



ESPAÑA 2017

## NOTA DE PRENSA

### **LA CREATIVIDAD Y EL TALENTO DEL EQUIPO DE PROFESIONALES, CADA VEZ MÁS CLAVES EN EL TRABAJO DE LAS CONSULTORAS**

- **Se trata de la 5ª edición del PR SCOPE en España**
- **El 88% de las empresas, satisfechas con el trabajo que realizan las consultoras con las que trabajan**
- **Las empresas demandan creatividad para diferenciarse y seleccionar bien los canales y mensajes se convierte en el mayor reto de las consultoras**
- **María Luisa Melo (HUAWEI) y Montserrat Tarrés (Novartis) son las profesionales de empresa más admiradas por el sector**
- **Nuria Vilanova (Atrevia), de nuevo, la profesional de consultora más admirada**
- **Campofrío e IKEA adelantan a Coca-Cola, que pasa a la tercera posición como empresa destacada en comunicación**

*Madrid, 26 de septiembre de 2017*

SCOPEN ha presentado esta mañana los resultados de su estudio PR SCOPE, que en España alcanza ya su quinta edición.

El PR SCOPE es un estudio bienal sobre las tendencias de la comunicación y valoración e imagen de las consultoras de comunicación y agencias de relaciones públicas. Además de en España, el estudio se realiza también en China y Brasil, donde han llevado a cabo la 4ª y 3ª edición del estudio respectivamente.

En la presentación de hoy han intervenido **César Vacchiano**, President & CEO, **Óscar López**, Research & Studies Director y Héctor Abanades, Research Manager de **SCOPEN** y también hemos contado con la participación de **Teresa García Cisneros**, presidente de **ADECEC** (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación) y Chairman de **Ketchum Spain**.

[SCOPEN.COM](http://SCOPEN.COM)

Velázquez, 24 · 28001 Madrid · Spain · T. +34 917 021 113

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

Para esta edición del estudio en España se han realizado un total de **535 entrevistas: 271 profesionales** de un total de **253 empresas** diferentes que trabajan con consultoras de comunicación y agencias RR.PP., **43 profesionales** de empresas que no trabajan con consultoras de comunicación, **25 responsables de compras** de grandes empresas, **166 profesionales** que trabajan en las consultoras, y **30 periodistas**.

El trabajo de campo tuvo lugar entre los meses de marzo a junio de 2017.

**Óscar López** afirma que *“nos encontramos con un sector en equilibrio. A nivel global, las empresas entrevistadas mantienen estabilidad en cuanto a su facturación y los presupuestos que destinan al área de comunicación y RRPP. Tanto los directores de comunicación como los responsables de compras, declaran que han mantenido la remuneración de las consultoras con las que trabajan y seguirán haciéndolo en 2018”*.

Aunque en 2017, las ventas de las empresas analizadas han sido algo inferiores a las conseguidas en 2015, el ratio destinado a RRPP ha aumentado ligeramente. La inversión en off-line sigue siendo la que se lleva un mayor porcentaje del presupuesto (62%), aunque el on-line crece 2 puntos porcentuales con respecto a la edición anterior. Más de un tercio de las personas que trabajan en los departamentos de comunicación (40%), trabajan ya, exclusivamente, en el área digital.

A la hora de definir a su consultora “ideal”, los responsables de comunicación de las empresas, destacan la *Creatividad/Innovación*, el *Conocimiento del mercado/cliente/marca* y la *Proactividad/Iniciativa*, como características principales; mientras que los responsables de compras, no dan tanta importancia a los aspectos creativos e innovadores, y destacan más, aquellos que demuestran resultados e implicación: la *Experiencia previa de la consultora*, la *Implicación/Compromiso* y el *Equipo de Profesionales*.

Cuando las empresas eligen una consultora en un proceso de selección, la *Capacidad de Relaciones* con medios e instituciones, los *Profesionales que trabajan en ellas* y la *Ética/Transparencia* son los criterios más determinantes, si bien, los aspectos más diferenciales y los que crecen en importancia con respecto a hace dos años, son la *Creatividad* y el *Equipo de profesionales*. Es estos procesos, se utilizan principalmente *El trabajo realizado por la consultora*, los *Credenciales* y el *Conocimiento personal* de la consultora, como herramientas a la hora de confeccionar una lista larga. Los dos primeros aumentan significativamente (especialmente los *Credenciales* -46% vs. 2%-), con respecto a 2015. Por su parte, los profesionales de compras mencionan de media más herramientas de selección, pero en general destacan las mismas, aunque dan más importancia a los *Credenciales* que al *Trabajo realizado* anteriormente.

En España, las empresas trabajan con una media de 1,2 consultoras de comunicación, con las que mantienen una relación de 4,3 años y con las que trabajan de forma habitual en el 87% de los casos (descendiendo a un 13% -27% en 2015- la colaboración por proyectos).

SCOPEN.COM

Velázquez, 24 · 28001 Madrid · Spain · T. +34 917 021 113

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

El porcentaje de los clientes muy satisfechos con sus consultoras aumenta del 33% en 2015 al 41% que, junto al 47% de los que se declaran satisfechos, alcanza el 88% de satisfacción a nivel general. Se mantiene el número de empresas que declara no tener intención de cambio de consultora (80%). Sólo un 11% dice tener intención de cambiar y, al hablar de los motivos del cambio, destaca, muy por encima de otros, la *Finalización del contrato/Convocatoria periódica de concurso*.

Entre los profesionales de empresas más admirados por los profesionales del sector, destacan **María Luisa Melo** (HUAWEI) y **Montserrat Tarrés** (NOVARTIS). Y entre los profesionales de consultoras, **Nuria Vilanova** (Atrevia) mantiene la primera posición que ya tenía en anteriores ediciones, seguida de **Javier Curtichs** (Tinkle) y **José Antonio Llorente** (Llorente y Cuenca). Por otra parte, **Campofrío**, **IKEA** y **Coca-Cola** ocupan los tres primeros lugares, entre las marcas con casos más destacados por el sector y **Netflix** es la empresa más destacada por los profesionales de las propias consultoras.

Cuando se pregunta a los entrevistados por los retos que las empresas y las consultoras tienen de cara al futuro, se mencionan para las empresas: el *Entendimiento de la transformación digital*, el *Conocimiento del consumidor y los puntos de contacto con él* y la *Mejora de los recursos y procesos internos*, y para las consultoras: una buena *Selección de los canales y mensajes*, el *Conocimiento del mercado y los medios* y, en tercer lugar y coincidiendo con el reto destacado para las empresas, el *Entendimiento de la transformación Digital*.

Por su parte, **Teresa García Cisneros** destacaba: "*Me alegra que la creatividad y la innovación junto con el talento de los profesionales sean los elementos más valorados actualmente por los clientes y por lo que en ADECEC estamos apostando fuertemente*".

*Para más información:*

**SCOPEN**

María José Ramiro  
Communications Director  
mjramiro@scopen.com  
Tlf: 917 021 113

**SCOPEN.COM**

Velázquez, 24 · 28001 Madrid · Spain · T. +34 917 021 113

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