

NOTA DE PRENSA**McCANN, SRA. RUSHMORE Y LOLA MULLENLOWE
CONSIDERADAS, DE NUEVO, LAS AGENCIAS CREATIVAS
MÁS ATRACTIVAS PARA TRABAJAR**

- El estudio **BEST AGENCY TO WORK FOR** realizado por la consultora de marketing y publicidad **SCOPEN** analiza las **10** agencias creativas más atractivas para los profesionales del sector en España
- Completan el **TOP 10** **DDB, DAVID, El Ruso de Rocky, &Rosás, Ogilvy, La Despensa y Wieden Kennedy**
- Las principales motivaciones para cambiar de agencia son la mejora de sueldo (**41%**), la proyección (**36%**) y los clientes (**21%**)
- **IKEA, Netflix y NIKE** se convierten en los tres anunciantes más atractivos con los que les gustaría trabajar a los profesionales de las agencias creativas, según el ranking **"BEST MARKETER TO WORK WITH"**

Madrid, 5 de mayo de 2020. -La consultora de marketing y publicidad [SCOPEN](#) presenta los datos de la última edición del estudio **"BEST AGENCY TO WORK FOR"** de **Agencias Creativas**, que identifica las 10 agencias mejor valoradas por los profesionales del sector para trabajar en ellas. El trabajo de campo se realizó a lo largo del último mes de diciembre de 2019 y los primeros meses de 2020, mediante entrevistas online y telefónicas.

McCann, Sra. Rushmore y LOLA Mullenlowe vuelven a ser, por tercera edición consecutiva, las tres agencias más atractivas en las que trabajar. Sin embargo, en esta ocasión, McCann se sitúa en segunda posición del ranking en Barcelona, por detrás de la agencia **DDB**. El **TOP 5** a nivel nacional lo completan **DDB** y **DAVID**. Cabe destacar que en 2020 aparecen por primera vez en el **TOP 10**, 3 agencias: **DAVID, La Despensa y Wieden Kennedy**.

Llama la atención la aparición de **Wieden Kennedy** en el listado ya que se trata de una agencia sin sede en nuestro país. Esto demuestra que los profesionales ya no sólo se fijan en las agencias nacionales, sino que, de forma espontánea, declaran su interés por agencias de fuera de nuestras fronteras.

De esta forma, las 10 agencias creativas que lideran el ranking de los profesionales españoles son:

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| #1 McCann | #6 El Ruso de Rocky |
| #2 Sra. Rushmore | #7 &Rosás |
| #3 LOLA Mullenlowe | #8 Ogilvy |
| #4 DDB | #9 La Despensa |
| #5 DAVID | #10 Wieden Kennedy |

Por otro lado, si nos fijamos solo en las **agencias multinacionales**, encontramos en las tres primeras posiciones, a las mismas agencias que lideran el ranking global: McCann, Sra, Rushmore, entrando a formar parte del TOP 10 otras como **Proximity**, **Havas** y **Shackleton**.

Entre las **agencias independientes**, **El Ruso de Rocky** es la agencia más atractiva, seguida de **&Rosás** y **La Despensa**. Completarían las cinco primeras posiciones, **Pingüino Torreblanca** y **CHINA**.

Las principales motivaciones para cambiar de agencia que mencionan, de forma espontánea, los profesionales de agencias creativas son **la mejora de sueldo (41%)**, **la proyección (36%)** y **los clientes con los que trabaja la agencia (21%)**. **A la hora de elegir nueva agencia**, buscan en ella, sobre todo, **compañerismo (41%)**, **sentirse orgullosos de su compañía y puesto (20%)** y **el respeto de sus superiores (17%)**.

Pese a todo ello, los profesionales de las agencias creativas parecen sentirse cómodos en la compañía en la que se encuentran actualmente trabajando y **el 58% de los creativos no se plantean cambiar de empresa** mientras que el 27% probablemente sí cambien de compañía en un futuro.

Para completar el informe, la consultora pregunta también a los profesionales por los anunciantes con los que les gustaría trabajar, un ranking conocido como **"BEST MARKETER TO WORK WITH"**. **IKEA repite un año más como la compañía más atractiva para los profesionales**. En segunda posición se encuentra **Netflix**, escalando 8 posiciones en el ranking con respecto a la edición de 2018 y desbancando a **NIKE** que ocupa en la actualidad el tercer puesto. Completan el TOP 5 **Burger King** y **Coca-Cola** en cuarta y quinta posición respectivamente.

Por otro lado, **Loterías y apuestas del Estado** ocupa el sexto lugar y completan el TOP 10 **Mahou San Miguel** en séptimo, **Campofrío** en octavo, **Apple** en noveno y **Audi** en el décimo puesto. Cabe destacar la irrupción, entre los diez primeros, de **Burger King**, **Mahou San Miguel** y **Campofrío** que no aparecían en la anterior edición.

Los 10 anunciantes más deseados por los profesionales del sector para trabajar con ellos son:

- | | |
|-----------------------|--|
| #1 IKEA | #6 Loterías y apuestas del Estado |
| #2 Netflix | #7 Mahou San Miguel |
| #3 NIKE | #8 Campofrío |
| #4 Burger King | #9 Apple |
| #5 Coca-Cola | #10 Audi |

Entre los factores que las agencias creativas mencionan a la hora de considerar a los clientes con los que les gustaría trabajar destacan: **el respeto por el trabajo de la agencia (33%)**, **la relación de confianza con el cliente (27%)** y **la apuesta por la creatividad (21%)**.

The SCOPEN logo consists of the word "SCOPEN" in a bold, dark red, sans-serif font, enclosed within a dark red rectangular border with a slight shadow effect.The award logo features the text "BEST AGENCY TO WORK FOR" in a bold, dark grey, sans-serif font, centered within a dark grey rectangular border with a slight shadow effect.

ESPAÑA 2020

*"Cabe destacar la solidez de McCann, que mantiene la primera posición por quinta vez consecutiva y de IKEA, que también conserva la primera posición en las cuatro últimas ediciones"; afirma **Héctor Abanades**, Research Manager de SCOPEN. "La cartera de clientes es un aspecto clave en las agencias para resultar atractivas -solo por detrás del salario y la proyección profesional-, y conseguir vincular una marca/cliente al trabajo a la agencia es una fórmula de éxito. En las seis ediciones analizadas, muchos lo han conseguido: McCann con IKEA y Campofrío, LOLA Mullenlowe y DAVID con Burger King, El Ruso de Rocky con Mahou San Miguel, DDB con Audi, o &Rosás con Decathlon".*

***Muestra: 569 profesionales de 109 agencias creativas distintas, de los cuales, el 76% trabaja en Madrid, el 20% en Barcelona y el 4% en el resto de España. De ellos, el 50% son mujeres y el 50%, hombres. Su media de edad se sitúa en los 36 años, con una antigüedad en su agencia actual de más de 5 años y una antigüedad en su puesto de 5 años y medio. Un 37% de ellos trabajan en creatividad, 29% en cuentas, 12% trabajan en digital e innovación, 10% en gestión, 8% en estrategia, 2% en producción y un 2% en otras disciplinas.**

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.

Contacto de Prensa:

SCOPEN: María José Ramiro | t: 91 661 17 37 | e: miramiro@scopen.com

AxiCom para SCOPEN | t: 91 661 17 37 | Marta Cuenca m: 646 260 354 e: marta.cuenca@axicom.com | Iván Vicente m: 608 27 18 53 e: ivan.vicente@axicom.com | Joselyn Constantino m: 609 265 146 e: joselyn.constantino@axicom.com

Este mensaje y sus archivos adjuntos van dirigidos exclusivamente a su destinatario, pudiendo contener información confidencial sometida a secreto profesional. No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de AxiCom Spain S.L. Si usted no es el destinatario final por favor elimínelo e infórmenos por esta vía. De acuerdo con lo establecido en el Reglamento UE 2016/679 (RGPD) le informamos de que tratamos los datos que usted nos ha facilitado para poder remitirle información para su medio de comunicación. La causa que nos legitima es su consentimiento. No se cederán datos a terceros. Tiene derecho a acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos, indicados en la información adicional <https://axicom.com/es/legals/>. Si usted no desea recibir nuestra información, póngase en contacto con nosotros enviando un correo electrónico a la siguiente dirección: buzon@axicom.com Por favor, tenga en cuenta el medioambiente antes de imprimir este correo.