

“En Babalúa demostramos que una agencia independiente puede competir desde el talento”

Luis Riesgo Mantilla Fundador y Director Creativo de Babalúa

Desde 2019, Babalúa eleva su facturación acumulada un 430%. La agencia creativa española acelera su crecimiento en 2026, con un incremento del 18% en facturación durante el primer semestre y una previsión de crecimiento del 10% en EBITDA al cierre del ejercicio.

Con más de 17 años de trayectoria y oficinas en Madrid y Ciudad de México, Babalúa ha construido un modelo integral que combina consultoría de marca, comunicación, marketing, eventos, creatividad, producción audiovisual, contenidos digitales y estrategia, reforzado por el impulso de Babalúa Films, su división audiovisual propia.

Su metodología de trabajo combina equipos multidisciplinares, agilidad y una implicación directa en cada fase del proyecto, desde la idea inicial hasta la producción final.

CRECIMIENTO SOSTENIDO

La evolución de Babalúa se apoya en una trayectoria de crecimiento sostenido durante los últimos seis años, con incrementos anuales que han consolidado la escala del negocio y han permitido a la agencia cerrar 2025 al alza. El buen arranque de 2026 confirma esa tendencia y refuerza sus previsiones para el cierre del ejercicio.

A este impulso se suma su presencia en el ranking de agencias independientes de *El Publicista*, donde Babalúa se

situó en el puesto 45 en 2025. Un reconocimiento que ponía en valor la evolución de una agencia creativa que, desde una estructura ágil y cercana, trabaja para grandes marcas nacionales e internacionales como Endesa, DHL, Siemens Healthineers o Merlin Properties.

“En Babalúa hemos demostrado que una agencia independiente puede crecer compitiendo desde el talento, no desde el tamaño. Nuestra fortaleza está en la implicación del equipo, en la capacidad de adaptarnos a cada cliente y en entender cada proyecto como si fuera propio”, explica Luis Riesgo Mantilla, fundador y Director Creativo de la agencia.

DIVERSIFICACIÓN

Una de las claves de esta evolución ha sido la diversificación. Babalúa desarrolla proyectos para sectores como la energía, la farmacéutica, la tecnología, el retail, la movilidad, la alimentación o el entretenimiento, con servicios que abarcan campañas de comunicación interna, eventos corporativos, activaciones de marca, contenidos digitales, piezas audiovisuales, comunica-



ción institucional y acciones de branded content.

Esta amplitud le ha permitido acompañar a sus clientes de forma transversal, ofreciendo soluciones adaptadas a necesidades muy distintas. Para Luis Riesgo “el valor diferencial está en convertirse en un partner que escucha, entiende rápido, se anticipa y, cuando vienen curvas, no busca excusas: busca soluciones. Un partner que ayuda a quitar problemas, no que los crea”.

“Las marcas buscan equipos que entiendan su negocio, que sean rápidos, resolutivos y que aporten criterio. Hoy no basta con tener buenas ideas; hay que saber aterrizarlas, producirlas y hacer que funcionen en cada canal”, señala Riesgo.

LOS EVENTOS, MOTOR DE LA AGENCIA

El área de eventos continúa siendo uno de los grandes motores de la agencia. Babalúa ha producido experiencias corporativas, convenciones, congresos, presentaciones de producto y activaciones de marca en España y en destinos internacionales, desde Latinoamérica, con proyectos en Brasil, México o Colombia, hasta Europa, con producciones en Alemania, Reino Unido, Hungría, República Checa o Italia. Esta actividad ha reforzado su capacidad para coordinar equipos, proveedores y producciones en distintos mercados, adaptándose a cada contexto operativo, cultural y creativo. “Cada evento es una oportunidad para construir una experiencia que deje huella. Ya no se trata sólo de reunir a personas en un espacio, sino de crear un relato, cuidar cada detalle y conseguir que la marca conecte de verdad con quienes participan”, afirma el CEO de Babalúa.

La conexión con Ciudad de México aporta a Babalúa una perspectiva internacional complementaria. Sin perder el foco en su actividad principal en España, la agencia mantiene una mirada abierta a nuevas oportunidades en el mercado latinoamericano.

Otro de los hitos recientes ha sido el desarrollo de Babalúa Films, su división audiovisual propia, creada para responder a la creciente demanda de contenidos de marca desde una mirada integrada: concepto, guion,

producción, realización y postproducción.

“No queríamos ser solo una agencia que graba y edita vídeos. Tenemos la capacidad de pensar historias desde dentro y producirlas con un nivel creativo y técnico a la altura de lo que las marcas necesitan hoy”, explica Riesgo.

IA, PRESENTE Y FUTURO

De cara al futuro, Babalúa seguirá apostando por un modelo que combina creatividad, estrategia, producción y tecnología. La incorporación de herramientas vinculadas a la inteligencia artificial, la automatización creativa y los nuevos formatos de contenido ya forma parte de su evolución, siempre desde una idea clara: la tecnología debe estar al servicio de la creatividad y no sustituirla.

“La IA está cambiando la forma en la que trabajamos, pero el criterio, la sensibilidad y la comprensión del cliente siguen siendo humanos. Para nosotros, la tecnología es una herramienta para ser más eficientes, más precisos y más ambiciosos”, concluye Riesgo.

Babalúa encara esta nueva etapa con una posición reforzada dentro del panorama independiente español. Su crecimiento demuestra que la agilidad, la cercanía, la especialización y la capacidad de ejecución siguen siendo valores diferenciales en un mercado cada vez más exigente.

