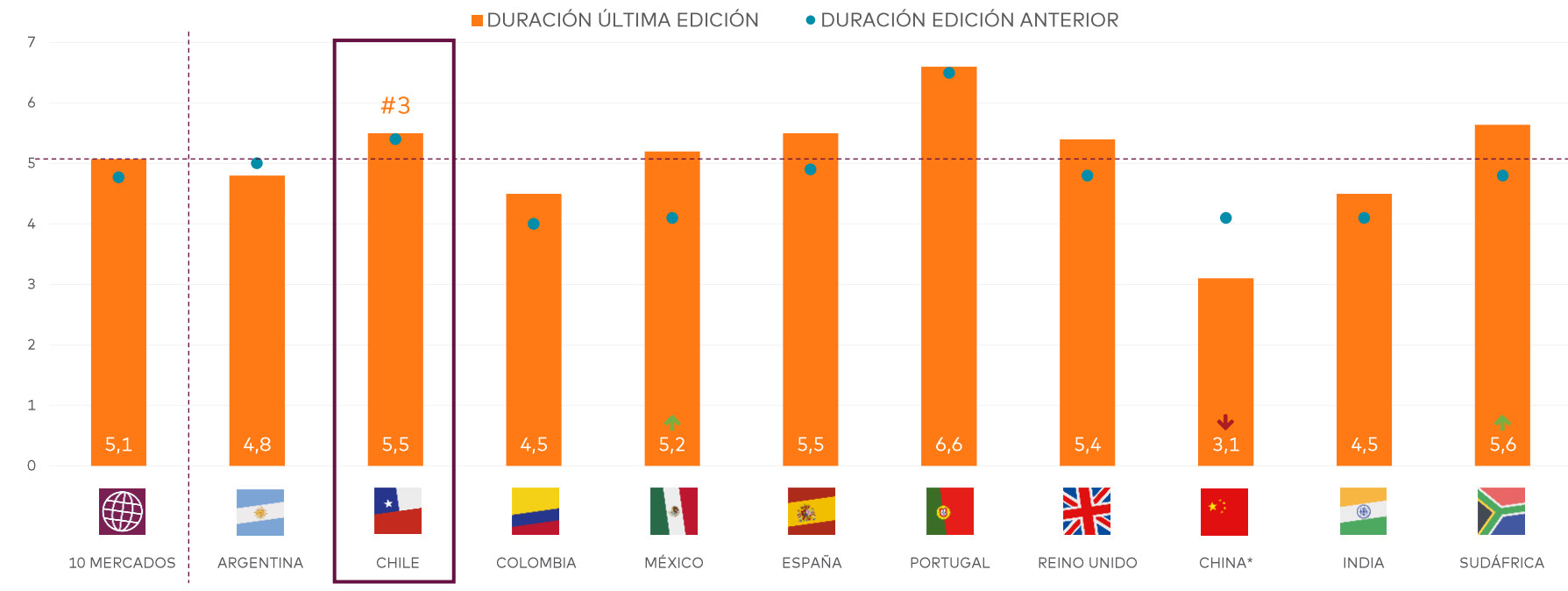
SUGERIDA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (193), 2025 (150). DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) NUEVO EN 2025, (**) REFORMULADO EN 2025.

Duración de la Relación (CON LAS AGENCIAS CREATIVAS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)

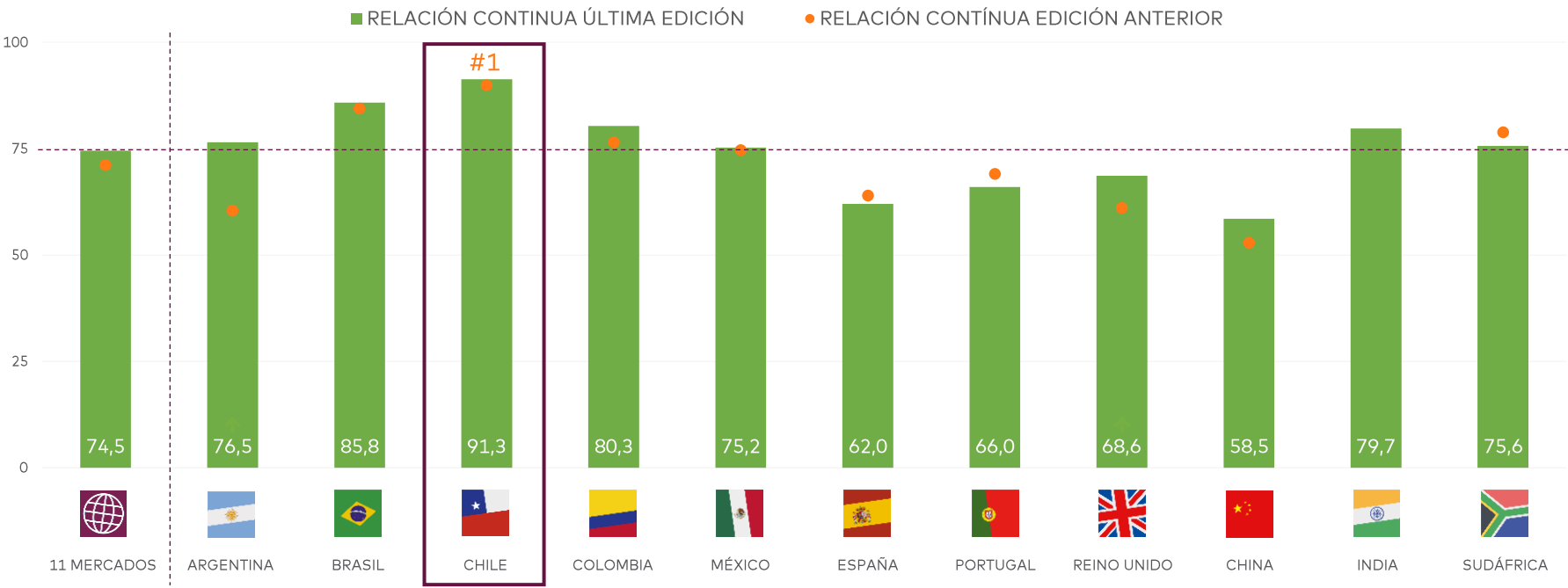


ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19, LAS FLECHAS INDICAN DIFERENCIAS DE $\pm 15\%$.

Duración de la Relación (CON LAS AGENCIAS DE MEDIOS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING)

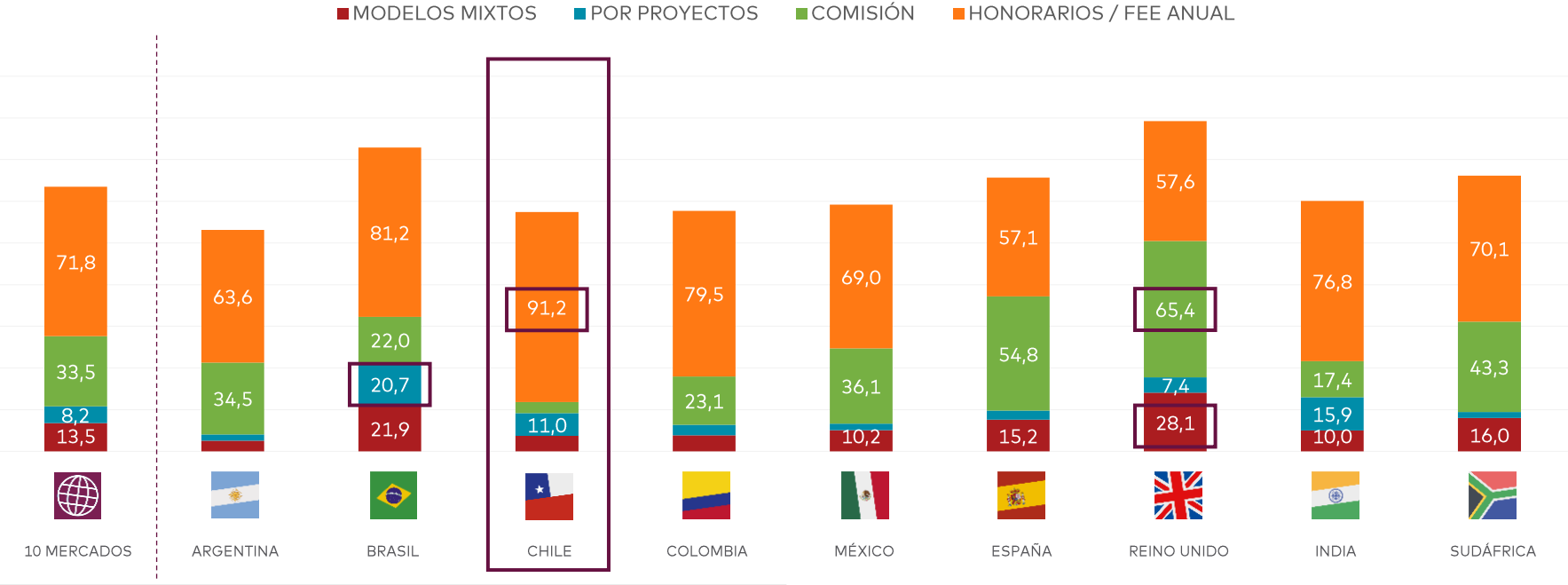


Modelo de Relación (CON LAS AGENCIAS CREATIVAS CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE LOS RESPONSABLES DE MARKETING)



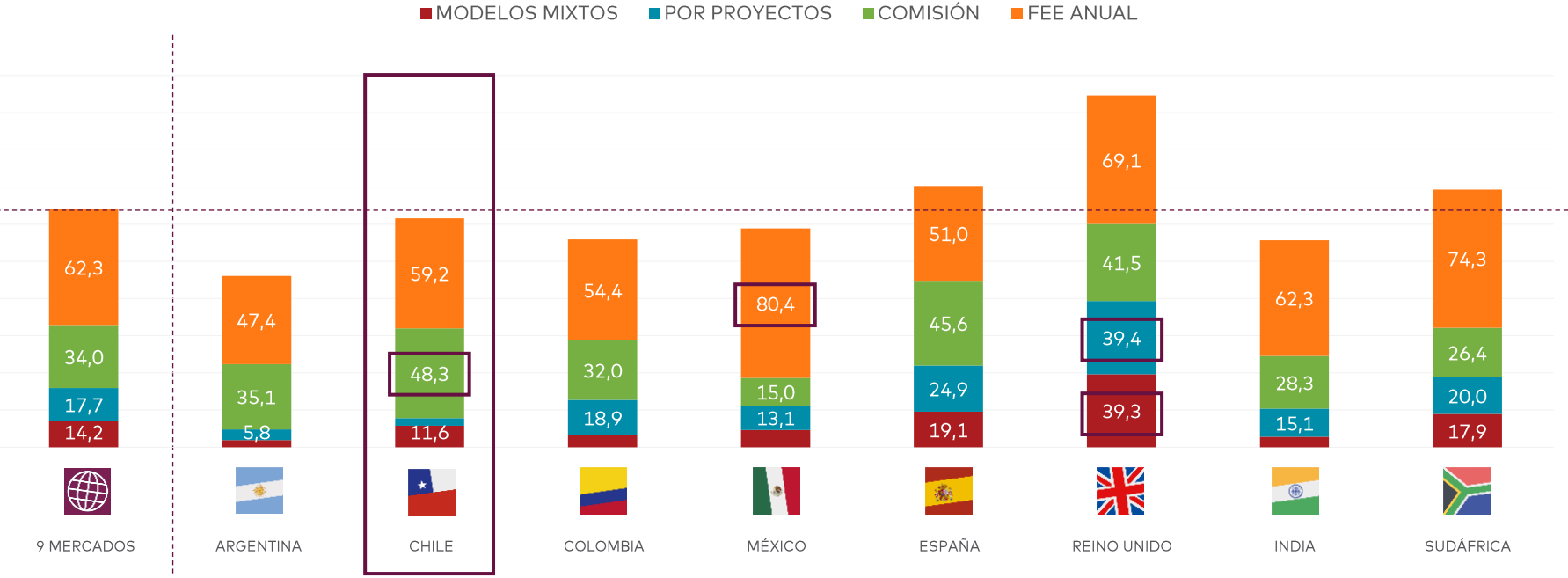
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Sistemas de Remuneración (DE AGENCIAS CREATIVAS) (FEE ANUAL-COMISIÓN-POR PROYECTOS-MODELOS MIXTOS)



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

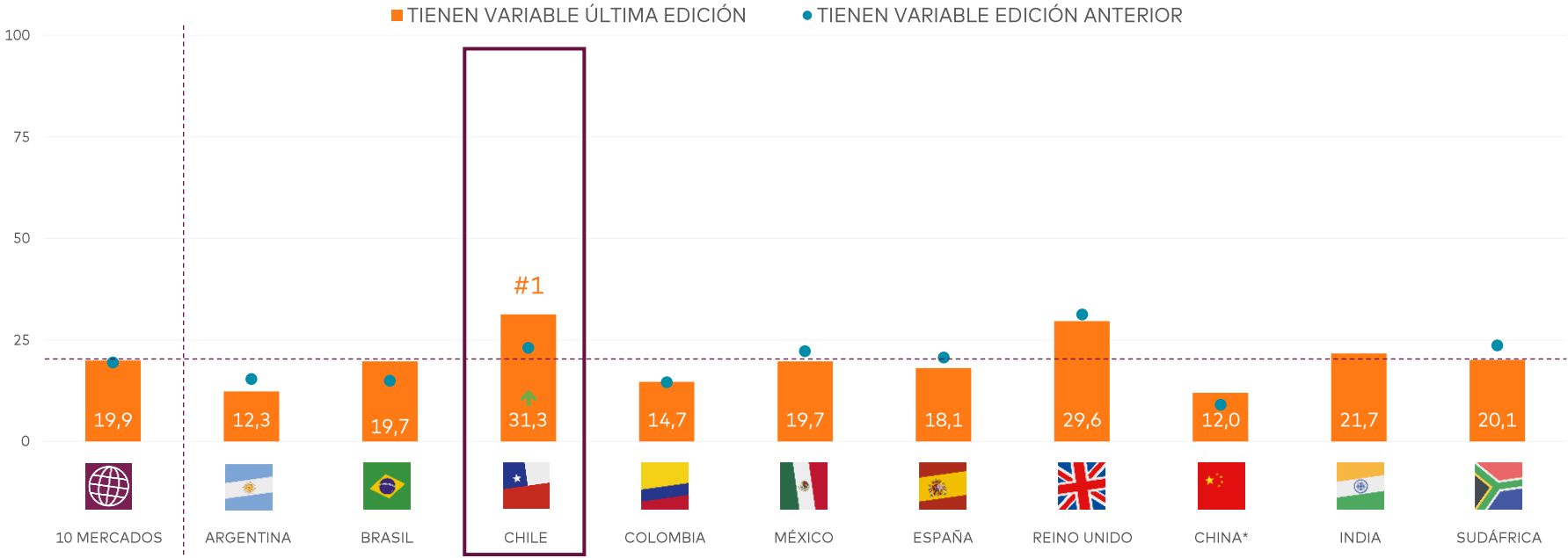
Sistemas de Remuneración (DE AGENCIAS DE MEDIOS) (FEE ANUAL-COMISIÓN-POR PROYECTOS)



SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Remuneración Variable (PARA SUS AGENCIAS CREATIVAS COMO BONUS ADICIONAL AL FINAL DEL AÑO)

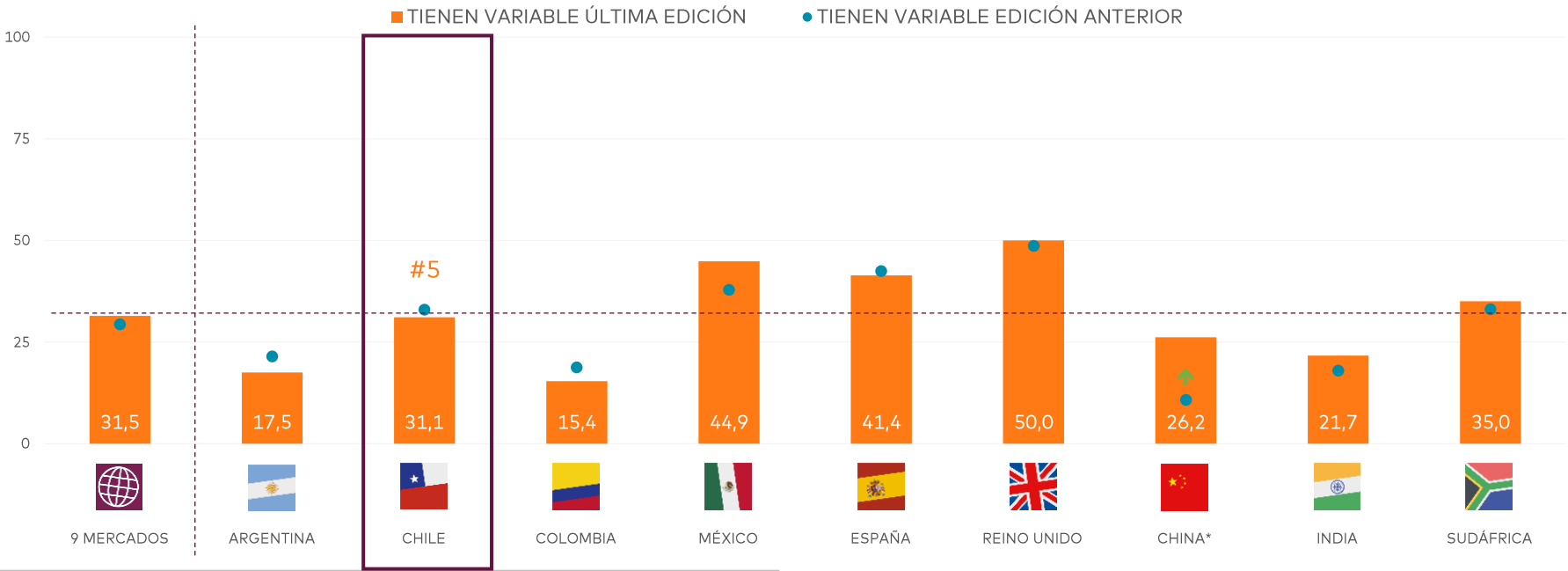
P. ¿TIENE ESTABLECIDO UN SISTEMA DE REMUNERACIÓN VARIABLE (BONUS) A FINAL DEL AÑO?



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

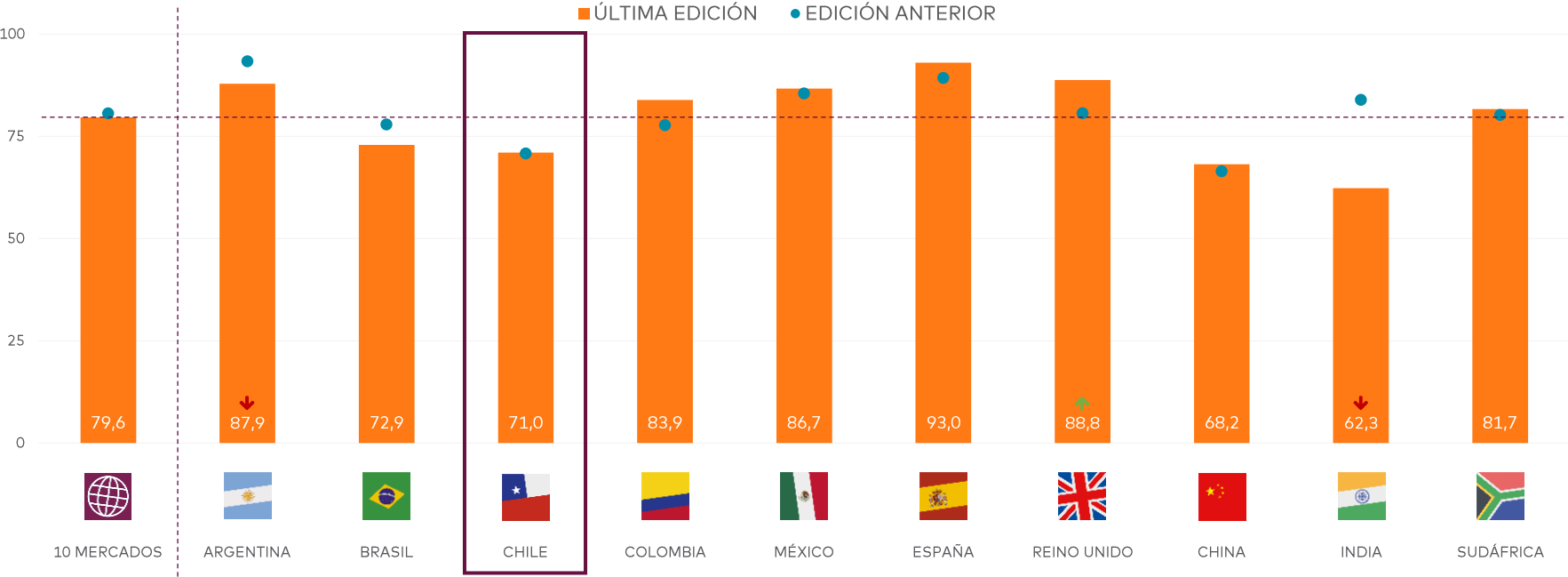
Remuneración Variable (PARA SUS AGENCIAS DE MEDIOS COMO BONUS ADICIONAL AL FINAL DEL AÑO)

P. ¿TIENE ESTABLECIDO UN SISTEMA DE REMUNERACIÓN VARIABLE (BONUS) A FINAL DEL AÑO?



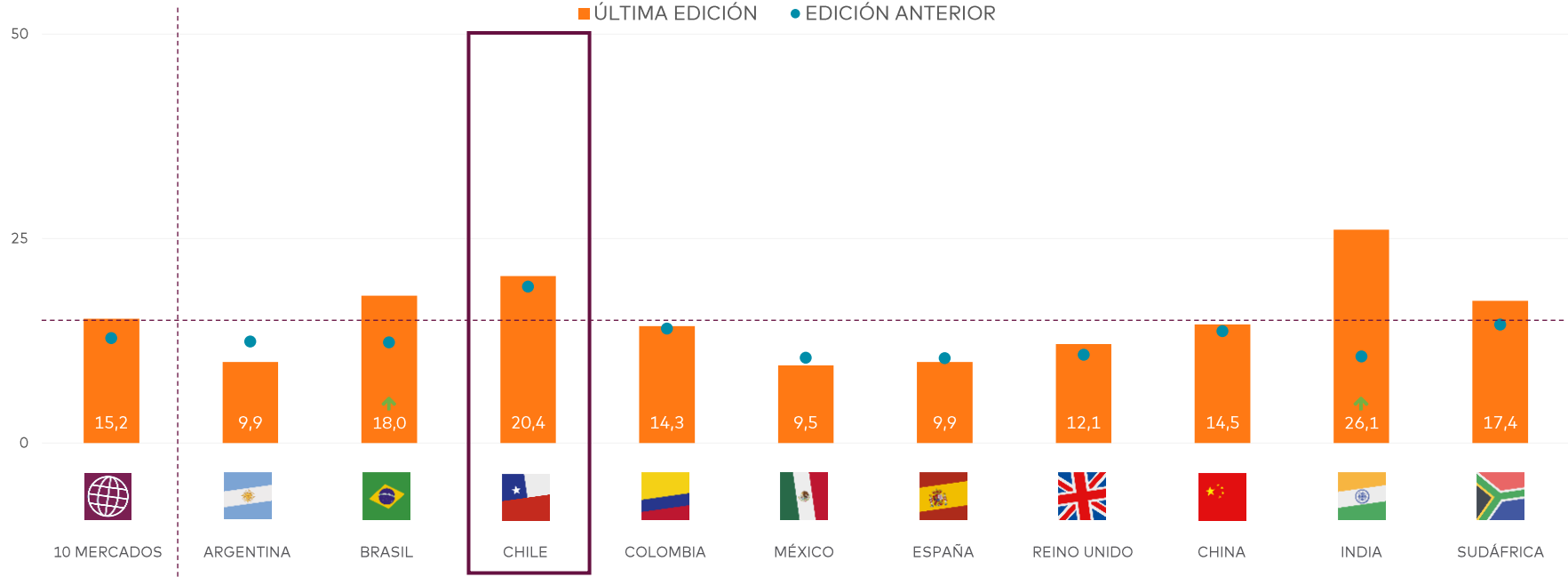
ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES 'SÍ' (%).

Nivel de Satisfacción (SEGÚN ESCALA DE SATISFACCIÓN)



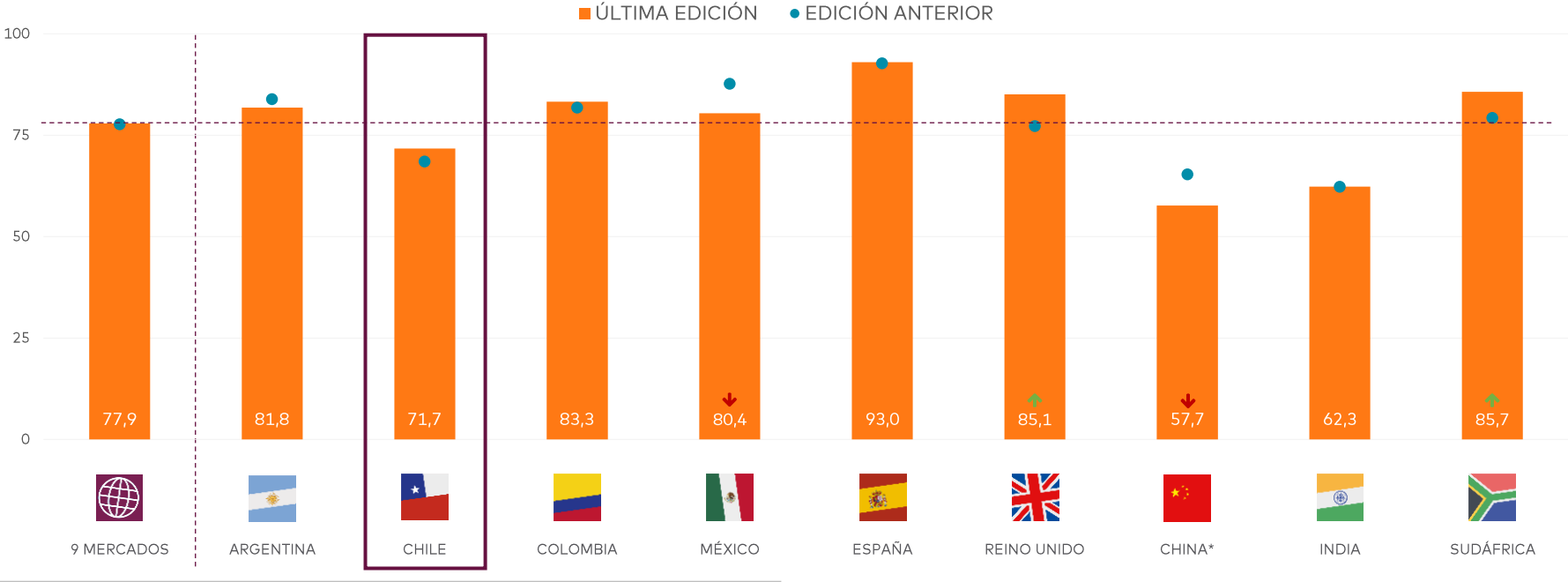
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Intención de Cambio (SEGÚN ESCALA DE PREDISPOSICIÓN AL CAMBIO)



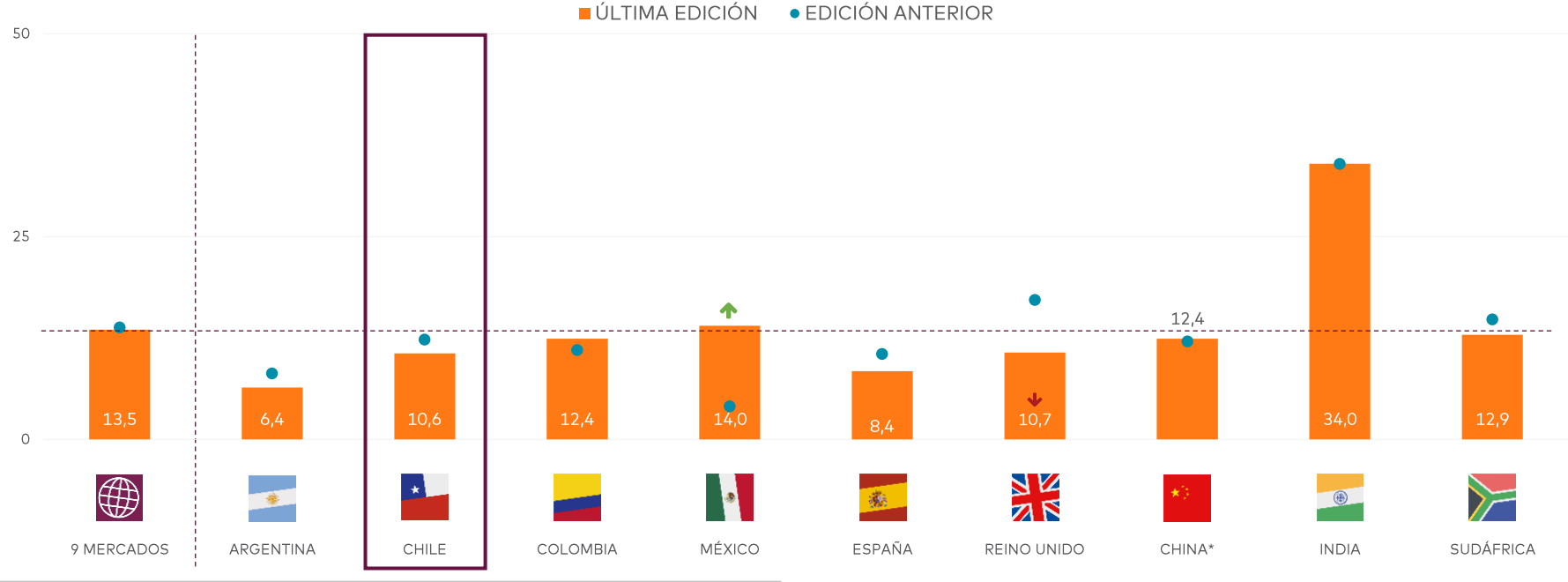
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Nivel de Satisfacción (DE AGENCIAS DE MEDIOS, SEGÚN ESCALA DE SATISFACCIÓN)



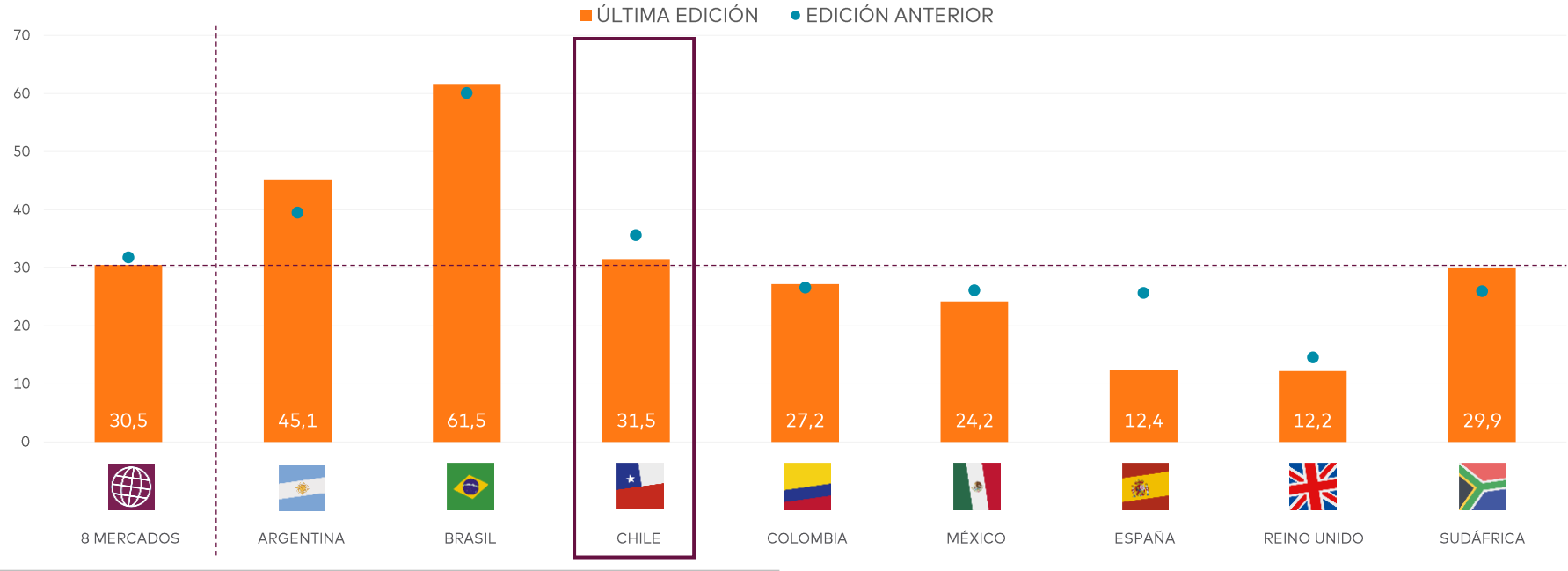
SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

Intención de Cambio (DE AGENCIAS DE MEDIOS. SEGÚN ESCALA DE PREDISPOSICIÓN AL CAMBIO)



SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PUNTUACIONES EN NPS.

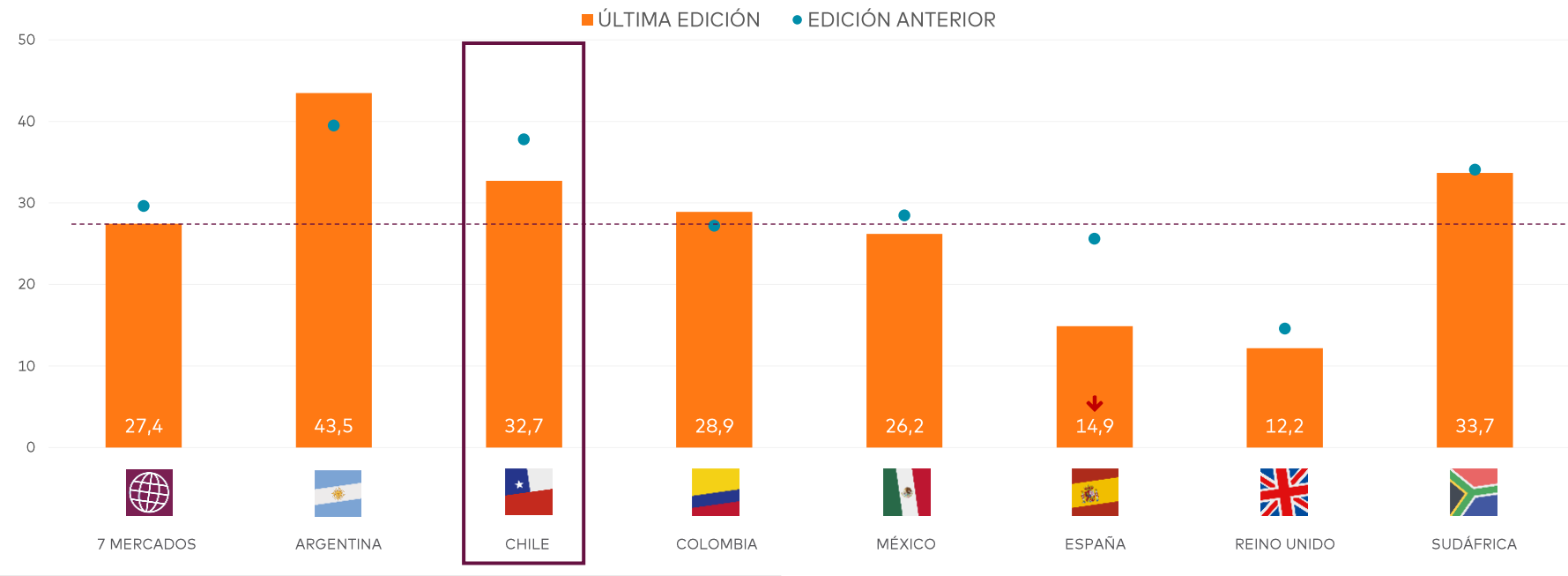
Contribución al Crecimiento del Negocio (P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA CREATIVA AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?)



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Contribución al Crecimiento del Negocio

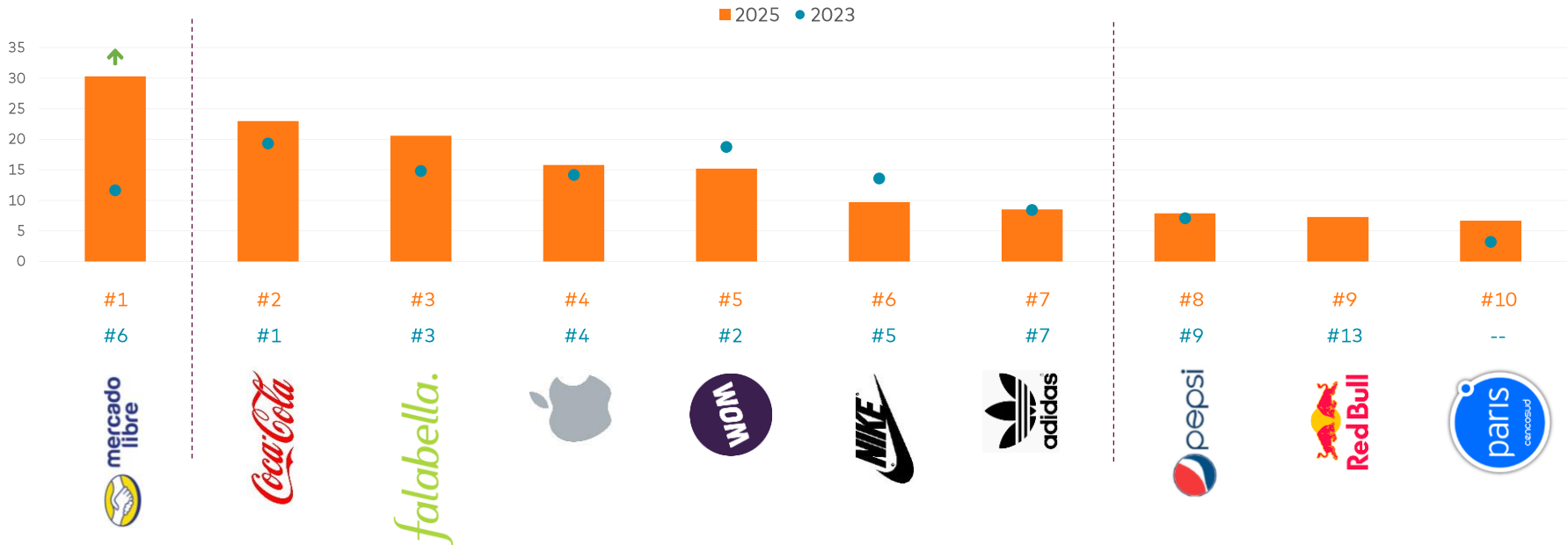
P. ¿EN QUÉ PORCENTAJE CONTRIBUYE SU AGENCIA DE MEDIOS AL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

Compañías Admiradas (POR SU COMUNICACIÓN Y MARKETING A LO LARGO DE LOS AÑOS)

SE MUESTRAN DATOS CON, AL MENOS, DOS MENCIONES (POSICIONES #1-#10 EN 2025)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (155) Y 2025 (165). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

TENDENCIAS DEL MERCADO | ACCIONES Y VISIBILIDAD DE LAS AGENCIAS

Compañías Admiradas (POR SU COMUNICACIÓN Y MARKETING A LO LARGO DE LOS AÑOS)

	ARGENTINA										
	BRASIL		OBOTICÁRIO				natura & co				
	CHILE										
	COLOMBIA										
	MÉXICO				amazon						
	ESPAÑA							ING			
	PORTUGAL										
	REINO UNIDO										
	CHINA*										
	INDIA	amazon									
	SUDÁFRICA										

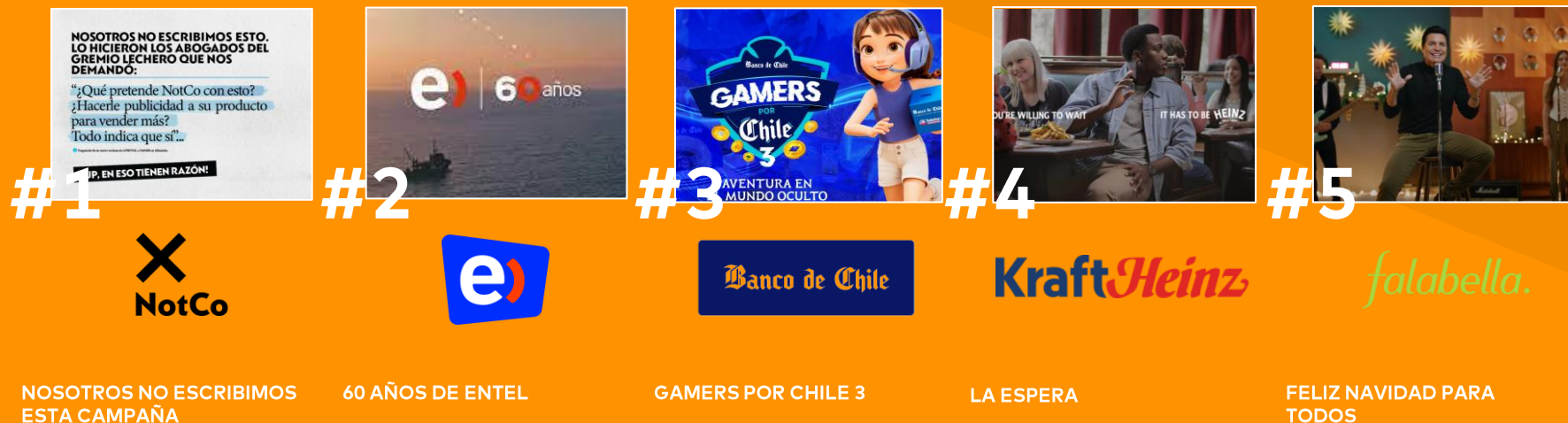
ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN RANKING (POSICIONES #1-#10 DE IZQUIERDA A DERECHA). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

AGENCY
SCOPE

CHILE 2025/26

SCOPEN

Top 5 Campañas Destacadas (EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS ENTREVISTADOS EN 2025 (250). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).

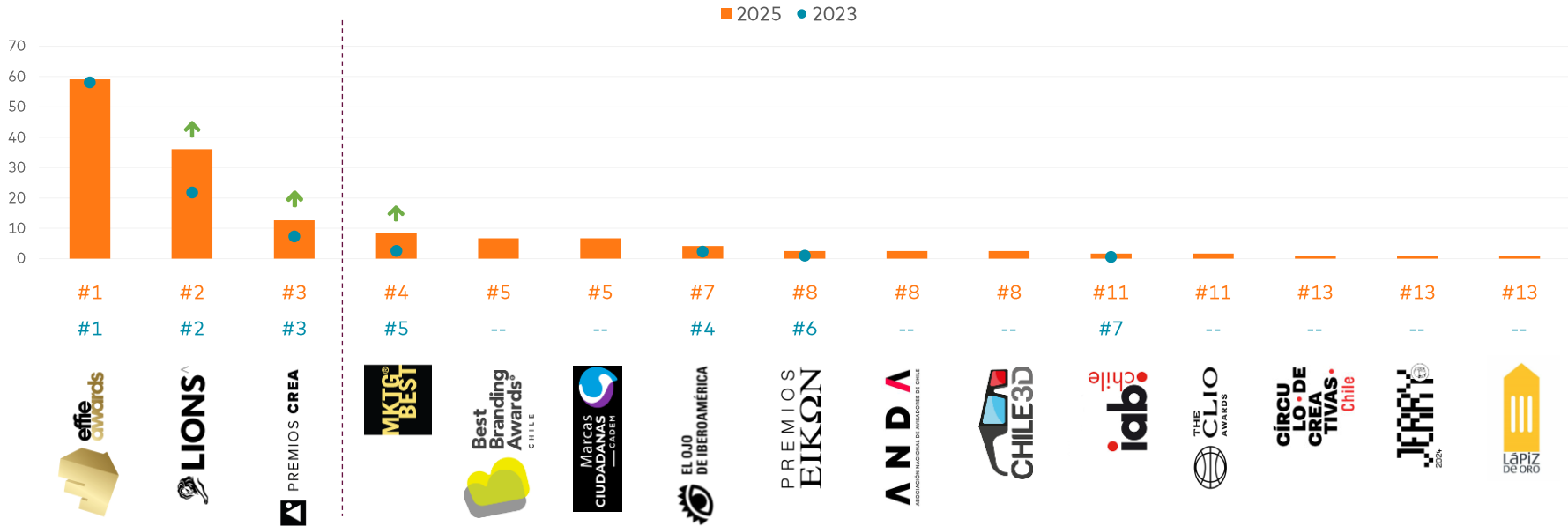
Campanñas Destacadas (EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS)

	ARGENTINA										
	BRASIL										
	CHILE										
	COLOMBIA										
	MÉXICO										
	ESPAÑA										
	PORTUGAL										
	REINO UNIDO										
	CHINA										
	INDIA										
	SUDÁFRICA										

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS. DATOS EN RANKING (POSICIONES #1-#10 DE IZQUIERDA A DERECHA). (*) CHINA: DATOS EDICIÓN 2018/19

Festivales y Premios del Sector (MÁS VALORADOS POR LOS RESPONSABLES DE MARKETING)

(SE MUESTRA RANKING COMPLETO)



ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (193) Y 2025 (119). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#). OTROS PREMIOS 2023 (5,7) / 2025 (1,7).

Profesionales de Marketing más Admirados (DECLARADO POR LOS AVISADORES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10



#1

MARÍA BEATRIZ PARODI
BANCO DE CHILE



#2

CAROLA ABAD
SODIMAC



#3

TATIANA RIESLE RUDOLPHY
FALABELLA



#4

JUAN STAUDT
CAPEL



#5

ROMINA GALATZAN
ENTEL



#6

RODRIGO SAHR
CLARO



#7

RODRIGO ORELLANA
SCOTIABANK



#8

MACARENA BRAVO
PORSCHÉ



#9

RAFAEL LIPARI
CAJA LOS ANDES



#10

PAULA CALLEJAS
MOVISTAR

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS ENTREVISTADOS EN 2025 (107). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

Profesionales de Agencias Creativas más Admirados (DECLARADO POR LOS AVISADORES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10

#1



ÁLVARO BECKER
BBDO

#2



LEONARDO CHIESI
McCANN WORLDGROUP

#3



PABLO SOMMER
McCANN WORLDGROUP

#4



JOSÉ IGNACIO SOLARI
DDB

#5



FELIPE MANALICH
1984

#6



JOYCE KAHN
McCANN

#7



RAIMUNDO UNDURRAGA
VML

#8



RANCISCO CAVADA (CRUNCHO)
BBDO

#8



GABRIEL JEFFERIES
JELLY

#10



PABLO LEIVA
BBDO

#10



DIEGO PERRY
WOLF

#10



GONZALO BAEZA
WOLF

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS ENTREVISTADOS EN 2025 (232). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

Profesionales de Agencias de Medios más Admirados (DECLARADO POR LOS AVISADORES Y LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS)

SE MUESTRAN POSICIONES #1-#10



#1

MARCELA ROBLEDO
PHD



#2

PATRICIO SALAS
INITIATIVE



#3

MARIANA CAPEROCHIPE
PUBLICIS GROUPE



#4

MARÍA CRISTINA GUTIÉRREZ
PHD



#5

GONZALO PARRA
HAVAS GROUP



#6

MARICELA PASTENE
PUBLICIS GROUPE



#7

MIKE CASTILLO
OMD



#8

PAULINA BERRIOS
HEARTS & SCIENCE



#9

MARÍA INÉS TORRES
INITIATIVE



#10

LAURA FLORES
iPROSPECT



#10

MARÍA JOSÉ ESPINOZA
PUBLICIS GROUPE

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING Y PROFESIONALES DE AGENCIAS ENTREVISTADOS EN 2025 (182). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

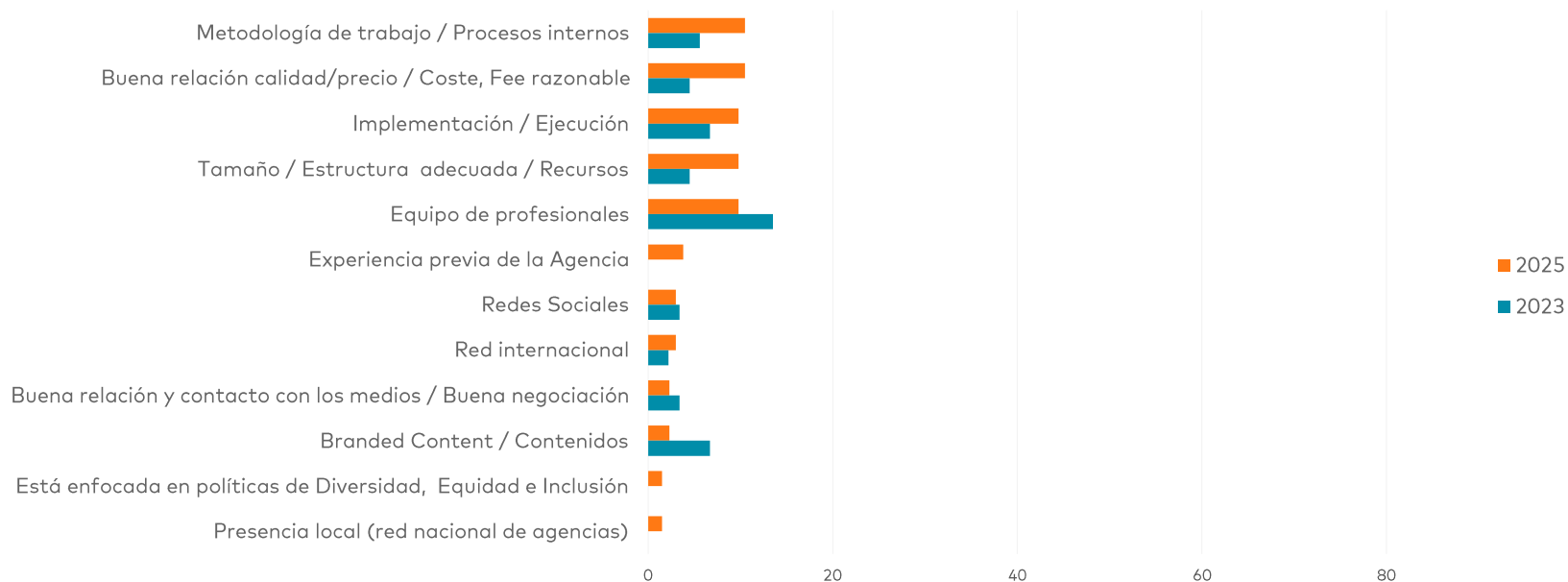
Características de la Agencia Creativa 'Ideal' (O EJEMPLAR) (1/2)



SE MUESTRAN PORCENTAJES SUPERIORES AL 11% EN 2025.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (115) Y 2025 (133). DATOS EN PORCENTAJES (%). (2,7 / 3,2 MENCIONES DE MEDIA).

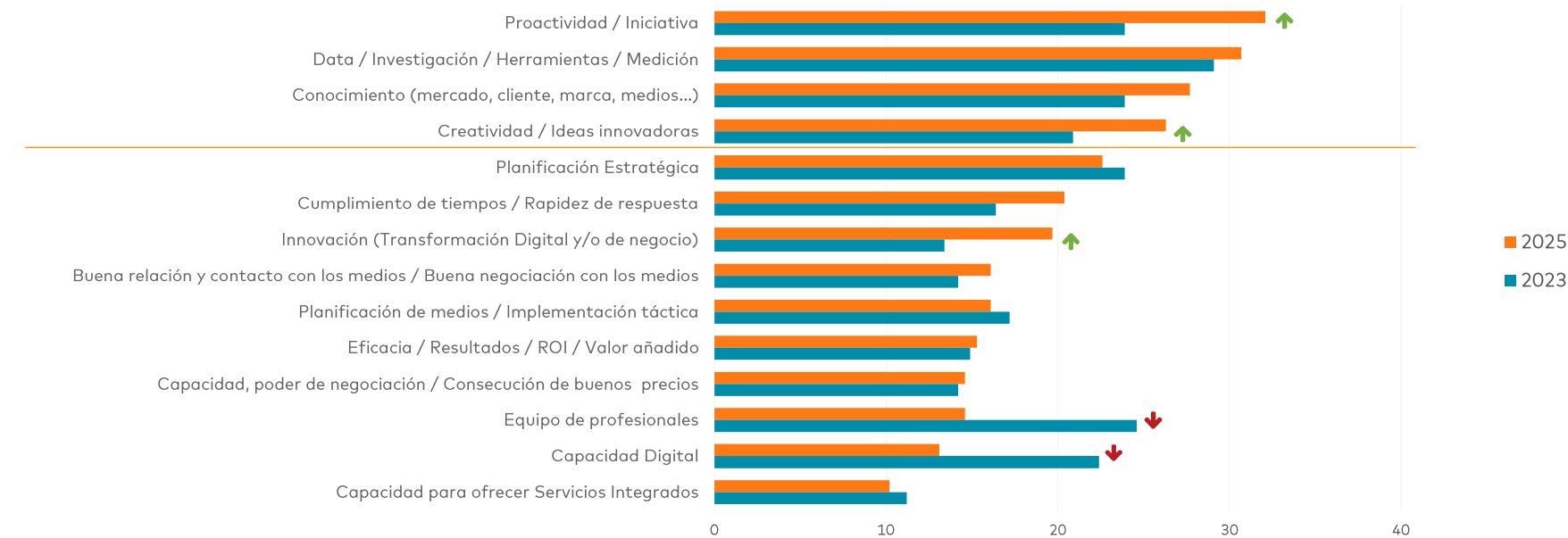
Características de la Agencia Creativa 'Ideal' (O EJEMPLAR) (2/2)



SE MUESTRAN PORCENTAJES INFERIORES AL 11% EN 2025.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (115) Y 2025 (133). DATOS EN PORCENTAJES (%). (2,7 / 3,2 MENCIONES DE MEDIA).

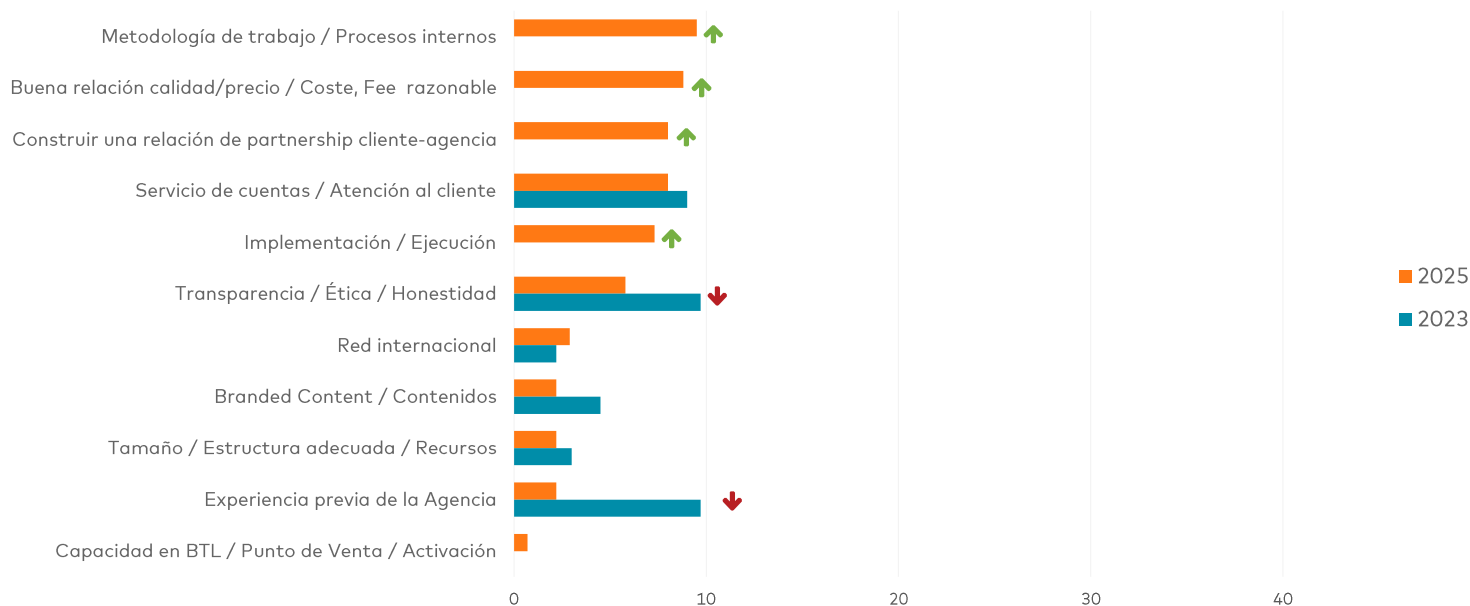
Características de la Agencia de Medios 'Ideal' (O EJEMPLAR) (1/2)



SE MUESTRAN PORCENTAJES SUPERIORES AL 10% EN 2025.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (135) Y 2025 (137). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3,1 / 3,4 MENCIONES DE MEDIA).

Características de la Agencia de Medios 'Ideal' (O EJEMPLAR) (2/2)



SE MUESTRAN PORCENTAJES INFERIORES AL 10% EN 2025.

ESPONTÁNEA. RESPONSABLES DE MEDIOS Y MARKETING ENTREVISTADOS EN 2023 (135) Y 2025 (137). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3,1 / 3,4 MENCIONES DE MEDIA).

CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO



CREATIVIDAD



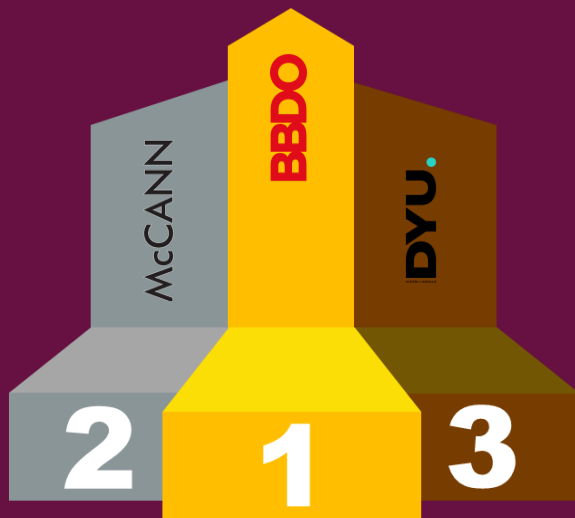
ATRACCIÓN



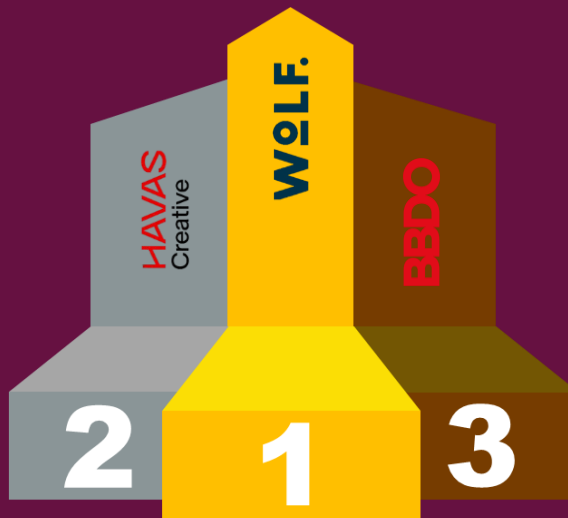
EJEMPLARIDAD



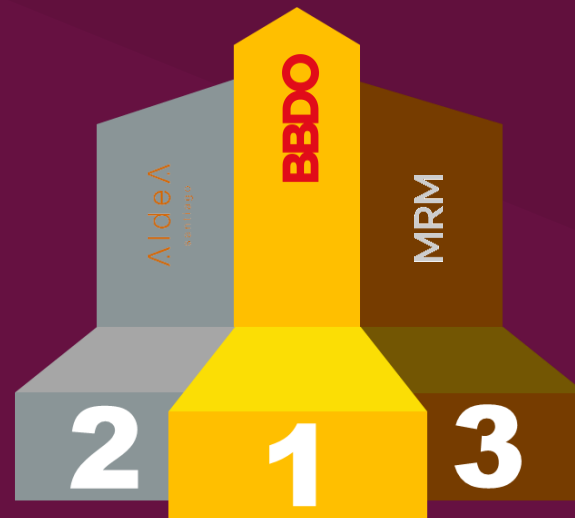
PERCEPCIÓN MERCADO



VALORACIÓN CLIENTES



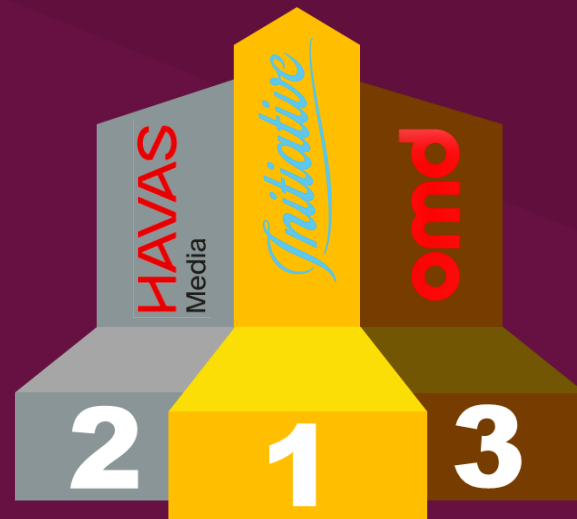
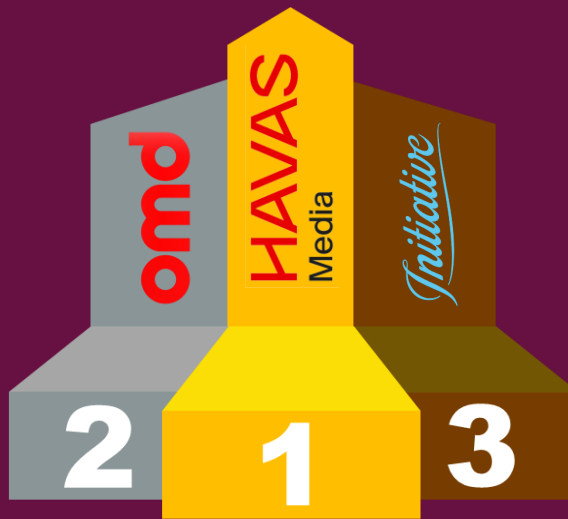
PERCEPCIÓN COMPETENCIA



CONOCIMIENTO
ESPONTÁNEO

ATRACCIÓN

EJEMPLARIDAD



PERCEPCIÓN MERCADO



VALORACIÓN CLIENTES



PERCEPCIÓN COMPETENCIA



¡Gracias!

Fred Messina (*Research Manager*) | fmessina@scopen.com

Óscar López (*Research Director*) | olopez@scopen.com

César Vacchiano (*President & CEO*) | cvacchiano@scopen.com

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



SCOPEN

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