

5

LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Las grandes empresas de publicidad suelen ser **Agencias de Servicios Generales** o servicios completos. Estas agencias ofrecen muchos de los servicios necesarios para desarrollar las campañas publicitarias. Y también es normal que para actividades especiales como el marketing directo, o la compra de espacios publicitarios tengan empresas especializadas que pertenecen al mismo grupo. La [Asociación Española de Agencias de Publicidad](#) agrupa a la mayoría de las Agencias importantes.

Agencias de Publicidad Especializadas. Algunas Agencias de Publicidad se especializan en un tipo de Medio. Por ejemplo existen Agencias especializadas en Internet o en la Publicidad en vallas y medios exteriores. Otras empresas se especializan en una parte del proceso o trabajo publicitario. Existen empresas que se dedican solo a la investigación comercial, a la creatividad o la compra de espacios en los medios. Como por ejemplo la Agencia de publicidad online [Adlink](#)

Las **Agencias de Exclusivas Publicitarias** son empresas que tratan de conseguir publicidad para unos determinados soportes. Por ejemplo se dedican a representar un periódico y buscan anunciantes que se anuncien en ese periódico. [Novomedia](#) es la Agencia que lleva la publicidad de los periódicos y las revistas del grupo Recoletos.

Las **Centrales de Medios** son empresas que compran espacios publicitarios en grandes cantidades y luego los revenden a las agencias de publicidad y a los grandes anunciantes.

- Son por tanto mayoristas de espacios. Compran por ejemplo una gran cantidad de tiempo en Televisión con un cierto descuento para luego revenderlo.
- Una Central de medios trata de optimizar el gasto publicitario de sus clientes mediante la compra, planificación y gestión de espacios en los Medios.
- Algunas empresas contratan una agencia de publicidad y una central de medios por separado.
- Por ejemplo [Optimedia](#) es una Central de Medios. La central de medios [Sudlow](#) explica que "Las Centrales de Medios tuvieron su origen en las Distribuidoras de Medios, aglutinando el volumen de compra para conseguir mayores niveles de descuento. Son centros financieros, rentabilizando la inversión de sus clientes para su propio beneficio, actúan como Brokers con atención especial en la compra/venta".