



Ranking de Grupos de Agencias de Marketing Directo e Interactivo, de Agencias de Marketing Directo y de Agencias de Marketing Interactivo realizados por la AGEMDI

La Asociación de agencias de Marketing Directo e Interactivo (AGEMDI) ha realizado, un año más, sus rankings que este año presentan importantes novedades. El Ranking de Agencias como se venía conociendo hasta ahora pasa a ser Ranking de Grupos de agencias y en él se intenta recoger la evolución y el potencial de los grupos especializados en marketing directo e interactivo que operan en España. Esta es una evolución lógica, ya que era difícil mantener el nombre de Ranking de Agencias, cuando en él sumaban cifras agencias de un mismo grupo y otras empresas a veces con muy considerables cifras de ingresos brutos.

Como complemento, por primera vez se realiza un Ranking de Agencias, con criterios mucho más restrictivos, ya que se pretende dibujar la evolución de las agencias como tales, sin tener en cuenta empresas se apoyo a su labor o agencias del mismo grupo que no consoliden negocio.

Como cada año, los Rankings de Agencias y de grupos de la AGEMDI han contado con la supervisión de la auditora PriceWaterhouseCoopers.

1. **Ranking de Grupos de agencias de Marketing Directo e Interactivo:** Este Ranking sigue la línea del antiguo Ranking de Agencias, para el cual se han fijado unos criterios claros para lo que puede y no puede consolidarse dentro de un grupo (consultar anexo 1).

La participación ha sido de un total de 8 grupos (consultar anexo 2), cuyos ingresos totales superan los 60 millones de euros. El número de empleados confirma el incremento mostrado en los otros dos Rankings, alcanzando un aumento del 16%.

2. **Ranking de agencias de Marketing Directo:** Este ranking se realiza por primera vez y pretende restringir al mínimo imprescindible la consideración de agencia (ver anexo con criterios de aplicación).

Cabe destacar la alta participación de las agencias, las cuales han alcanzado el número de 17. Bien es cierto que este hecho ha ayudado a que la cifra total de ingresos alcance los casi 70 millones de euros, pero lo más importante a tener en cuenta es comprobar que tan sólo 3 agencias han mostrado una cifra inferior al año pasado, si lo comparamos con al antiguo Ranking de Grupos, donde también participaba alguna agencia. Esto indica que el sector goza de buena salud, destacando varias agencias que han mostrado un incremento superior al 20% y otras alcanzando y superando el 50%.

Otro dato que confirma el buen momento del sector es el número de empleados. Los 883 trabajadores confirman que la gran mayoría de agencias apuesta por la contratación de nuevos profesionales.

3. **Ranking de agencias Interactivas:** El Ranking de agencias interactivas también muestra un aumento importante de participación. De los 8 pioneros que formaron el primer Ranking de agencias interactivas del 2001, hemos alcanzado los 11 en el 2002, lo cual supone un 38% de incremento.

La crisis que ha afectado al sector interactivo durante el 2001, creó serios problemas a algunas agencias interactivas que incluso se vieron obligadas a cerrar puertas. Este Ranking confirma que a pesar de posibles frenazos económicos las empresas anunciantes siguen dispuestas a invertir en Internet y no han dejado de creer en él como medio, tanto como herramienta de comunicación, promoción, captación, fidelización y venta.

En cuanto al número de empleados, la mayoría de agencias presentadas cuentan con más de 15 trabajadores. De las que también dieron sus datos en el 2001, la comparativa nos muestra que en gran medida, estas agencias han aumentado su plantilla más de un 50%.

ANEXO 1

CRITERIOS DEL RANKING 2001 DE AGEMDI

Criterio temporal: Situación en 2001

Ranking de Grupos de agencias de Marketing Directo e Interactivo

CRITERIOS	DEFINICIÓN
Definición	<p>Pueden participar aquel conjunto de compañías que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - que se dedican al Marketing Directo / Interactivo, - que actúan de forma conjunta y coordinada en el mercado, - bajo un mismo equipo directivo, - que no compiten entre sí, - que comparten un accionista mayoritario - y que comparten unas señas de identidad en el mercado (nombre, logotipo, enseña, etc.)
Actividad principal	<p>Pueden participar aquellos grupos, cuyas compañías tengan como actividad principal (más del 50%), servicios de las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - consultoría de estrategia de Marketing Directo, Relacional e Interactivo, - creación de mensajes y campañas de Marketing Directo, Relacional e Interactivo, - contratación y supervisión de acciones, - diseño, desarrollo y gestión de bases de datos
Actividades excluyentes	<p>No podrán participar en el Ranking de Grupos aquellas compañías cuya actividad principal sea proporcionar servicios de redes de ventas, producción, logística o medios de difusión.</p>

Ranking de agencias de Marketing Directo

CRITERIOS	DEFINICIÓN
Actividad principal	Debe ser la de Agencia de Marketing Directo / Interactivo para más de una empresa anunciante
Único NIF	Participarán empresas con datos de un solo NIF, admitiéndose solamente la excepción de aquellas empresas que con diferente NIF tengan exactamente la misma denominación comercial y estén radicadas en diferente ciudad.
Realidad del mercado en un espacio y tiempo	La Agencia de Marketing Directo / Interactivo en España y a 31 de diciembre del año referido.

Ranking de agencias Interactivas

Los mismos que en el Ranking de agencias de Marketing Directo, más lo siguiente:

- Las agencias deberán estar constituidas como sociedades independientes, por lo que no se podrán aceptar los ingresos brutos de las agencias Interactivas que ofrezcan sus servicios, operando bajo la forma de "división o marca especializada" dentro de otra agencia.

ANEXO 2:

COMUNICADO DE MRM:

MRM entiende que las normas de la Asociación son restrictivas respecto a su visión de lo que es un grupo de Marketing Relacional por lo que el Ranking limita y no responde fidedignamente a su estrategia. Como consecuencia, MRM ha decidido no estar presente este año en el Ranking.

Ranking de agencias Interactivas

	AGENCIA	Ingr. brutos '01	Ingr. brutos '00	Incr. %	Empl. '01	Empl. '00	Incr. %
1	Ogilvy Interactive	2.944.003,70	2.548.357,43	16%	48	56	-17%
2	Orbital Grupo de Com.	2.096.829,06			40		
3	Tribal DDB	1.997.157,21			24		
4	Digital Bates	1.395.586,17			21		
5	eOne Euro RSCG Lorente	1.151.539,19	1.333.249,19	-16%	33	19	74%
6	Discovery Net	757.076,92	631.122,81	20%	22	21	4%
7	Bcn Inédita Euro RSCG Int.	628.093,71	625.389,16	0%	16	10	60%
8	Iniciativas Virtuales ¹	538.344,57	119.487,22	350%	9	5	80%
9	Masmadera	475.556,84	210.354,24	126%	10	5	100%
10	CP Interactive ²	366.106,52			18		
11	Brandmedia	264.210,93	615.087,81	-133%	16	16	
	TOTAL	12.614.504,82	6.083.047,86	107%	257	132	95%

Iniciativas Virtuales ¹: La cifra de Iniciativas Virtuales de 538.344 euros corresponde al ejercicio del 1 de octubre de 2000 al 30 de septiembre de 2001.

CP Interactive ²: La cifra de 366.106 euros corresponden al último trimestre del 2001.