MOORE Business Embassy

CLIMBING HOLDS #3

Sector publicitario

Talento que escasea, oportunidad que escala

www.mbe.com.ar
advise@mbe.com.ar
+54 9 11 7515-9741



MOORE Business Embassy

Tabla de Contenidos

INTRODUCCIÓN 04

UN NUEVO “CLIMBING HOLD” PARA AGENCIAS ARGENTINAS 05

SEÑALES QUE ABREN UNA OPORTUNIDAD 06

DÓNDE APARECE LA FRICCIÓN HOY 07

LA BRECHA TAMBIÉN ESTÁ DENTRO DE LAS AGENCIAS 09

ROLES Y SKILLS CON MAYOR DEMANDA FUTURA 10

DE VENDER TALENTO A VENDER CAPACIDAD OPERATIVA 11

CLIMBING HOLDS APLICADOS A LA OPORTUNIDAD UK - ARGENTINA 13

Tabla de Contenidos

QUÉ PUEDE VENDER UNA AGENCIA ARGENTINA Y QUÉ DEBE CONTROLAR 14

30 / 60 / 90 DÍAS PARA TRANSFORMAR LA OPORTUNIDAD EN NEGOCIO 15

LA OPORTUNIDAD ESTÁ EN PROFESIONALIZAR LA EXPORTACIÓN 16

MOORE GLOBAL 18

INFO DE CONTACTO 20

MOORE Business Embassy

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Introducción

La industria publicitaria del Reino Unido atraviesa una etapa de crecimiento y transformación impulsada por la digitalización, la inteligencia artificial y la creciente demanda de perfiles especializados.

Sin embargo, este desarrollo convive con una escasez de talento que dificulta la cobertura de numerosos roles críticos, especialmente aquellos que requieren experiencia, capacidades técnicas y visión estratégica. Esta situación representa un desafío para las agencias británicas, pero también abre una ventana de oportunidad para mercados con talento altamente calificado y capacidad de respuesta.

En este contexto, Argentina cuenta con ventajas competitivas que pueden posicionarla como un socio estratégico para la prestación de servicios publicitarios internacionales. La combinación de creatividad, experiencia en entornos dinámicos, profesionales especializados y costos competitivos permite responder a las necesidades del mercado británico, siempre que la propuesta de valor trascienda la simple oferta de recursos y se estructure como una capacidad operativa confiable, escalable y alineada con estándares internacionales.

Este informe analiza las principales brechas de talento identificadas en el sector publicitario del Reino Unido, los roles con mayor demanda y las tendencias que marcarán la evolución del mercado. A partir de ese diagnóstico, desarrolla una visión estratégica sobre cómo las agencias argentinas pueden convertir estas necesidades en oportunidades de exportación de servicios de alto valor agregado, fortaleciendo su posicionamiento internacional mediante modelos de trabajo basados en calidad, especialización y confianza.

MOORE Business Embassy

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



PUNTO DE PARTIDA

Un nuevo “climbing hold” para agencias argentinas

El mercado británico muestra una tensión clara: el sector publicitario crece, se sofisticó y necesita nuevas capacidades, pero enfrenta dificultades para conseguir talento con la experiencia y el mix de skills requerido.

Idea central

La escasez de habilidades en el Reino Unido no es solamente un problema de recursos humanos. Para agencias argentinas bien preparadas puede ser una oportunidad de internacionalización, siempre que la oferta se presente como capacidad operativa confiable y no como staff aumentation improvisado.

Qué muestra el relevamiento

- El sector advertising & marketing del Reino Unido aportó £24bn de GVA en 2024 y sostuvo 261.600 empleos, con 95.000 empleos más que diez años antes.
- El empleo del sector creció 4,6% anual promedio entre 2014 y 2024, por encima de las industrias creativas y de la economía británica en general.
- Siete de cada diez empleadores reclutaron en los últimos dos años, pero casi un tercio tuvo vacantes difíciles de cubrir.
- La dificultad central no parece ser solamente cantidad de candidatos: el problema es la combinación de habilidades, experiencia, criterio comercial, tecnología y cultura de cliente.

Lectura MBE / Elevation

- Una empresa se eleva cuando convierte una restricción del mercado en una ventaja operativa propia.
- La oportunidad argentina no está en competir por precio, sino en transformar talento creativo y digital en soluciones exportables, medibles y recurrentes.
- El Reino Unido necesita velocidad, profundidad y flexibilidad. Argentina puede aportar equipos senior, cultura de crisis, adaptación, creatividad y costos competitivos, pero debe empaquetarlo con estándares internacionales.

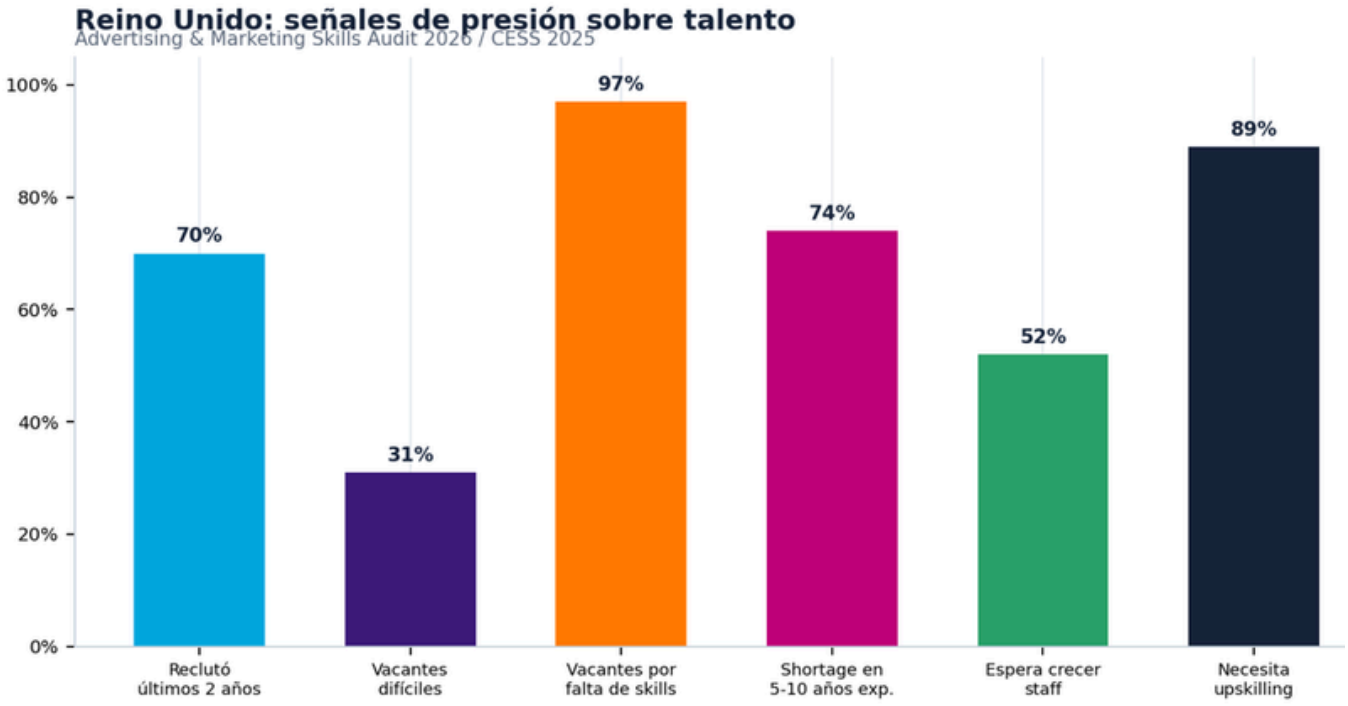
CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



QUÉ DICE EL MERCADO BRITÁNICO

Señales que abren una oportunidad

La lectura de estos indicadores permite identificar dónde el mercado británico puede necesitar soporte externo, nearshore, offshore o partnerships especializados.



Fuente: elaboración MBE sobre Creative PEC / Work Advance, Advertising and Marketing Skills Audit, CESS 2025.

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Señal	Lectura	Implicancia para Argentina
70% reclutó	Hay actividad y movimiento, incluso en un entorno complejo.	Oportunidad para ofrecer equipos flexibles por proyecto o retainer.
31% vacantes difíciles	El cuello de botella está en roles específicos.	Construir ofertas por rol crítico, no solo por servicio genérico.
97% por skills / experiencia	La brecha es de capacidad real, no de búsqueda.	Exportar seniority, procesos, QA y criterio de negocio.
74% en perfiles de 5-10 años	El "squeezed middle" es el punto de dolor.	Argentina puede armar pods con líderes semi-senior/senior.
52% espera crecer staff	La demanda futura sigue abierta.	Entrar con pilotos que puedan escalar rápido.
89% necesitará upskilling	La transformación requiere formación continua.	Ofrecer delivery + transferencia de capacidades.

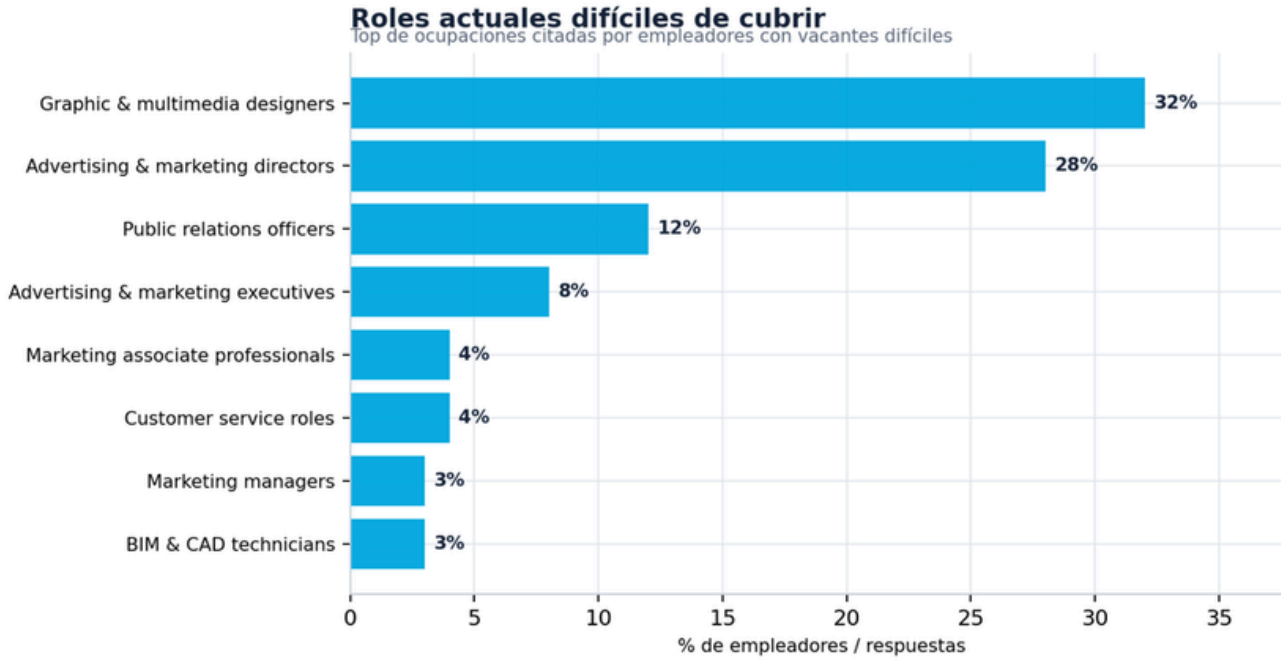
ROLES DIFÍCILES DE CUBRIR

Dónde aparece la fricción hoy

Los roles más complejos combinan creatividad, diseño, dirección de marketing, PR, ejecución digital, gestión de clientes y capacidades técnicas.

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA





Fuente: elaboración MBE sobre Creative PEC / Work Advance, CESS 2025. Top de ocupaciones citadas por empleadores con vacantes difíciles.

Lectura práctica

Para una agencia argentina, el primer paso no debería ser salir a vender "talento creativo argentino" en abstracto. El primer paso es mapear cuáles de estos roles puede cubrir con calidad repetible, qué nivel de inglés y seniority tiene, y bajo qué modelo operativo puede garantizar tiempos, confidencialidad, propiedad intelectual y continuidad.

Roles que pueden convertirse en oferta exportable

- Diseño gráfico y multimedia: piezas, sistemas visuales, adaptación de campañas, producción always-on.
- PR y comunicaciones: contenidos, research, media monitoring, storytelling, soporte de pitch y reporting.



- Marketing executives / associate professionals: campaign operations, CRM, performance support, dashboards.
- Data y digital: analytics, social listening, SEO/GEO, paid media ops, reporting y automatización.
- Back office especializado: project management, finance admin, control de rentabilidad por proyecto, documentación contractual.

EL PROBLEMA NO ES SOLO CONTRATAR

La brecha también está dentro de las agencias

El relevamiento muestra que las habilidades faltantes no aparecen solo en candidatos externos. También hay gaps dentro de los equipos actuales, especialmente en perfiles experimentados.

Skills gaps actuales

· 22% de empleadores reporta brechas de habilidades en su fuerza laboral.
· 60% de esas brechas afecta a perfiles experimentados.
· Los gaps aparecen en executives, project management, sales, web design, computer analysts, diseñadores y copywriters.
· La tecnología, nuevas prácticas y dificultad para contratar alimentan el problema.

Skills que necesitan refuerzo

· Planificación y organización.
· Trabajo en equipo y comunicación.
· Adaptabilidad.
· Gestión de clientes y negociación.
· Diseño, contenido, video, social, SEO.
· Project management y liderazgo.

Oportunidad para Argentina: delivery + aprendizaje

- El proveedor argentino puede diferenciarse si combina ejecución con transferencia de conocimiento: manuales, playbooks, reporting y retroalimentación.
- El modelo ideal no es reemplazar al equipo británico, sino liberar capacidad, acelerar entregables y aportar experiencia en capas específicas.
- Para generar confianza, el output debe ser auditable: brief, timeline, responsable, QA, versión final, aprendizajes y próximos pasos.

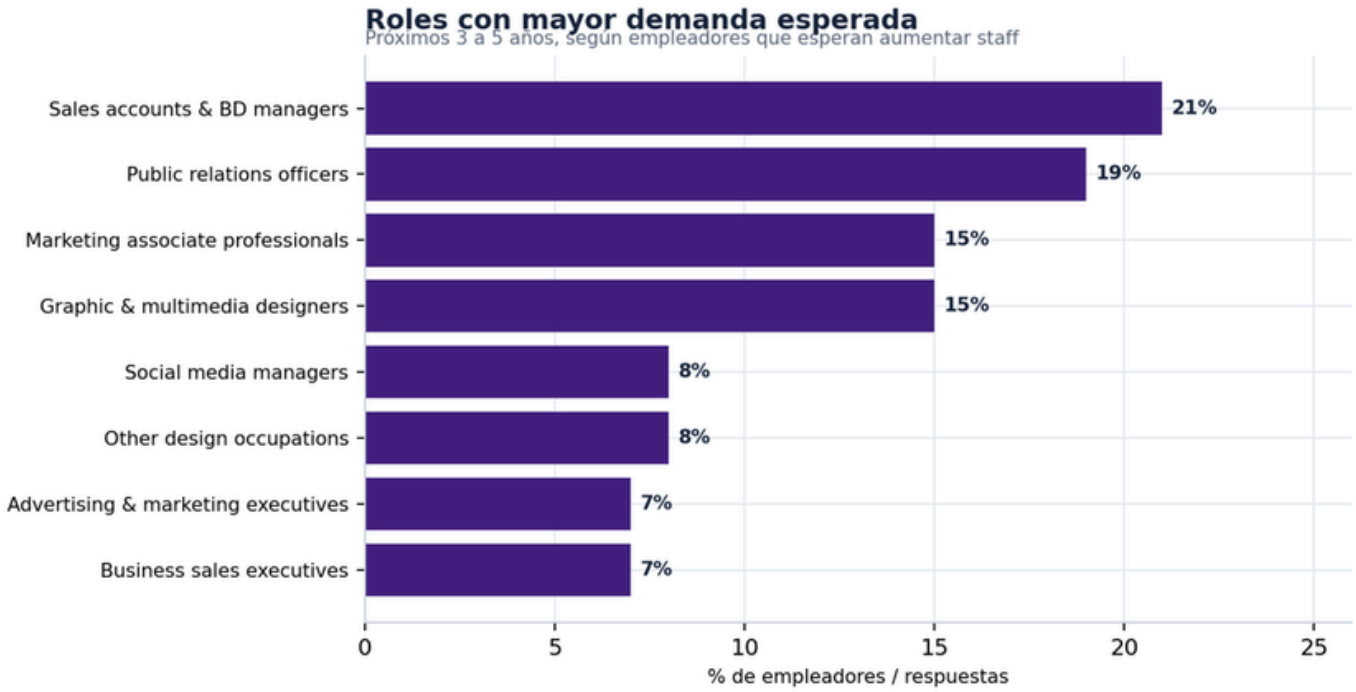
Analogía Elevation / F1

Un equipo de Fórmula 1 no gana porque terceriza al piloto. Gana porque integra túnel de viento, telemetría, simulador, estrategia y pit crew bajo un mismo estándar. En servicios publicitarios, Argentina puede funcionar como una unidad especializada de performance: rápida, coordinada y medible.

LO QUE VIENE

Roles y skills con mayor demanda futura

La pregunta estratégica no es solo qué falta hoy, sino qué capacidades serán más valiosas en los próximos tres a cinco años.



Fuente: elaboración MBE sobre Creative PEC / Work Advance, CESS 2025. Empleadores que esperan aumentar staff.

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA





Fuente: elaboración MBE sobre Creative PEC / Work Advance, CESS 2025. Lectura MBE de drivers y capacidades futuras

LA TESIS DE EXPORTACIÓN

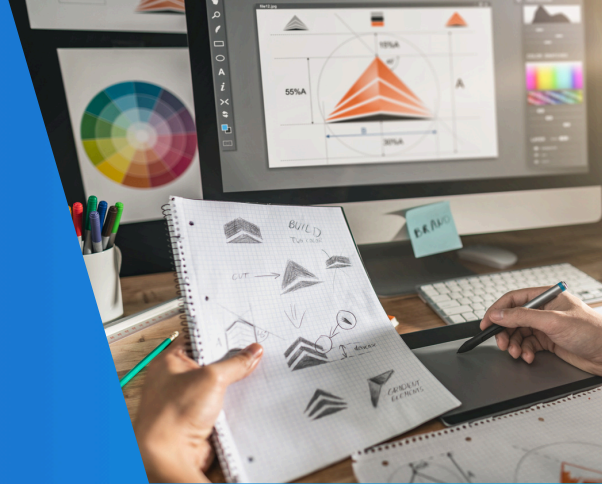
De vender talento a vender capacidad operativa

El Reino Unido necesita resolver gaps de skills sin perder calidad, velocidad ni relación con el cliente. Argentina puede ocupar ese espacio si estructura la propuesta como un sistema de delivery.

MOORE Business Embassy

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Frente exportable	Qué cubre	Modelo sugerido
Producción creativa	Diseño, copy, adaptación, multimedia, motion, video corto.	Pod creativo / studio remoto con QA senior.
Campaign operations	Social, paid media ops, SEO/GEO, CRM, reporting.	Equipo always-on con tablero semanal.
Data & insight	Data analysis, dashboards, performance, market/client insight.	Célula de analytics + storytelling ejecutivo.
Client support	Account support, documentación, status, follow-up, research.	PMO comercial bilingüe con protocolos.
PR & content	Media relations support, thought leadership, social listening.	Content desk + monitoring + reporting.
Finance & control	Bookkeeping, project profitability, budget tracking, margin control.	Back office financiero para agencias.
AI enablement	Prompting, AI workflows, GEO, automation, creative ops.	AI creative operations lab.
Sustainability comms	Research sectorial, green claims, reporting, campaña ESG.	Sustainability content & insight desk.



Regla de oro

El cliente británico no compra “bajo costo”. Compra reducción de riesgo, capacidad disponible, cumplimiento, criterio y velocidad. El costo competitivo puede abrir la puerta, pero la confianza mantiene el contrato.

7 GANCHOS PARA ESCALAR SIN RETROCEDER

Climbing holds aplicados a la oportunidad UK - Argentina

Cada hold representa una decisión concreta para transformar una oportunidad de mercado en una propuesta exportable

- **Hold 1 - Seniority empaquetado**

Armar pods con líderes de 5-10 años de experiencia, porque esa es la franja donde más duele la escasez británica.

- **Hold 2 - Oferta por rol crítico**

Vender soluciones concretas: design pod, campaign ops, PR desk, analytics cell, AI/GEO lab, finance back office.

- **Hold 3 - Delivery con estándar internacional**

Brief, SLA, seguridad, control de versiones, QA, ownership, reporting y retrospectiva.

- **Hold 4 - Account bridge bilingüe**

Designar una interfaz comercial que entienda cultura británica, tiempos, tono, feedback y expectativas.

- **Hold 5 - AI como acelerador, no amenaza**

Usar GenAI para producción, análisis y automatización; diferenciarse por criterio, no por volumen.

- **Hold 6 - Mid-level academy**

Crear entrenamiento propio para roles intermedios: liderazgo, cliente, planificación, inglés, negocio y rentabilidad.

- **Hold 7 - Trust by design**

Contratos claros, referencias, casos, confidencialidad, compliance, seguridad y prueba piloto controlada.

MOORE Business Embassy

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



MATRIZ DE EXPORTABILIDAD

Qué puede vender una agencia argentina y qué debe controlar

No todas las capacidades tienen la misma facilidad de internacionalización. Esta matriz ayuda a priorizar dónde comenzar.

Capacidad	Potencial	Por qué	Control crítico
Diseño gráfico / multimedia	Alta	Entregables visuales claros, demanda actual y futura.	QA senior, brand guidelines, time zones, revisión cultural.
Social media / content ops	Alta	Necesidad continua, puede organizarse por calendario y sprint.	Tono local, approvals, sensibilidad cultural y legal.
Data analytics / reporting	Alta-media	Demanda de data y performance, valor ejecutivo.	Acceso a plataformas, seguridad, interpretación comercial.
PR support / research	Media	Puede apoyar monitoring, research, contenidos y reporting.	Relación con medios locales, contexto y reputación.
Business development support	Media	El mercado necesitará growth y cuentas, pero requiere confianza.	No reemplaza relación local; debe apoyar, no invadir.
Finance / project control	Alta	Dolor real en costos, márgenes y back office.	Confidencialidad, calidad contable, legislación y procesos.
AI / GEO / automation	Alta	Nuevo campo de demanda; pocos tienen playbooks maduros.	Ética, seguridad, propiedad intelectual y validación humana.
Sustainability communications	Media-alta	Creciente por objetivos ESG y demanda de clientes.	Evitar greenwashing, validar claims y conocimiento sectorial.

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Qué NO hacer

- No prometer full service si no hay estructura estable.
- No vender costos baratos sin valor agregado destacable.
- No depender de freelancers sin contratos, backups y control de calidad.
- No subestimar propiedad intelectual, confidencialidad, aspectos tributarios, facturación y cobros internacionales.
- No entrar sin un piloto medible y sin un responsable de cuenta bilingüe.
- No mantener, al menos algunas veces por año, contacto presencial y cercano con su cliente.

PLAN DE ACCIÓN ELEVATION

30 / 60 / 90 días para transformar la oportunidad en negocio

La internacionalización no debería empezar por “salir a vender”. Debería empezar por preparar una oferta que pueda soportar una prueba real con estándares internacionales.

Fase	Objetivo	Acciones
Primeros 30 días	Diagnóstico de capacidad exportable	Mapear roles, seniority, inglés, procesos, casos, disponibilidad, costos reales y riesgos. Definir 2-3 pods exportables.
Días 31-60	Empaquetamiento y piloto	Crear propuesta, SLA, pricing, workflow, muestras, pitch deck, contratos base y tablero de seguimiento. Identificar 10-20 targets UK.
Días 61-90	Go-to-market controlado	Lanzar pilotos con duración acotada, medir calidad, margen, tiempos, feedback, retrabajo y potencial de retainer. Ajustar oferta.

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Tablero mínimo para el piloto

- Tiempo de respuesta a brief y feedback.
- Cantidad de rondas de revisión por entregable.
- Cumplimiento de deadlines.
- Margen real por proyecto y por tipo de servicio.
- Índice de retrabajo.
- Satisfacción del cliente / account lead.
- Capacidad de escalar sin deterioro de calidad.
- Aprendizajes incorporados al playbook.

Analogía de música

Una gira internacional no se sostiene solo con buenos músicos: necesita setlist, técnicos, tiempos, logística, backline, prueba de sonido y manager. Exportar servicios publicitarios requiere la misma disciplina: talento arriba del escenario, pero sistema detrás.

CIERRE

La oportunidad está en profesionalizar la exportación

El mercado británico confirma una tendencia que ya veníamos observando: las agencias necesitan más tecnología, más velocidad, más datos, mejor gestión de clientes y más talento experimentado.

Conclusión ejecutiva

Para Argentina, el camino no es presentarse como una plaza barata, sino como un socio operativo con creatividad, adaptabilidad, conocimiento de mercados exigentes y procesos capaces de sostener calidad. El diferencial será empaquetar el talento en capacidades: roles, pods, playbooks, tableros y contratos.

MOORE Business Embassy

SECTOR PUBLICITARIO

CÓMO ARGENTINA PUEDE CUBRIR LOS ROLES CRÍTICOS DE LA PUBLICIDAD BRITÁNICA



Checklist final para agencias argentinas

- ¿Tenemos al menos dos capacidades exportables claramente empaquetadas?
- ¿Podemos demostrar casos, calidad, procesos y tiempos?
- ¿Tenemos interfaz bilingüe senior para clientes internacionales?
- ¿Medimos margen por proyecto?
- ¿Tenemos contratos, facturación, cobros, IP y confidencialidad resueltos?
- ¿Podemos armar un piloto de 4 a 8 semanas con alcance limitado y métricas claras?
- ¿Estamos vendiendo una solución de valor agregado o simplemente disponibilidad de horas?

Fuentes de trabajo

- Carey, H., Giles, L. and Hay, B. (2026). Creative Industries Skills Audits: Advertising and marketing. Creative PEC / Work Advance.
- Creative Employer Skills Survey 2025 (CESS), citado en el informe de Creative PEC / Work Advance.
- Base conceptual Moore Business Embassy / Elevation: diagnóstico, value drivers, internacionalización, resiliencia, tableros y mejora continua.
- Formato editorial registrado para la serie Climbing Holds del sector publicitario: portada de alto contraste, secciones ejecutivas, gráficos propios, matriz práctica, plan 30/60/90 y guion para cápsulas audiovisuales.

MOORE Global

RED INTERNACIONAL DE AUDITORÍA, CONTABILIDAD Y CONSULTORÍA.



Somos MOORE

Cuando trabajas con Moore, colaboras con personas que se preocupan profundamente por tu éxito y cuentan con la dedicación para ofrecer resultados medibles.

CONOCENOS

Moore Global combina la experiencia técnica de una red consolidada con la flexibilidad de firmas locales, permitiendo a sus clientes acceder a conocimientos sectoriales profundos.

5.1M
Mil millones de ingresos

234
Firmas en la Red

QUIÉNES SOMOS

Fundada en Londres en 1907, Moore Global es hoy la 11.ª red de servicios profesionales más grande del mundo. Su propósito —"help people thrive"—se refleja en la cercanía con el mercado medio y en una cultura colaborativa que combina escala global con atención local.

QUÉ HACEMOS

1 **Consultoría y Corporate Finance**

Estrategia, valoración y M&A para acelerar el crecimiento, estructurar financiamiento y maximizar el valor empresarial.

2 **Impuestos & Auditorías**

Auditorías independientes con estándares globales y planificación fiscal proactiva que garantiza cumplimiento y optimiza la carga tributaria.

3 **Outsourcing y servicios de negocio**

Soluciones sectoriales en Real Estate, Servicios Financieros, Tecnología, Energía y más.

MOORE EN NÚMEROS

Consolidada entre las redes de servicios profesionales más grandes del mundo, Moore Global destaca por una presencia multinacional robusta y un desempeño financiero en constante expansión.

116
Países

37.199
Profesionales

563
Oficinas

www.moore-global.com

Londres, Reino Unido.

MOORE Business Embassy

CONOCÉ A NUESTROS EXPERTOS



MATÍAS TEJERO, CEO DE MOORE TEJERO & MOORE BUSINESS EMBASSY

Consultor con amplia experiencia en publicidad, medios y entretenimiento, experto en M&A, estrategia fiscal, gestión de talento y auditoría para maximizar valor y eficiencia.



PATRICIO CAVALLI, STRATEGY ADVISOR

Estratega de negocios y de marcas que integra estrategia, marketing y foresight; convierte complejidad en planes de alto impacto y lidera transformación, desarrollo comercial y M&A en empresas y startups.



FERNANDO MEITER, ENERGY, MINING AND UTILITIES ADVISOR

Experto en la industria energética con amplia experiencia en América Latina, especializado en integración energética regional.

Contáctanos

Brindamos soluciones integrales para que las empresas tomen decisiones con confianza.

MAURE 4109, 1ER PISO. DISTRITO AUDIOVISUAL, BUENOS AIRES, ARG.

VICTORIACAPDEVIELLE@MBE.COM.AR

WWW.MBE.COM.AR

+54 9 11 7515-9741

¿Te interesa aprender más sobre estos temas?

Escucha Finance Rockstars, el podcast sobre finanzas, creatividad, tecnología y estrategia de negocios.



Spotify

YouTube

Listen on Apple Podcasts

www.financerockstars.net