

BEST AGENCY
TO WORK FOR

ESPAÑA 2021

SCOPEN

BEST MARKETER
TO WORK WITH

ESPAÑA 2021

NOTA DE PRENSA

McCANN e YMEDIA WINK, agencias creativa y de medios más atractivas para los profesionales del sector

Madrid, 9 de marzo 2021

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 se ha realizado entre los meses de junio a octubre de 2020.

A la hora de cambiar de agencia, los factores clave para los profesionales son, en ambos tipos de agencia (aunque con algunas diferencias entre ellas), la proyección profesional y el salario y después, a una distancia considerable, otros aspectos como el horario, la cartera de clientes, el equipo de profesionales o la conciliación laboral-familiar.

Tomando como referencia **cinco aspectos intangibles**, los dos más importantes para preferir una agencia frente a otra son el compañerismo y la credibilidad, seguidos del respeto, el orgullo y, por último, la imparcialidad. Entre los **aspectos tangibles**, la conciliación y el contrato acumulan más del 80% de las menciones mientras que los beneficios, la localización y el espacio físico son menos mencionados sumando menos de un 10%.

Héctor Abanades, Research Manager de SCOPEN destaca que *“en el contexto de la pandemia que estamos viviendo se da más importancia a la conciliación que incluso a la propia remuneración y, junto al compañerismo se convierten en elementos clave, no sólo para la atracción de talento, sino también para retenerlo”*

En general, **la predisposición a cambiar de agencia** es menor entre los profesionales de agencias de medios que entre los de agencias creativas. Un 19% de los profesionales afirman que no tienen intención de cambiarse de agencia (18% en creativas y 20% en medios) y sí tienen intención de hacerlo, con seguridad o probablemente, un 31% de los de agencias creativas y un 16% de los de medios. No se plantean un cambio el 64% de profesionales de agencias de medios ni el 51% de los de creativas. Entre los que sí se lo plantean, los de agencias de medios muestran tendencia mayoritaria a cambiar a compañías anunciantes (51%) y los de creativas, sobre todo, a otra agencia creativa (36%).

McCANN sigue liderando el ranking de las agencias creativas más atractivas

SCOPEN.COM

ARGENTINA · BRAZIL · CHILE · CHINA · COLOMBIA · INDIA · MEXICO · PORTUGAL · SINGAPORE · SOUTH AFRICA · SPAIN · UK

En esta ocasión, contamos con una **muestra de 302 profesionales de agencias creativas**, 83% de Madrid y 13% de Barcelona, de los que un 45% son mujeres y un 55% hombres. La media de edad es de algo más de 37 años, con cinco años de permanencia tanto en su agencia actual como en su puesto actual. Los dos departamentos que cuentan con mayor representación son Creatividad (30%) y Cuentas (28%).

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

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| #1 McCANN | #6 El Ruso de Rocky |
| #2 DAVID | #7 DDB |
| #3 Sra. Rushmore | #8 CHINA |
| #4 LOLA MullenLowe | #9 Ogilvy |
| #5 &ROSÀS | #10 MONO |

McCANN es, por sexta vez consecutiva, la agencia creativa más atractiva. Dos agencias suben de posición, **DAVID** (que alcanza el segundo puesto viniendo del quinto) y **&Rosàs** (que sube del séptimo al quinto) y también son dos las que consiguen entrar en el Top 10, no estando en 2020: **CHINA** y **MONO**.

Para los profesionales de Madrid, **DAVID** encabezaría el TOP 3 y para los de Barcelona, **&ROSÀS** se colaría en la segunda posición. Entre las agencias más destacadas de las **independientes** lideran **&ROSÀS**, **El Ruso de Rocky** y **CHINA**.

"Ya son cuatro las agencias independientes que aparecen entre las diez agencias creativas más atractivas. Es un claro reflejo del auge conseguido, no sólo entre los anunciantes, sino también dentro del propio sector", explica Héctor.

YMEDIA WINK encabeza el listado de las más atractivas entre las agencias de medios

La muestra de agencias de medios cuenta con **un total de 261 profesionales entrevistados**, 80% de Madrid y 18% de Barcelona, de los que un 58% son mujeres y un 42% hombres. La media de edad es de casi 40 años, con más de cinco años de años de permanencia en su agencia actual y más de ocho años en su puesto actual. Los dos departamentos que cuentan con mayor representación son Cuentas (35%) y Gestión (20%).

En esta edición, **YMEDIA WINK** alcanza la primera posición como agencia de medios más atractiva para trabajar, adelantando a **CARAT** que queda en segundo lugar (ambas agencias de Dentsu Group y con un liderazgo muy destacable frente al resto de sus competidores). En la tercera posición aparece un grupo, **IPG-MEDIABRANDS** que, en la última edición (2019) no aparecía en el Top 10. También sube Zenith, escalando dos posiciones (de la séptima a la quinta).

De esta forma, las 10 agencias de medios que lideran el ranking BATWF 2021 son:

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| #1 YMEDIA WINK | #6 MEDIACOM |
|-----------------------|--------------------|

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| #2 CARAT | #7 OMD |
| #3 IPG-MEDIABRANDS | #8 ARENA MEDIA |
| #4 Havas Media | #9 MINDSHARE |
| #5 Zenith | #10 Starcom |

IKEA, NETFLIX y Coca-Cola son los anunciantes más atractivos para las agencias

Los motivos principales que los profesionales de agencias destacan para que les resulte atractivo trabajar con un cliente son que apuesten por la creatividad, la experiencia/reputación de la marca, los valores y mensajes que transmite la marca y el gusto personal del profesional en cuestión. Llama la atención que sólo un 6% mencionen la remuneración y un 5% el buen trato y la cercanía.

Los profesionales de agencias creativas dan más importancia a los aspectos que tienen que ver con la comunicación que hacen las marcas y la calidad de la misma; y para los de agencias de medios son más importantes aspectos como la reputación y la cultura de la empresa.

A la hora de señalar las marcas con las que les gustaría trabajar (BEST MARKETER TO WORK WITH), hay algunas diferencias si son los profesionales de agencias creativas o de medios quienes responden pero, en conjunto, **IKEA** y **NETFLIX** y **Coca-Cola** lideran el ranking. En esta edición, dentro del Top 10 aparecen tres empresas españolas: Mahou San Miguel, BBVA y Movistar (en sexta, octava y décima posición respectivamente) y estas dos últimas, junto con Amazon (7ª) e ING (9ª) aparecen este año, no estando entre las diez primeras en la anterior edición. Abanades comenta que "*Coca-Cola e IKEA son los dos clientes más atractivos para trabajar con ellos para los profesionales de las agencias de medios (ambos son clientes de agencias de Dentsu Group), mientras que para profesionales de agencias creativas son Netflix e IKEA (cliente este último de McCann – agencia más atractiva). Tener clientes atractivos en el portfolio es uno de los factores que hacen que las agencias sean también atractivas.*"

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

SCOPEN.COM