

NOTA DE PRENSA

Los profesionales del sector eligen a &ROSÀS y HAVAS MEDIA como agencias creativa y de medios más atractivas

IKEA, la marca más atractiva con la que trabajar

Madrid, 13 de septiembre 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 1.137 profesionales** (659 de agencias creativas y 478 de medios). La muestra es superior entre los profesionales de Madrid (75%), con mayor representación femenina (63%) y, sobre todo, de puestos no directivos (71%). Entre las agencias creativas predominan los profesionales de agencias independientes frente a los de multinacionales (58% vs. 42%) al contrario que ocurre en la muestra de agencias de medios (20% vs. 80%). La antigüedad de los profesionales en sus agencias y puestos actuales ronda los seis años, siendo algo superior la permanencia entre los que trabajan en agencias de medios.

Un 34,5% de los profesionales de agencias creativas y un 22% de los de agencias de medios entrevistados declaran su intención de cambiar de agencia (con seguridad o probablemente). En caso de hacerlo, se irían, principalmente, a un anunciante.

Los factores clave que 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 (que pierde importancia con respecto al año pasado), el horario (que crece considerablemente) y después, otros aspectos como el ambiente, el prestigio de la agencia en el mercado, su cartera de clientes de la agencia o la conciliación laboral-familiar.

Entre los **seis aspectos tangibles sugeridos**, los dos más importantes para preferir una agencia frente a otra son, sobre todo, la conciliación (teletrabajo y flexibilidad laboral) y, en segundo lugar, el contrato (remuneración y duración). Entre los **aspectos intangibles**, destacan el compañerismo (sentimiento de equipo) seguido de la credibilidad (del empleado en sus superiores), el orgullo (del trabajo e imagen de la agencia) y la responsabilidad (valores y rol en la sociedad).

Héctor Abanades, Research Manager de SCOPEN destaca que *"es muy significativo el hecho de que siga siendo más importante la conciliación (flexibilidad horaria,*

teletrabajo...) que la propia remuneración... El salario 'emocional' se está convirtiendo en un factor diferencial que ayuda a atraer talento y más importante aún, a retenerlo. Algo clave para evitar la rotación del equipo y que los clientes se sientan tranquilos y respaldados por un equipo senior y conocedor de sus necesidades”.

& ROSÀS alcanza el liderazgo entre las agencias creativas más atractivas

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

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| #1 &ROSÀS | #6 LOLA MULLENLOWE |
| #2 DAVID | #7 PS21 |
| #3 McCANN | #8 PINGÜINO TORREBLANCA |
| #4 OGILVY | #9 CHINA |
| #5 SRA. RUSHMORE | #10 EL RUSO DE ROCKY |

&ROSÀS, que en la pasada edición era quinta en el ranking, en línea con años anteriores, lidera en esta ocasión, por primera vez, el Top 10, principalmente por su posición (muy superior a la del resto de agencias) entre las independientes, arrebatando a **McCANN** el liderazgo que ha tenido en las últimas seis ediciones los últimos seis años. **DAVID** (siendo la primera para los profesionales de Madrid) mantiene el segundo puesto del ranking general que ya tenía en 2021 y otras tres agencias suben de posición: **Ogilvy** (que pasa de la novena a la cuarta), **PS21** (de la decimotercera a la séptima) y **Pingüino Torreblanca** (que sube al octavo puesto, desde el decimosegundo).

DAVID encabeza el ranking de las agencias que pertenecen a grupos multinacionales (seguida de **McCANN** y **Ogilvy**), y **&ROSÀS** lo hace entre las independientes (a la que siguen, a considerable distancia, **PS21** y **Pingüino Torreblanca**). Cuando son los profesionales de Madrid los que responden, **DAVID**, **&ROSÀS** y **Sra. Rushmore** conforman el Top 3, y entre los de Barcelona, lo hacen **&ROSÀS**, **LOLA MULLENLOWE** y **FUEGO CAMINA CONMIGO**.

“Las agencias independientes afianzan su atractivo (en la pasada edición ya había cinco agencias en el top 10) y tres de ellas mejoran posiciones frente a 2021. En esta edición dentro del top 20, la mitad son independientes”, explica Héctor.

Havas Media se hace con la primera posición entre las agencias de medios más atractivas

Havas Media alcanza el primer puesto como agencia de medios más atractiva para trabajar (desde el cuarto puesto de 2021), seguida de **YMEDIA WINK IPROSPECT** (primera en la anterior edición) y de **IPG MEDIABRANDS** (que mantiene el tercer lugar). En el Top 10 encontramos cuatro subidas significativas: **ARENA MEDIA** (que pasa del 8 al 5), **GroupM** (del 15 al 6), **Dentsu** (17 al 7) y **PUBLICIS MEDIA** (13 al 8).

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

SCOPEN.COM

- | | |
|---------------------------------|--------------------------|
| #1 HAVAS MEDIA | #6 GROUPM |
| #2 YMEDIA WINK IPROSPECT | #7 DENTSU |
| #3 IPG-MEDIABRANDS | #8 PUBLICIS MEDIA |
| #4 CARAT | #9 ZENITH |
| #5 ARENA MEDIA | #10 OMD |

En el análisis por grupos multinacionales, sumando las menciones de las agencias y las de los propios grupos, encontramos a **Dentsu** encabezando el listado, seguido de **HAVAS MEDIA GROUP** (que sube tres posiciones frente a 2021), **IPG MEDIABRANDS**, **GroupM**, **PUBLICIS MEDIA** y **OMG**. En esta ocasión, entre los profesionales de Madrid, el Top 3 de agencias de medios coinciden con las que encabezan el ranking general, y entre los de Barcelona, **CARAT** se sitúa en la primera posición, seguida por **IPG MEDIABRANDS** e **YMEDIA WINK IPROSPECT** empatadas en la segunda posición.

Las marcas más atractivas para las agencias: **IKEA, NETFLIX y NIKE**

Los motivos principales que los profesionales de agencias destacan para que les resulte atractivo trabajar con un anunciante son, **en primer lugar, el respeto por el trabajo y el equipo**, en segundo, la confianza en la agencia y en tercero, la creatividad (para las agencias creativas) y la buena relación y trato (para las agencias de medios).

A la hora de señalar las marcas con las que les gustaría trabajar (BEST MARKETER TO WORK WITH), lideran el ranking **IKEA, NETFLIX y NIKE**. Entre los profesionales de Barcelona, el Top 3 es el mismo, mientras que entre los de Madrid, **Coca-Cola** adelanta a **NIKE** en la tercera posición. Estas mismas cuatro marcas se disputan las tres primeras posiciones para las agencias creativas y de medios, pero siempre con **IKEA** en el primer lugar. En esta edición, el mayor ascenso ha sido el de **KFC**, que alcanza la séptima posición desde el puesto 212 y también son destacables las subidas de **Disney** y **Apple** a la octava y novena posición, desde el vigésimo y el decimonoveno puesto, respectivamente.

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| #1 IKEA | #6 BURGER KING |
| #2 NETFLIX | #7 KFC |
| #3 NIKE | #8 DISNEY |
| #4 COCA-COLA | #9 APPLE |
| #5 MAHOU SAN MIGUEL | #10 ESTRELLA DAMM |

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

mjramiro@sopen.com

SCOPEN.COM