

# BEST AGENCY TO WORK FOR

MEXICO 2022

## NOTA DE PRENSA

### MEDIAMONKS E IPG MEDIABRANDS SON LA AGENCIA CREATIVA Y GRUPO DE AGENCIAS DE MEDIOS MÁS ATRACTIVOS EN EL "BEST AGENCY TO WORK FOR" DE SCOPEN

- Se trata de la cuarta edición del estudio en México
- **MEDIA.MONKS, OGILVY y TERÁN TBWA\**, son las agencias creativas más atractivas donde trabajar
- Las tres primeras posiciones entre las agencias de medios las ocupan **IPG MEDIABRANDS, STARCOM y MINDSHARE**
- **NETFLIX** se alza como el cliente más atractivo con el que trabajar para los profesionales de las agencias

México DF, 15 de marzo de 2022.-

SCOPEN concluye la cuarta edición de su estudio "BEST AGENCY TO WORK FOR" en el que se identifica a las 10 agencias, tanto creativas como de medios, mejor percibidas para trabajar en ellas, por los propios profesionales del sector, así como la predisposición al cambio y la capacidad de atracción de talento de las agencias.

En esta edición, llevada a cabo entre los meses de mayo a julio de 2021, la muestra se ha incrementado más de un 50% (frente a la edición de 2019), recogiendo las opiniones de un total de 331 profesionales: 203 de agencias creativas y 128 profesionales de agencias de medios con distintos cargos senior en todos sus departamentos.

El **perfil medio del profesional de agencia creativa** entrevistado tiene 39 años, lleva casi cuatro años en la agencia y más de cinco en su puesto actual. Un 53% de ellos son hombres y un 47% mujeres, y el departamento con más representación es el creativo, con el 32% de la muestra.

Los **profesionales de agencias de medios** cuentan, de media, con poco menos de cuatro años en la agencia y también más de cinco en su puesto actual. En este caso, la mayoría son mujeres (57%) y el departamento que aporta mayor representación es el de cuentas, con una cuota del 38%.

Por primera vez en este estudio, además de recogerse el ranking de las agencias más atractivas en las que trabajar, se analizan las motivaciones que hay detrás de estas preferencias. De forma espontánea, **los profesionales que trabajan en las agencias mencionan como factores principales para cambiar de agencia, el Salario (55%), la Proyección profesional/Aprendizaje (43%) y el Proyecto/Reto de las agencias (25%)**. Les siguen factores como el *Horario (flexibilidad, teletrabajo 16%)*, la facilidad de *Conciliación laboral-familiar (12%)* o la *Cartera de clientes* de la agencia (9%).

Un 17% de los profesionales que trabajan en agencias creativas se plantean un cambio de agencia (21% en el caso de las agencias de medios). Entre los que se plantean el cambio, la mayoría, en ambos tipos de agencia (48%), se irían a empresas anunciantes.

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

# BEST AGENCY TO WORK FOR

MEXICO 2022

Cuando los entrevistados hablan de los **criterios que consideran más importantes a la hora de valorar una agencia frente a otra**, y tomando cinco aspectos clave cualitativos sugeridos, que se tienen en cuenta a nivel internacional, el *Orgullo*, el *Respeto* y la *Credibilidad* son los tres aspectos más mencionados (con algunas diferencias entre las agencias creativas y las de medios), seguidos del *Compañerismo* y la *Imparcialidad*.

Si hacemos el mismo análisis con cinco variables más cuantitativas, la *Conciliación* y el *Contrato* acumulan el 70% de las menciones, seguidos de los *Beneficios*, la *Localización* y el *Espacio físico*.

Las **10 agencias creativas más atractivas** para los profesionales son:

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| #1 <b>MEDIA.MONKS</b> | #6 <b>PUBLICIS</b>   |
| #2 <b>OGILVY</b>      | #7 <b>VLMY&amp;R</b> |
| #3 <b>TERÁN TBWA\</b> | #8 <b>BBDO</b>       |
| #4 <b>LEO BURNETT</b> | #9 <b>ANÓNIMO</b>    |
| #5 <b>McCANN</b>      | #10 <b>GUT</b>       |

**Media.monks** alcanza el liderazgo subiendo desde la cuarta posición que tenía en la edición anterior (siendo CIRCUS). Completan el TOP 3 **Ogilvy**, que sube una posición y **TERÁN TBWA\**. En cuarto lugar, se sitúa **Leo Burnett**, que escala desde el noveno lugar de 2019 y, a continuación, aparecen **McCann** y **Publicis**, que no formaban parte del TOP 10 en la última edición. Séptima es **VLMY&R**, octava **BBDO**, novena (**anónimo**) y completando el ranking de los diez primeros, **Gut** que entra por primera vez este año.

En cuanto a las **agencias de medios**, aparecen en las 10 primeras posiciones:

- |                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| #1 <b>IPG MEDIABRANDS</b> | #6 <b>INITIATIVE</b>     |
| #2 <b>STARCOM</b>         | #7 <b>PUBLICIS MEDIA</b> |
| #3 <b>MINDSHARE</b>       | #8 <b>HAVAS MEDIA</b>    |
| #4 <b>MEDIACOM</b>        | #9 <b>OMD</b>            |
| #5 <b>GROUPM</b>          | #10 <b>SPARK FOUNDRY</b> |

En esta edición, un tercio de las menciones son a grupos y no tanto a agencias, una circunstancia que no se había dado hasta ahora. Así ocurre en el caso de **IPG Mediabrands** que, además, surge en la primera posición sin haber formado parte del TOP 10 en 2019. **Starcom** mantiene la segunda posición y **MINDSHARE** gana dos posiciones pasando de la quinta a la tercera. Muy cerca se sitúa **MEDIACOM** que pasa a ser cuarta y otros dos grupos, **GroupM** y **Publicis Media**, alcanzan la quinta y séptima posición respectivamente, no habiendo sido mencionados en la anterior edición. La sexta posición la ocupa **Initiative** y completan el ranking **Havas Media**, **OMD** y **SPARK FOUNDRY** que bajan un poco sus posiciones de 2019.

En el estudio también se recogen los resultados de los clientes con los que querrían trabajar los profesionales de las agencias (**BEST MARKETER TO WORK WITH**) y los factores que determinan esa preferencia.

Aunque con pequeñas diferencias dependiendo de si los profesionales que responden son de agencias creativas o de medios, en el cómputo global, marcas más tecnológicas como son **NETFLIX** y **Amazon** adelantan por primera vez a **Coca-Cola**, que durante años ha ocupado

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

## BEST AGENCY TO WORK FOR

MEXICO 2022

la primera posición y que esta vez aparece en tercer lugar. Las marcas locales continúan cediendo el paso a otras multinacionales y en esta ocasión, solo una marca mexicana, **GRUPO MODELO**, forma parte del TOP 10, en la cuarta posición.

En cuanto a **los factores clave que determinan los clientes más atractivos**, los más mencionados por los profesionales son la *Digitalización* de la propia empresa, el *Gusto personal* por ese cliente y la *Apuesta por la creatividad* de la marca o anunciante que, lógicamente, adquiere más importancia entre los profesionales que trabajan en agencias creativas. Seguirían aspectos como La *Reputación* que tiene la compañía, los *Valores y Mensajes* que comunica y el *Reto* que supone trabajar con ella.

**Héctor Abanades**, Research Manager de SCOPEN comenta que *"es curioso que menos de un 2% de los profesionales destaque como clave la Buena remuneración del cliente a la Agencia, algo que por parte de las agencias siempre se defiende y que es clave para que exista una buena remuneración de los equipos (recordemos que es el principal factor a la hora de querer cambiar de agencia)"*.

### **Sobre SCOPEN:**

SCOPEN es una consultora de marketing y publicidad que opera en el mercado desde 1990. Actualmente la compañía ofrece, gracias a las investigaciones que realizan y a su riguroso análisis, una visión estratégica única para impulsar los negocios desde un punto de vista creativo, inspirando a personas y proyectos desde el rigor y la independencia.

Presente en Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, India, México, Portugal, Singapur, Sudáfrica, España y Reino Unido.

SCOPEN. **Knowledge for Creative Transformation**

### **Para más información:**

#### **SCOPEN**

María José Ramiro - Communications Director

[mjramiro@scopen.com](mailto:mjramiro@scopen.com) Tlf: 917 021 113

**SCOPEN.COM**