

# PR SCOPE

ESPAÑA 2021/22

Presentación de Resultados a los Medios del Sector  
9 de Septiembre de 2021

TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN  
Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

7ª EDICIÓN

# INTRODUCCIÓN

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS



En 2021, SCOPEN llevó a cabo la 7ª Edición del PR SCOPE, un Estudio bienal que evalúa a las consultoras de Comunicación y Relaciones Públicas en España.

Nuestro Universo de análisis se compone del más alto nivel de profesionales en la toma de decisiones en Comunicación y Relaciones Públicas en las grandes compañías de España (a los que queremos hacer llegar nuestro agradecimiento por su participación).

Los profesionales de empresas entrevistados debían estar involucrados en la relación del día a día con sus consultoras y participan en el proceso de selección y decisión final de contratación de las mismas en el momento de hacer la entrevista.

Nuestro análisis sirve a las consultoras para conocer mejor las necesidades y deseos de los clientes, y así seguir transformándose y ofreciendo un mejor servicio cada día. Especial agradecimiento a ADECEC por su apoyo y ayuda desde la primera edición del estudio.

# INTRODUCCIÓN

## METODOLOGÍA

### Universo

- Principales empresas según datos de facturación.
- Contactos de profesionales de las principales consultoras seleccionados a partir de una base de datos propiedad de SCOPEN.

### Muestra

- 684 entrevistados en total.
- 360 empresas.
- 258 profesionales de consultoras.
- 66 profesionales de medios de comunicación.

### Tipo de entrevista

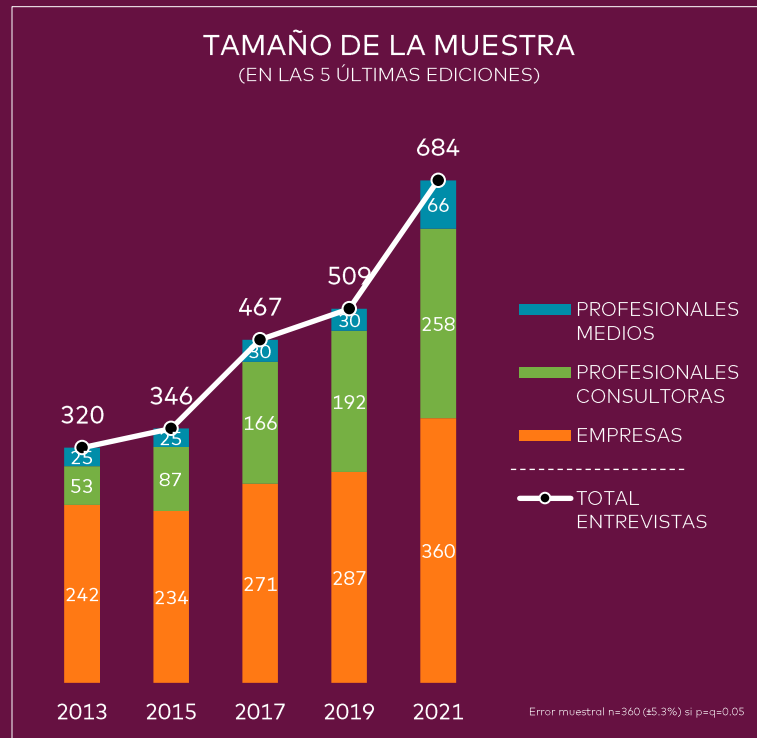
- Personal a través de videollamada a partir de un cuestionario semiestructurado de 60 minutos de duración (empresas) y autoadministrada 10 minutos de duración (profesionales de consultoras y de medios).

### Simbología

- Señalamos en color verde (flechas o celdas) 'diferencia positiva' y en color rojo 'diferencia negativa' vs. la edición anterior (al 95% de nivel de confianza).

### Fechas de trabajo de campo

- Clientes: del 23 marzo al 28 de mayo de 2021.
- Profesionales de consultoras y medios: del 21 abril al 28 de mayo de 2021.



# INTRODUCCIÓN

TRES IDEAS EXTRAÍDAS DE NUESTRAS ENTREVISTAS CON PROFESIONALES DEL SECTOR



PRESUPUESTOS A LA BAJA  
'NUEVO' CORTO PLAZO  
DATA (FIRST PARTY / THIRD PARTY)  
ECOMMERCE



DATA-CREATIVIDAD-TECNOLOGÍA  
ESTRATEGIA DE CONTENIDOS  
DIGITALIZACIÓN



AGENTES ESPECIALISTAS  
PENSAMIENTO EN EL CONSUMIDOR

# PERFIL DE LA MUESTRA

339 COMPAÑÍAS-MARCAS PARTICIPANTES [280 (83%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



BASE: PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360). SE MUESTRAN LAS EMPRESAS QUE ACEPTAN FIGURAR COMO PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.

# PERFIL DE LA MUESTRA

DE PROFESIONALES DE EMPRESAS (QUE TRABAJAN CON CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN) ENTREVISTADOS

CIUDAD	2019	2021	CARGO	2019	2021
MADRID	60.3	63.9	DIRECTOR DE MARKETING	17.1	20.3
BARCELONA	28.2	24.7	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN	35.9	34.2
OTRAS CIUDADES	9.4	7.0	BRAND / GROUP / PRODUCT MANAGER	4.5	2.5
INTERNACIONAL	2.1	4.4	DIRECTOR GENERAL / PRESIDENTE	7.0	11.4
			DIRECTOR / RESPONSABLE DE RR.PP.	6.6	3.6
			JEFE DE PRENSA	1.4	0.8
			RESPONSABLE DE RR.II.	3.1	2.2
			GERENTE DE COMUNICACIÓN	11.5	9.2
			DIRECTOR DE DIVISIÓN (PUBLIC AFFAIRS, CORPORATE, RSC..)	--	6.1
			OTROS CARGOS (*)	12.9	9.7
PERFIL	2019	2021			
EDAD	43.0	42.9			
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	7.3	5.6			
ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA	9.2	8.6			
TIPO DE EMPRESA	2019	2021			
MULTINACIONAL ESPAÑOLA	25.1	22.2			
MULTINACIONAL EXTRANJERA	51.6	55.8			
NACIONAL	13.9	13.6			
EMPRESA PÚBLICA	1.0	1.7			
ASOCIACIÓN-ONG	8.4	6.7			
			FUNCIONES	2019	2021
			EL ENTREVISTADO ES EL MÁXIMO DECISOR	32.8	33.9
			ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS DIRECTIVOS	56.4	57.5
			NO DECIDE, PERO LIDERA LA RELACIÓN	10.1	6.9
			NO DECIDE, DECIDE INTERNACIONAL	0.7	1.7

(\*) OTROS CARGOS: DIRECTOR DE PUBLICIDAD (1.1), JEFE DE MARKETING / PUBLICIDAD (2.2), DIRECTOR DE MEDIOS (0.6), DIRECTOR / RESPONSABLE DIGITAL / INNOVACIÓN (0.3), DIRECTOR DE NUEVO NEGOCIO / DIRECTOR COMERCIAL (0.3) DIRECTOR DE OPERACIONES (0.6) Y OTROS (4.7)

PREGUNTAS SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2019 (287) Y 2021 (360). DATOS EN PORCENTAJES (%).

# PERFIL DE LA MUESTRA

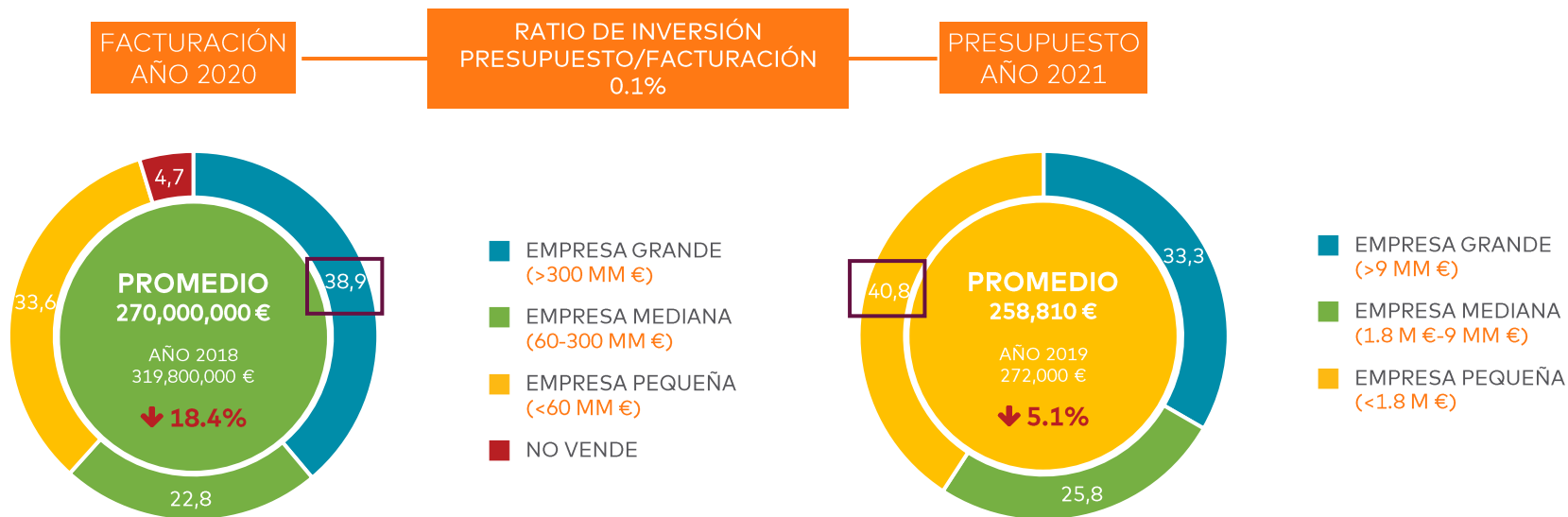
DE PROFESIONALES DE EMPRESAS (QUE TRABAJAN CON CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN) ENTREVISTADOS

SECTOR	2019	2021	SECTOR	2019	2021
<b>GRAN CONSUMO</b>	<b>30.3</b>	<b>30.6</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>41.8</b>	<b>48.1</b>
ALIMENTACIÓN	10.1	10.3	FINANZAS Y SEGUROS	10.5	11.9
BEBIDAS	5.9	5.0	TELECOMUNICACIONES	2.1	7.5
BELLEZA, PERFUMERÍA E HIGIENE	3.8	3.1	SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	4.9	6.1
LIMPIEZA	--	0.3	TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	6.6	5.3
TABACOS	0.3	0.3	DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	3.1	2.5
SALUD, FARMA/PARAFARMACIA	10.1	11.7	ENERGÍA	2.8	4.2
			CONSTRUCCIÓN	0.7	1.1
<b>CONSUMO DURADERO</b>	<b>19.2</b>	<b>12.2</b>	CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS	2.8	2.8
HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS	2.4	3.3	LOTERÍAS Y APUESTAS	0.7	0.6
AUTOMOCIÓN	3.5	2.5	COM	3.5	3.6
INDUSTRIAL-AGROPECUARIO	2.4	1.7	INMOBILIARIO	4.2	2.5
OBJETOS PERSONALES	2.8	1.4			
TEXTIL Y VESTIMENTA	4.2	2.2	<b>SOCIALES Y DIVULGACIÓN</b>	<b>8.7</b>	<b>9.2</b>
DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	2.4	0.8	EMPRESA PÚBLICA	0.7	2.5
EQUIPOS DE OFICINA E INFORMÁTICA	1.0	0.3	ASOCIACIONES-ONG	8.4	6.7

PREGUNTAS SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2019 (287) Y 2021 (360). DATOS EN PORCENTAJES (%).

# FACTURACIÓN Y PRESUPUESTO

ESTIMADO EN RELACIONES PÚBLICAS



PREGUNTA ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2019 (287) 2021 (360). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS EN EUROS (€).

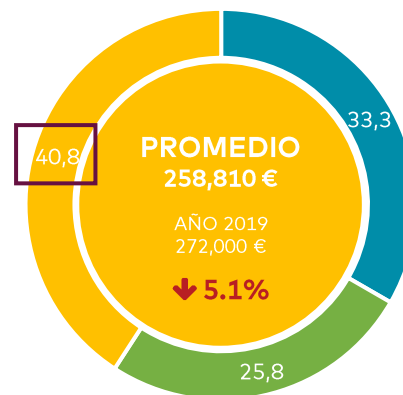
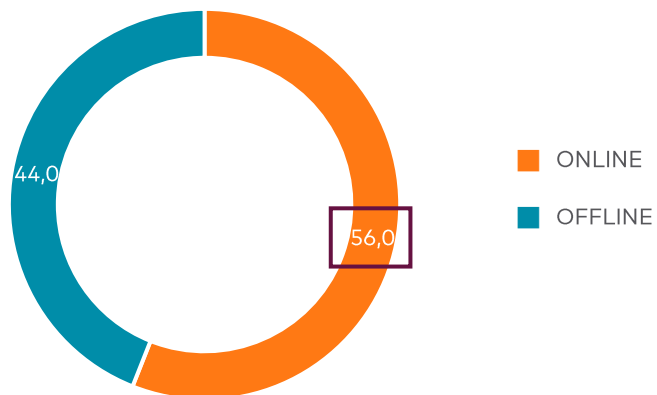


# DESTINO DEL PRESUPUESTO DE RELACIONES PÚBLICAS

ONLINE / OFFLINE

DESTINO DEL PRESUPUESTO  
AÑO 2021

PRESUPUESTO RR.PP.  
AÑO 2021

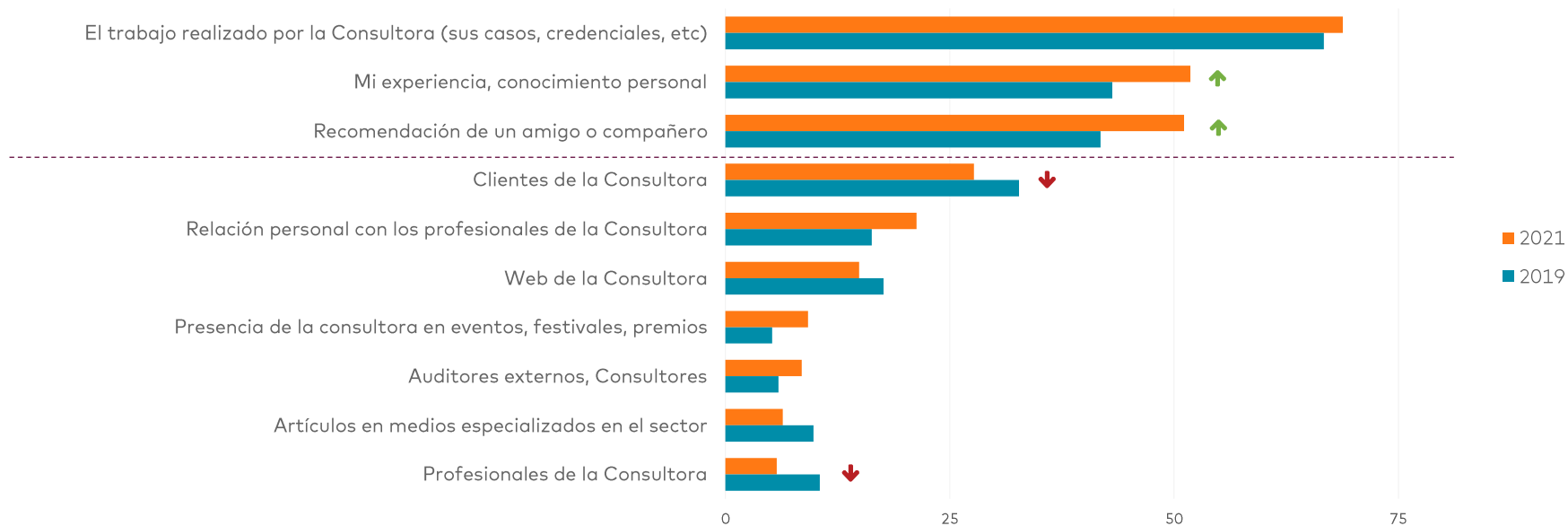


- EMPRESA GRANDE (>9 MM €)
- EMPRESA MEDIANA (1.8 M €-9 MM €)
- EMPRESA PEQUEÑA (<1.8 M €)

PREGUNTA ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIOS EN EUROS (€).

# HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA CONFECCIONAR UNA LISTA LARGA

UTILIZADAS PARA ELEGIR A UNA NUEVA CONSULTORA DE COMUNICACIÓN

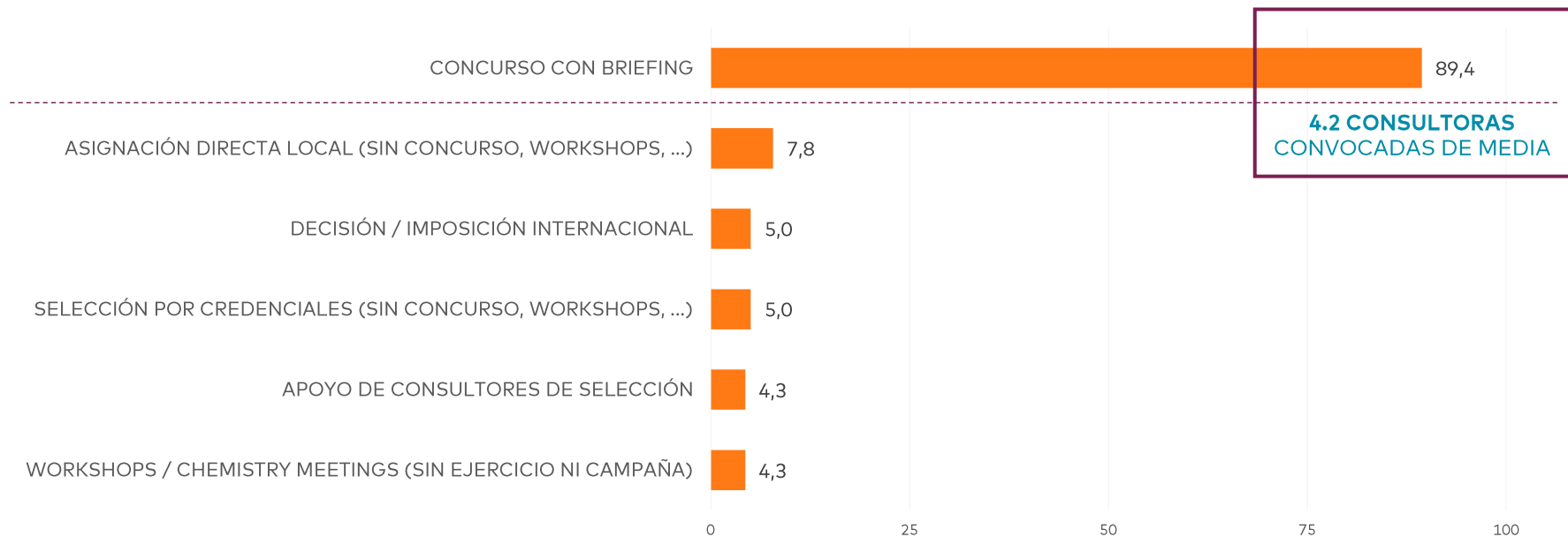


2019 | 2021: OTRAS HERRAMIENTAS (8.6 /7.0), NS/NC (3.5/3.9)

ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2019 (153) Y 2021 (141). DATOS EN PORCENTAJES (%). (3.0/3.0 MENCIONES DE MEDIA) (SE MUESTRAN TOP 10 MENCIONES EN 2021).

# SISTEMAS DE SELECCIÓN

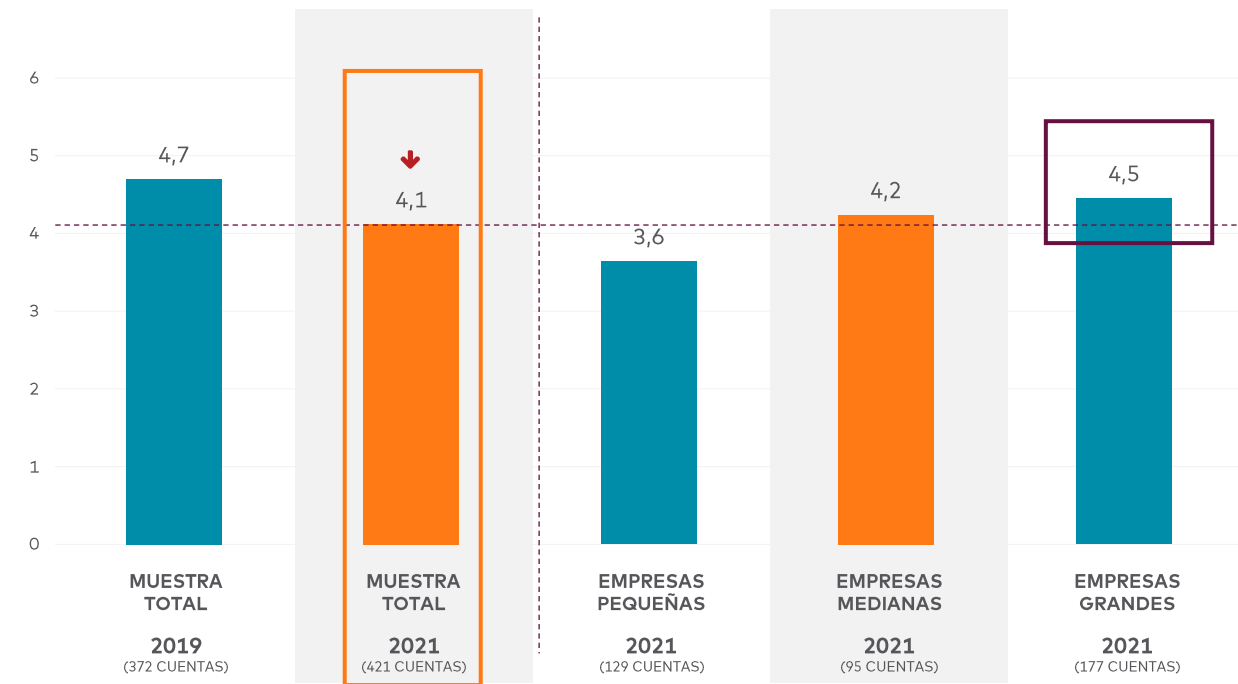
UTILIZADOS PARA ELEGIR A UNA NUEVA CONSULTORA DE COMUNICACIÓN



PREGUNTA SUGERIDA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (141). DATOS EN PORCENTAJES (%) (1.2 MENCIONES DE MEDIA).

# DURACIÓN DE LA RELACIÓN

CON LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE

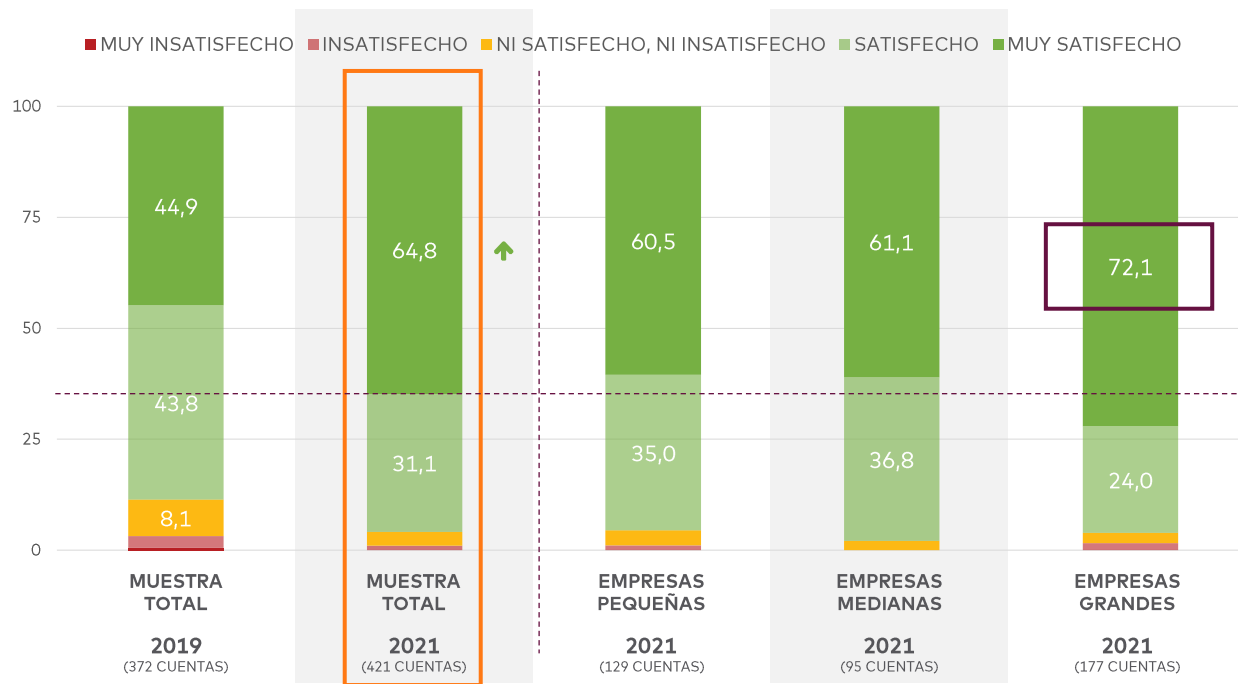


PREGUNTA ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PROMEDIO DE AÑOS.

- La duración media de la **relación cliente-consultora de comunicación** es de **4.1 años**, cuando en 2019 era 4.7 años.
- Las **empresas pequeñas** presentan una duración media menor (**3.6 años**). Mientras que las empresas grandes tienen una duración media mayor (**4.5 años**).
- Si observamos datos de otras investigaciones realizadas por **SCOPEN**, la duración de las **relaciones cliente-agencias** (creativas y de medios) **tienden a hacerse más duraderas**.

# NIVEL DE SATISFACCIÓN

CON LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN CON LAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE



- Más del 95% de los clientes se declaran **satisfechos con el servicio** que reciben de sus consultoras
- Aquellos que declaran estar **'muy satisfechos'** es superior entre las empresas grandes (72.1% muy satisfechos). Siendo, un dato significativamente más elevado que hace dos años (2019= 44.9% 'muy satisfechos', 2021= 64.8% 'muy satisfechos')
- Ningún entrevistado declaró estar **'muy insatisfecho'** con su consultora actual (primera vez desde que tenemos datos).

PREGUNTA ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

# RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN

MÁS ADMIRADOS POR PROFESIONALES DE EMPRESAS, CONSULTORAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



LUISA ALLÍ  
IKEA

#1



MARÍA LUISA MARTÍNEZ  
CAIXABANK

#1



JORDI G.<sup>a</sup> TABERNERO  
NATURGY

#3



MARÍA LUISA MELO  
HUAWEI

#3



ANA PALENCIA  
UNILEVER

#5



FEDERICO SEGARRA  
ESTRELLA DAMM

#5



PATRICIA LEIVA  
MAHOU-SAN MIGUEL

#5



ANA DÍAZ  
MASTERCARD

#8



ANA TORRES  
VISA

#8



GOYO PANADERO  
ERNST & YOUNG

#8



JUAN MANUEL CENDOYA  
SANTANDER

#8

PREGUNTA ESPONTÁNEA. TOTAL PROFESIONALES ENTREVISTADOS EN 2021 (198). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#).

# PROFESIONALES DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

MÁS ADMIRADOS POR PROFESIONALES DE EMPRESAS, CONSULTORAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



LUDI GARCÍA  
HOTWIRE

#1



JAVIER CURTICHS  
TINKLE

#2



CARME MIRÓ  
APPLE TREE

#3



SILVIA ALSINA  
ROMAN

#3



ANNA DILOY  
TINKLE

#5



IVÁN CARBALLIDO  
ROMAN

#5



JACOBO ZELADA  
APPLE TREE

#5



MARIO PARADINAS  
BCW

#5



BEGOÑA MORENO  
TINKLE

#9



FRANCISCO LÓPEZ  
BCW

#9



LAURA CORVO  
APPLE TREE

#9



NATALIA SÁNCHEZ  
WEBER SHANDWICK

#9

PREGUNTA ESPONTÁNEA. TOTAL PROFESIONALES ENTREVISTADOS EN 2021 (481). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#). (POSICIONES #1 A #9).

# CASOS DE COMUNICACIÓN

DESTACADOS EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS

**Cruzcampo**



CON MUCHO ACENTO

#1

**bankinter.**



MEDIDAS CONCRETAS

#2

**Mahou**  
★★★★★



#SOMOSFAMILIA

#3

**bbk**



INVISIBLE SOLEDAD

#4

**MULTIÓPTICAS**



SCREEN POLLUTION

#4

**ESTRELLA**  
DAMME



MEDITERRÁNEAMENTE

#6

PREGUNTA ESPONTÁNEA. TOTAL ENTREVISTADOS EN 2021 (198). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#). (POSICIONES 1#-#6).



## RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

CONOCIMIENTO  
ESPONTÁNEO

EJEMPLARIDAD

ATRACCIÓN

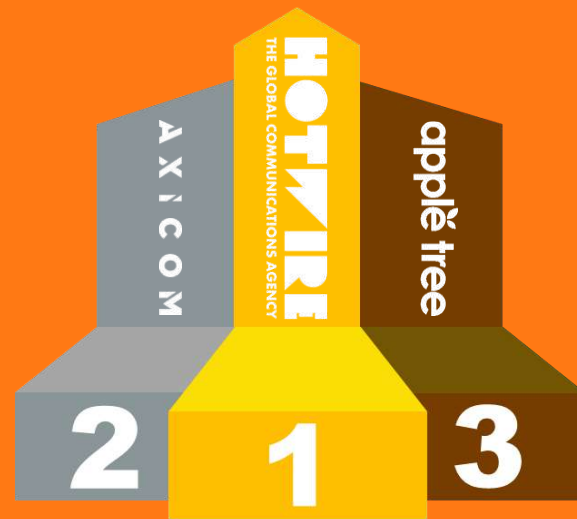


## RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

PERCEPCIÓN  
MERCADO

VALORACIÓN  
CLIENTES

PERCEPCIÓN  
COMPETENCIA



# CONCLUSIONES

1.

En un contexto en el que tanto la facturación como el presupuesto destinado a RR.PP., han descendido en 2021. El modelo de colaboración se dirige hacia la 'integración de especialidades', con la combinación de 'RR.PP.-Comunicación Digital-Creatividad' como aspectos más demandados por los clientes.

2.

En el proceso de selección, son relevantes las acciones hacia el exterior (recomendación, ...), pero también el trabajo interno (equipo de profesionales, trabajos para otros clientes, ...), ... No obstante, en el proceso de decisión van cobrando más importancia el Departamento de Compras (en 1 de cada 5 procesos 'Procurement' está presente durante todo el proceso).

3.

Las relaciones entre clientes y las consultoras de comunicación son cada vez más cortas, no se piensa tanto en el largo plazo (algo criticado en el mercado). Las consultoras de comunicación deben enfocarse en posicionarse como socios estratégicos de las marcas y mostrar sus capacidades (en solitario, dentro de un Grupo, o en colaboración con otros agentes).

4.

La mayoría de los profesionales entrevistados mantendrá la remuneración a sus consultoras de Comunicación durante el ejercicio 2021. Pese a que en 2022 la mayoría también mantendrá estable dicha remuneración, aumenta el número de empresas que prevén disminuir esta partida en sus presupuestos (en casi 1 de cada 5 relaciones cliente-consultora).

5.

La crisis de la COVID-19 ha contribuido a acelerar procesos y el cambio más relevante es el compromiso con la creatividad-innovación, la transformación digital y la sostenibilidad. Todas las estrategias deben ayudar a los clientes a posicionarse de una manera distinta, (y/o a conectar con su audiencia), ayudarán a retener los clientes existentes y a ganar nuevas cuentas.

# ¡Gracias!

Para más información contactar con:

María José Ramiro (Communications Director) – [mjramiro@scopen.com](mailto:mjramiro@scopen.com)

Héctor Abanades (Research Manager) - [habanades@scopen.com](mailto:habanades@scopen.com)

Óscar López (Research Director) - [olopez@scopen.com](mailto:olopez@scopen.com)

César Vacchiano (Presidente & CEO) - [cvacchiano@scopen.com](mailto:cvacchiano@scopen.com)

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

The logo for SCOPEN, featuring the word "SCOPEN" in a bold, white, sans-serif font. The text is centered within a white rectangular border that has a slight 3D effect, with the top and bottom lines being thicker than the sides. The background of the slide is a dark blue gradient.

**SCOPEN**

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