

BEST AGENCY TO WORK FOR

BY SCOPEN

NOTA DE PRENSA

SCOPEN PRESENTA EL TOP10 DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN Y RRPP MÁS ATRACTIVAS PARA TRABAJAR EN ESPAÑA 2021

- **LLYC repite como consultora de comunicación más atractiva**
- **Solo un 12% de los profesionales de consultoras de comunicación contempla un cambio de compañía**
- **El salario, el criterio con mayor influencia**
- **Estar a gusto trabajando y poder conciliar, factores clave**
- **IKEA, el cliente más atractivo para las consultoras**

Madrid, 27 de enero de 2022.-

Se trata de la cuarta edición del estudio “**BEST AGENCY TO WORK FOR**” que realiza SCOPEN, entre las consultoras de comunicación y RRPP, en el que se identifican las 10 mejor valoradas para trabajar en ellas según los propios profesionales del sector.

En esta edición se entrevistó a un total de 258 profesionales que trabajan en 31 consultoras de comunicación diferentes. El 77% de ellos trabajan en Madrid y el 19% en Barcelona. Un 67% son mujeres y un 33% hombres y tienen, de media 39,5 años.

El ranking 2021 está liderado por:

#1 **LLYC**
#2 **APPLE TREE**
#3 **KREAB**
#4 **TINKLE**
#5 **ATREVIA**

#6 **HOTWIRE**
#7 **ROMÁN**
#8 **HAVAS PR**
#9 **BCW**
#10 **OMNICOM PR GROUP**

LLYC vuelve, una vez más, a liderar la lista de las más atractivas, manteniendo la primera posición que ya alcanzó en la pasada edición (2019) y consolidando su ascenso desde 2015, cuando aparecía en la novena posición. **Apple Tree** mantiene el segundo puesto que de la edición anterior. Destacables las subidas de **Tinkle y Román** que escalan ambas tres posiciones. **KREAB, ATREVIA y Havas PR** suben una.

En las últimas ediciones de este estudio para distintos tipos de compañías del sector, además de detallar el ranking de las más atractivas en las que trabajar, se analizan con

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

mayor profundidad las motivaciones detrás de las respuestas obtenidas. Así, **los factores principales para cambiar de consultora de comunicación** que mencionan, de forma espontánea, los profesionales que trabajan en ellas, son **la mejora salarial (52%), lo atractivo que pueda ser el proyecto de la consultora (32%) y la proyección profesional (26%)**. Les seguirían factores como el horario y la flexibilidad para el teletrabajo (19%), la cartera de clientes de la consultora (15%), y la facilidad para la conciliación, clave en este contexto del COVID (13%).

Aun así, el sector demuestra una gran solidez y **solo un 12% de los profesionales que trabajan en consultoras de comunicación se plantean cambiar de empresa**. De los que se plantean el cambio, la gran mayoría (83%) se irían a empresas anunciantes.

Cuando los entrevistados hablan de **los criterios que consideran más importantes a la hora de valorar una consultora frente a otra**, y tomando seis aspectos clave cualitativos sugeridos, que se tienen en cuenta a nivel internacional, **el compañerismo, la responsabilidad y el orgullo son los tres aspectos más mencionados**, seguidos del respeto, la credibilidad y, por último, la imparcialidad.

Si hacemos el mismo análisis con cinco **variables más cuantitativas, la conciliación y el contrato acumulan más del 85% de las menciones**, y los beneficios, la localización y el espacio físico son poco mencionados (cada uno, menos del 6%).

Héctor Abanades explica: *“Obviando el salario, que es el factor más importante por el que se guían los profesionales para un cambio de empresa (independientemente de si es una consultora de comunicación o una agencia creativa o de medios), en el caso de los profesionales de las consultoras de comunicación, el atractivo del proyecto es clave. Ya sea el reto personal al que se enfrenten o el proyecto de la propia consultora. A esto, hay que unir como variables como el sentimiento de compañerismo y la facilidad en la conciliación (teletrabajo y flexibilidad laboral). Son factores que hacen que los profesionales trabajen más contentos. A raíz de los datos obtenidos en el estudio, las consultoras de comunicación ya lo están haciendo, ya que sólo un 12% de los entrevistados se planteaban un cambio de empresa (un dato muy bajo si lo comparamos con otros sectores analizados por SCOPEN en otros Estudios)”*.

En cuanto a los clientes con los que a los profesionales de las consultoras de comunicación les gustaría trabajar (BEST MARKETER TO WORK WITH), este año, **IKEA** aparece en primer lugar, escalando desde la cuarta posición de 2019 y arrebatando el liderazgo que en las ediciones anteriores ha mantenido **Coca-Cola**, que ahora aparece en sexto lugar. Las tecnológicas siguen aumentando su atractivo y **NETFLIX** y **Amazon** suben a las posiciones segunda y tercera y **Google**, aunque baja algo, ocupa la cuarta. **MAHOU SAN MIGUEL** escala una posición e **Inditex** y **NIKE** mantienen la séptima y octava que ya tenían en 2019. Como novedad, este año **Iberdrola** aparece por primera vez en el ranking y **Apple**, que no estuvo en el Top 10 de 2019, reaparece de nuevo.

#1 **IKEA**
#2 **NETFLIX**
#3 **AMAZON**
#4 **GOOGLE**
#5 **MAHOU SAN MIGUEL**

#6 **COCA-COLA**
#7 **INDITEX**
#8 **NIKE**
#9 **IBERDROLA**
#10 **APPLE**

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 12 mercados.

SCOPEN. Knowledge for Creative Transformation

Para más información:

SCOPEN

María José Ramiro - Communications Director

mjramiro@scopen.com Tlf: 917 021 113