

**NOTA DE PRENSA****SANCHO BBDO y OMD vuelven a ser agencia creativa y  
agencia de medios más atractivas para el sector****ABInBev, el anunciante más atractivo con la que trabajar**

*Bogotá, 13 de octubre 2022*

SCOPEN presenta los resultados de la última edición del **BEST AGENCY TO WORK FOR** de **agencias creativas y de medios**, que identifica a las agencias más atractivas en las que trabajar para los propios profesionales. El trabajo de campo de esta edición se ha realizado en el primer semestre de este año.

En esta edición **se ha entrevistado a un total de 549 profesionales** (286 de agencias creativas y 263 de medios). Casi un 90% de los entrevistados son de Bogotá, con más hombres en las agencias creativas (55%) y más mujeres en las de medios (54%) y, sobre todo, de puestos no directivos (68%). Más de un 85% de los profesionales pertenecen a agencias multinacionales (frente a las independientes). La antigüedad de los profesionales en sus agencias es de 4,2 años, con 4,1 años de permanencia en supuesto actual, entre los profesionales de agencias creativas y 3,5 en el caso de las de medios.

**Un 23,4% de los profesionales de agencias creativas y un 27,4% de los de agencias de medios entrevistados declaran su intención de cambiar** de agencia (con seguridad o probablemente) y, en caso de hacerlo, se irían, sobre todo, a un cliente-anunciante.

**Los factores clave que se tienen en cuenta a la hora de cambiar** son, con alguna diferencia por tipo de agencia -creativa o de medios-, el salario, la proyección profesional y la carga de trabajo. Después, aparecen otros aspectos como la flexibilidad de horarios, la capacidad estratégica y creativa de los trabajos/casos de la agencia, el ambiente laboral, la posibilidad de trabajar internacionalmente o la cartera de clientes de la agencia.

Entre los **seis aspectos tangibles sugeridos** para preferir una agencia frente a otra, los dos más importantes son, sobre todo, la conciliación (teletrabajo y flexibilidad laboral) y, en segundo lugar, el contrato (remuneración y duración). Entre los **aspectos intangibles**, destacan el respeto (por parte de los superiores) y el compañerismo (sentimiento de equipo). En las agencias creativas, también cobra mucha importancia el orgullo (del trabajo e imagen de la agencia).

**Héctor Abanades**, Research Manager de SCOPEN destaca que *“evidentemente las condiciones económicas son un factor clave a la hora de cambiar de agencia, pero observamos cómo aspectos que permiten una mejor conciliación y una mayor calidad de vida (la carga de trabajo y/o la flexibilidad de horarios) son cada vez más importantes. El*

*salario 'emocional' se convierte, como en otros mercados, en un factor diferencial que no sólo ayuda a atraer talento, sino a retenerlo”.*

## **SANCHO BBDO vuelve a ser líder entre las agencias creativas más atractivas**

Las 10 agencias creativas que lideran el #BATWF 2022 para los profesionales colombianos son:

#1 <b>SANCHO BBDO</b>	#6 <b>LEO BURNETT</b>
#2 <b>DDB</b>	#7 <b>OGILVY</b>
#3 <b>DAVID</b>	#8 <b>MEDIA.MONKS</b>
#4 <b>MULLENLOWE SSP3</b>	#9 <b>PUBLICIS</b>
#5 <b>WUNDERMAN THOMPSON</b>	#10 <b>DRAFTLINE</b>

**SANCHO BBDO** revalida la primera posición de la pasada edición, aumentando además su diferencia con respecto al resto. **DDB** también repite en el segundo lugar y **DAVID** alcanza el tercer lugar cuando el año pasado no aparecía en el Top 10. Tampoco estaban en el Top 10 de 2021, **Media.Monks** (antes 22<sup>a</sup>), **Publicis** (11<sup>a</sup>) y **Draftline** (17<sup>a</sup>) que ocupan ahora la octava, novena y décima posición respectivamente.

**Media.Monks**, **Draftline** y **June & July** lideran el ranking de agencias independientes. **Media.Monks** se hace con la primera posición desde el octavo lugar de 2021 y **June & July** sube tres puestos. Nuevas en este ranking 2022 son **Globant** (5<sup>a</sup>), **Creamos**, **Zemoga**, **Buentipo/Anchor** y **Sí Señor** (de la 7<sup>a</sup> a la 10<sup>a</sup>).

*“Poco a poco las agencias independientes (Media.Monks y Draftline son dos claros ejemplos) van siendo más atractivas en un mercado donde las agencias pertenecientes a grandes grupos / holdings han copado siempre las primeras posiciones. A resaltar, cómo Sancho BBDO sigue siendo la agencia creativa más atractiva edición tras edición y el hito de DAVID que, en tan sólo un año, ha conseguido entrar en el Top 3.”*, explica Héctor.

## **OMD mantiene la primera posición entre las agencias de medios más atractivas**

**OMD** continúa en el primer puesto que ya tenía en 2021, seguida de **Starcom** y **Publicis Media** (que sube tres puestos con respecto a la última edición). También escalan posiciones **GroupM**, en el cuarto puesto (antes 5<sup>a</sup>), **Mindshare** (7<sup>a</sup> ahora y 8<sup>a</sup> en 2021) y **Zenith**, que alcanza la novena posición, cuando era la 15<sup>a</sup>.

Las 10 agencias de medios del ranking #BATWF 2022 son:

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

En el análisis por grupos multinacionales, sumando las menciones de las agencias y las de los propios grupos, encontramos en las seis primeras posiciones a **PUBLICIS MEDIA** encabezando el listado y subiendo desde la tercera posición de 2021, seguida de **GroupM, OMG, IPG MEDIABRANDS, HAVAS MEDIA GROUP y Dentsu**.

Abanades aclara que "los profesionales de las agencias de medios mencionan cada vez más a los propios holdings (especialmente a Publicis Media y a GroupM) y no tanto a sus agencias. A pesar de ello, OMD y Starcom se mantienen como las dos agencias de medios más atractivas. Publicis Media es el grupo más atractivo en este 2022 gracias a que es más mencionado como holding y también todas sus agencias".

## **ABInBev, Coca-Cola y Alpina, los anunciantes más atractivos para las agencias colombianas**

Los motivos principales que los profesionales de agencias destacan para que les resulte atractivo trabajar con un anunciante son, muy por encima de otros, **el prestigio de la marca en el mercado (en primer lugar), y su apuesta por la creatividad de las agencias/valentía (en segundo lugar)**. Le seguirían la cultura empresarial (igualdad/equidad), la colaboración/partnership, y la apuesta por lo digital y la tecnología.

Cuando mencionan las marcas con las que les gustaría trabajar (BEST MARKETER TO WORK WITH) -con algunas diferencias si quienes hablan son profesionales de agencias creativas o de medios- de forma general, encabezan el ranking **ABInBev, Coca-Cola y Alpina**. **ABInBev** consigue arrebatar a **Coca-Cola** la primera posición de 2021, ganando una distancia considerable. **Coca-Cola** y **Alpina** (antes primera y tercera) se mantienen en el Top 3. **Adidas**, en la cuarta posición, ha subido cuatro puestos con respecto a la edición anterior y aparecen como novedad en el Top 10 colombiano, el **Grupo Nutresa** (4ª - antes 19ª), **Google** (8ª -antes 14ª) y **Apple** (10ª y antes 16ª).

#1 <b>ABINBEV</b>	#6 <b>NETFLIX</b>
#2 <b>COCA-COLA</b>	#7 <b>GRUPO NUTRESA</b>
#3 <b>ALPINA</b>	#8 <b>GOOGLE</b>
#4 <b>ADIDAS</b>	#9 <b>DIAGEO</b>
#5 <b>BANCOLOMBIA</b>	#10 <b>APPLE</b>

### **Sobre SCOPEN:**

Desde 1990, SCOPEN realiza investigaciones y estudios que, tras un riguroso análisis y las múltiples conexiones que facilita su completa base de datos, permite ofrecer una visión estratégica única para impulsar los negocios a través de la economía creativa, inspirando a personas y proyectos desde el rigor y la independencia.

Presentes 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

T: +34 917 021 113

[miramiro@sopen.com](mailto:miramiro@sopen.com)

**SCOPEN.COM**