

6ª edição

PR SCOPE

BRASIL 2023/24

Estudo sobre as tendências nas relações cliente-agência de PR
e a percepção da imagem das agências de comunicação

novembro 2023

NOTE:

The information below is an introduction to the content of this study, including some of its most relevant figures, but it is not a full report.

If you would like more information, please, contact us.
We will be happy to help you.

01.

INTRODUÇÃO

METODOLOGIA

1. COMO FUNCIONA O PR SCOPE?
2. FICHA TÉCNICA

Como Funciona o PR SCOPE?



Ficha Técnica

Universo

- Principais **empresas** segundo dados de faturamento.
- Contatos de **profissionais das principais agências de PR**.
- Todos captados a partir de uma **base de dados** de propriedade de **SCOPEN**.

Amostra

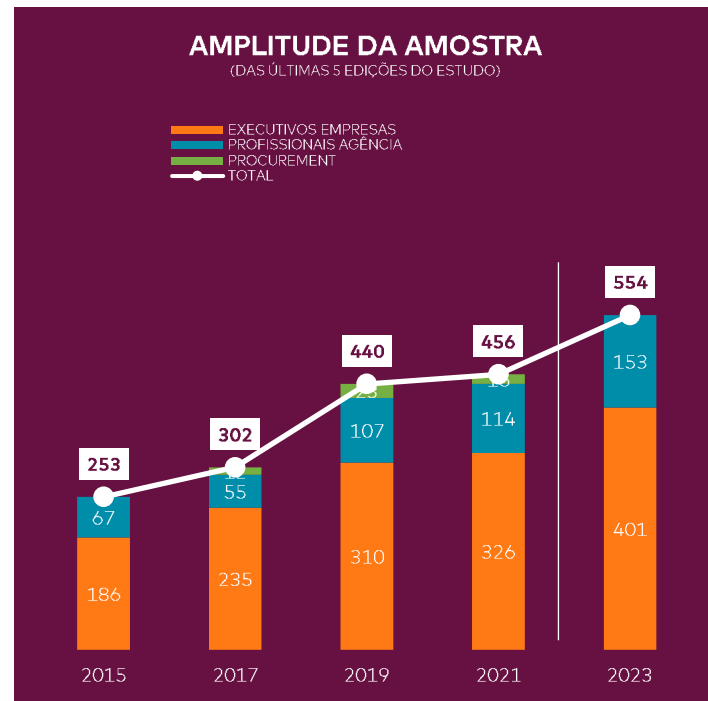
- **554** entrevistados no **total**.
- **401** executivos de empresas | **469** **contas analisadas** cliente-agência.
- **153** **profissionais** de **agências**.

Tipo de entrevista

- Através de **vídeo chamada** a partir de um questionário semiestruturado de aproximadamente **60 minutos de duração** (empresas) e entrevista autoadministrada de **15 minutos de duração** (profissionais).

Datas do trabalho de campo

- **Empresas**: de **03 de abril** a **31 de agosto** de 2023.
- **Profissionais**: de **06 de julho** a **31 de agosto** de 2023.



(*) Erro amostral $n=554 \pm 3.4\%$ se $p=q=0.05$

Em todo o informe (salvo que se indique expressamente) se marcam as diferenças significativas (células e flechas) em **verde** / **vermelho** a 90% do nível de significância

02.

PERFIL DA AMOSTRA

1. EMPRESAS-MARCAS PARTICIPANTES
2. AGÊNCIAS DE PR ANALISADAS
3. PERFIL DOS EXECUTIVOS DAS EMPRESAS
4. PERFIL DOS PROFISSIONAIS DAS AGÊNCIAS DE PR

A large grid of logos for various companies, including 3M, ABB, Amazon, and many others, arranged in multiple rows.

PR
SCOPE

SCOPEN

33 Agências de PR analisadas (COM DOIS OU MAIS CLIENTES ENTREVISTADOS NA AMOSTRA)



AMOSTRA: EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2023 (401).

Perfil dos Executivos de Empresas (PARTICIPANTES QUE TRABALHAM COM AGÊNCIAS DE PR) (1/2)

CIDADE	2021	2023	CARGO	2021	2023
SÃO PAULO	82.5	87.3	DIRETOR GERAL / PRESIDENTE	8.0	8.9
RIO DE JANEIRO	14.1	10.0	VP DE COMUNICAÇÃO	2.5	4.7
OUTRAS CIDADES	2.2	2.0	DIRETOR DE COMUNICAÇÃO	19.6	17.6
INTERNACIONAL	1.2	0.7	GERENTE DE COMUNICAÇÃO	43.7	42.6
PERFIL	2021	2023	DIRETOR / RESPONSÁVEL POR PR	3.7	4.7
IDADE (MÉDIA DE ANOS)	40.2	41.5	RESPONSÁVEL POR RELAÇÕES INSTITUCIONAIS	3.1	3.1
TEMPO NO CARGO	5.1	5.2	VP DE MARKETING	2.1	3.0
TEMPO NA EMPRESA	6.9	6.8	DIRETOR DE MARKETING	7.7	6.0
HOMEM	36.8	29.7	GERENTE DE MARKETING	6.0	6.7
MULHER	63.2	70.3	OUTROS CARGOS (*)	3.2	2.7
TIPO DE EMPRESA	2021	2023	FUNÇÕES	2021	2023
MULTINACIONAL BRASILEIRA	14.6	15.7	O ENTREVISTADO É O MÁXIMO DECISOR	41.1	39.7
MULTINACIONAL ESTRANGEIRA	52.5	49.6	MÁXIMO DECISOR JUNTO A OUTROS DIRETORES	47.9	55.4
NACIONAL	31.3	31.7	NÃO DECIDE, MAS LIDERA A RELAÇÃO	10.7	3.7
EMPRESA PÚBLICA	0.6	0.5	NÃO DECIDE, DECISÃO INTERNACIONAL	0.3	1.2
ASSOCIAÇÃO-ONG	1.1	2.5			

ESTIMULADAS, EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (326) E 2023 (401), DADOS EM PORCENTAGEM (%) E MÉDIA EM ANOS.

Perfil dos Executivos de Empresas (PARTICIPANTES QUE TRABALHAM COM AGÊNCIAS DE PR) (2/2)

SETOR	2021	2023	SETOR	2021	2023
GRANDE CONSUMO	18.8	19.0	SERVIÇOS	60.0	59.1
ALIMENTAÇÃO	7.4	4.9	FINANÇAS E SEGUROS	11.3	11.7
BEBIDAS	2.8	2.5	TELECOMUNICAÇÕES	2.1	2.6
BELEZA, PERFUMARIA E HIGIENE	3.1	3.5	SERVIÇOS PÚBLICOS E PRIVADOS	13.8	16.2
LIMPEZA	0.6	0.7	TRANSPORTE, VIAGENS E TURISMO	3.4	2.7
TABACO	0.3	0.4	VAREJO	6.3	4.9
SAÚDE, FARMACÊUTICO	4.6	7.0	ENERGIA	5.2	4.9
CONSUMO DURADOURO	19.4	19.1	CONSTRUÇÃO	2.5	1.2
CASA E ELETRODOMÉSTICOS	2.8	1.2	ENTRETENIMENTO (CULTURA, TEATRO E VEÍCULOS)	4.3	3.1
AUTOMOBILÍSTICO	2.8	2.5	TECNOLOGIA B2B	7.1	7.7
INDUSTRIAL- AGROPECUÁRIO	8.3	10.2	.COM	3.7	5,7
OBJETOS PESSOAIS	0.3	1.5	IMOBILIÁRIO	0.3	1.5
TEXTIL E VESTUÁRIO	0.3	1.5	SOCIAIS E DIVULGAÇÃO	1.8	2.8
ESPORTES E LAZER	0.9	--	EMPRESA PÚBLICA	0.6	1.8
TECNOLOGIA DE CONSUMO B2C	4.0	2.2	ASSOCIAÇÕES E ONG	0.6	0.4
			ENTIDADES	0.6	0.6

ESTIMULADAS, EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (326) E 2023 (401), DADOS EM PORCENTAGEM (%).

Profissionais de 26 Agências de PR (153 PROFISSIONAIS)

ágora:

APPROACH
COMUNICAÇÃO

bcw

cdi
conteúdo
digital
influência

CDN
THE PR
POWER
HOUSE

Edelman

FLEISHMANHILLARD

fsb.

GBR
comunicação

giusti

IDEAL
a Hill+Knowlton company

ic

InPress | PORTER
NOVELLI

JeffreyGroup

KETCHUM

LLYC

Loures.

MÁQUINA | MOVIDA POR
RESULTADOS

MSL
ANDREOLI

novaPR

PROS

RPMA

Talquimy

TEXTUAL
COMUNICAÇÃO

Weber
Shandwick

ZENO

AMOSTRA: PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS ENTREVISTADOS EM 2023 (153).

Perfil dos Profissionais das Agências de PR (QUE PARTICIPARAM DO ESTUDO)

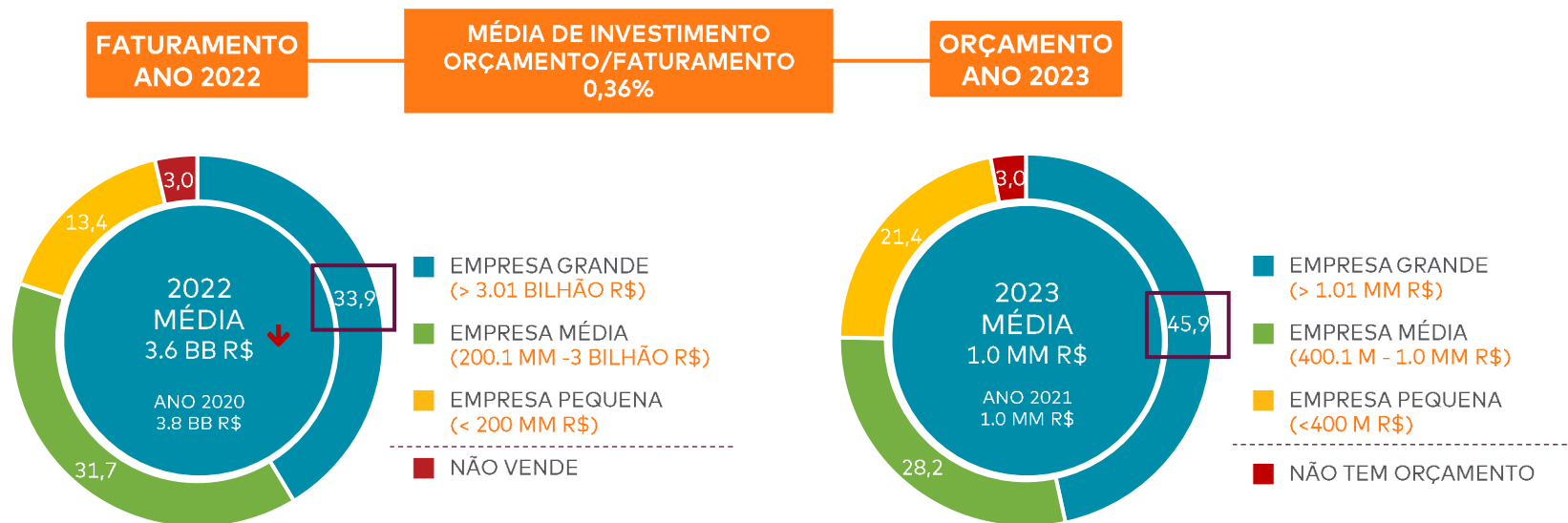
CIDADE	2021	2023	CARGO	2021	2023
SÃO PAULO	86.8	85.0	PRESIDENTE / CEO / SÓCIO FUNDADOR	5.3	8.9
RIO DE JANEIRO	10.5	11.8	DIRETOR GERAL	14.0	11.8
OUTRAS CIDADES	1.8	3.2	VICE PRESIDENTE DE ÁREA	5.3	5.9
INTERNACIONAL	0.9	--	DIRETOR DE ÁREA	38.6	35.9
			DIRETOR DE CONTAS	33.3	33.4
			DIRETOR DIGITAL	2.6	3.3
			OUTRO CARGO	0.9	0.8
PERFIL	2021	2023			
IDADE (MÉDIA DE ANOS)	44.0	43.5			
TEMPO NO CARGO	4.8	4.7			
TEMPO NA AGÊNCIA	7.4	9.1			
HOMEM	30.7	33.3			
MULHER	69.3	66.7			

ESTIMULADAS, PROFISSIONAIS DE AGÊNCIA DE PR ENTREVISTADOS EM 2021 (114) E 2023 (153). DADOS EM PORCENTAGEM (%) E MÉDIA EM ANOS.

03.

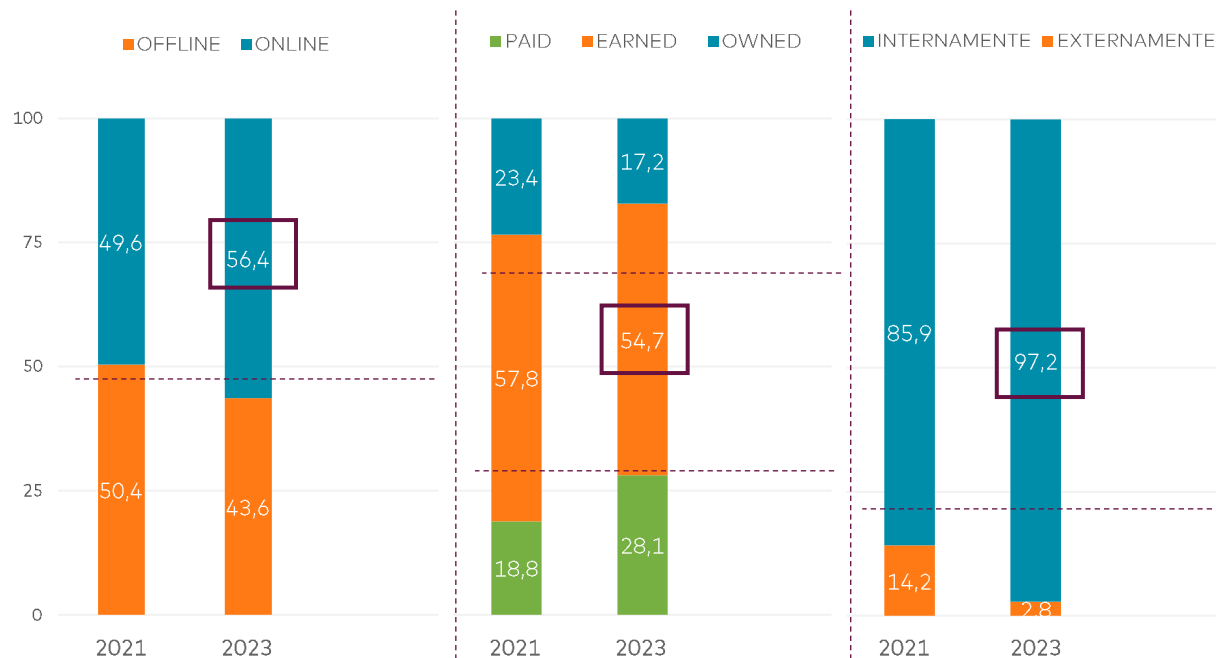
ESTRUTURA DAS EMPRESAS

1. FATURAMENTO, ORÇAMENTO E MÉDIA DE INVESTIMENTO
2. DISTRIBUIÇÃO DO ORÇAMENTO
3. TENDÊNCIA DE ORÇAMENTO
4. INTEGRAÇÃO-ESPECIALIZAÇÃO

Faturamento (TOTAL DE VENDAS) e **Orçamento** (ESTIMADO EM PR)

ESPONTÂNEAS. EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (326) E 2023 (401). DADOS EM PORCENTAGEM (%) E MÉDIAS EM REAIS (R\$).

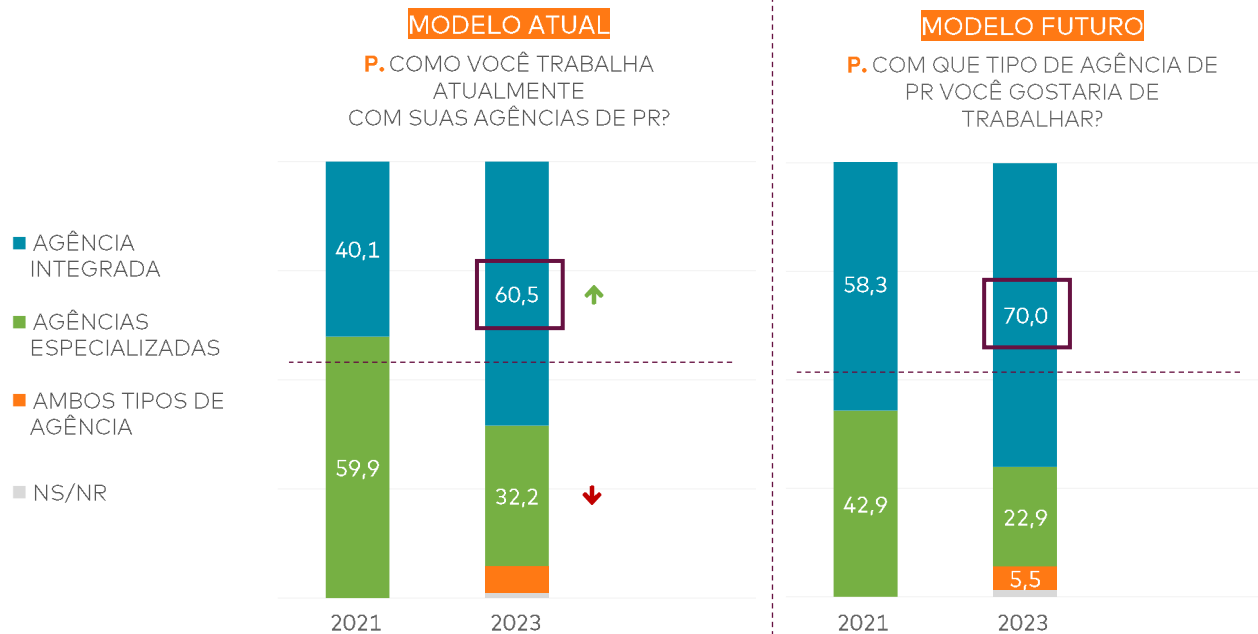
Distribuição do Orçamento (OFFLINE-ONLINE, PAID MEDIA-EARNED MEDIA-OWNED MEDIA, INTERNAMENTE-EXTERNAMENTE)



- **Online** (56.4%) segue avançando sobre o **Offline** (43.6%) ficando com o maior aporte orçamentário.
- **Paid Media** (28.1%) teve maior aporte na distribuição do orçamento, enquanto **Earned Media** (54.7%) e **Owned Media** (17.3%) tiveram redução de valores por disciplinas. **97% do investimento** é gerenciado internamente.

ESTIMULADAS. EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (326), 2023 (401) ENTREVISTADOS EM 2023. DADOS EM PORCENTAGEM (%).

Integração e Especialização

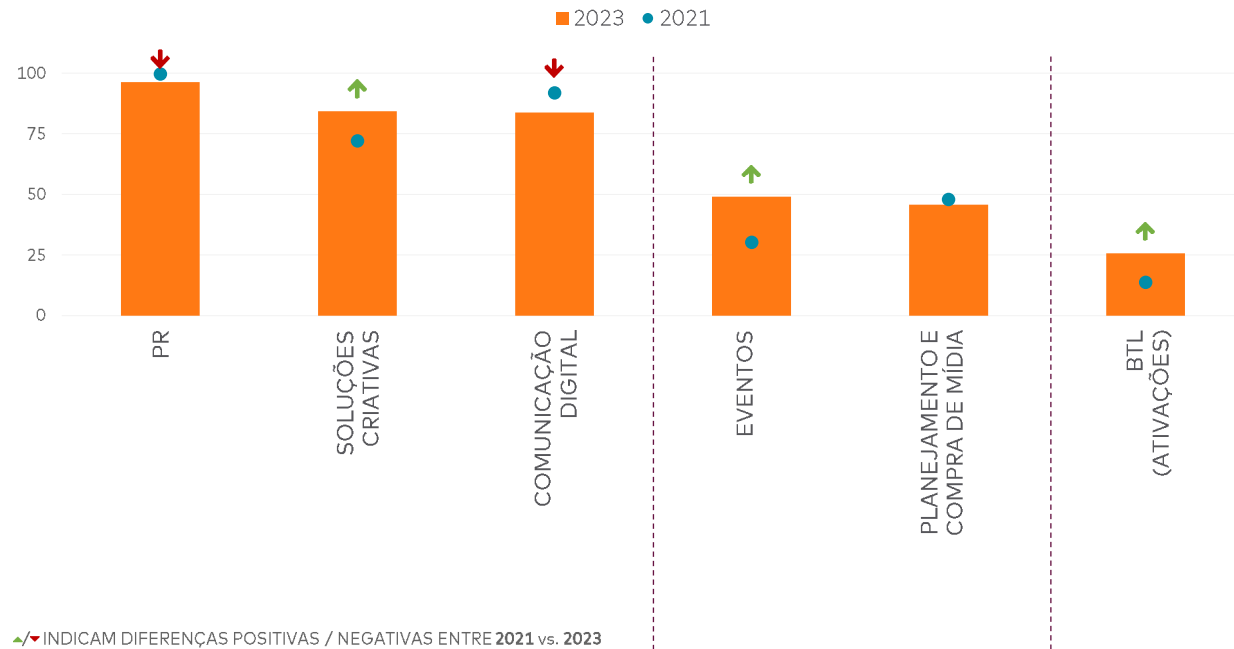


- Trabalhar com agência Integrada (60.5%) passa a ser, nesta Edição, o modelo de relação mais frequente no Brasil.
- As empresas Multinacionais (68.1%) e Grandes Empresas (78.6%) retratam o perfil das empresas que mais estão trabalhando com o modelo de integração.

ESTIMULADAS. EXECUTIVOS DE EMPRESAS EM 2021 (326) E 2023 (401). DADOS EM PORCENTAGEM (%).

Definição de Integração (DAS AGÊNCIAS DE PR QUE TRABALHAM COM EMPRESAS)

P. O QUE VOCÊ ENTENDE POR SERVIÇOS INTEGRADOS (360º)?



ESTIMULADA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS 'TRABALHARIAM COM UMA AGÊNCIA INTEGRADA' ENTREVISTADOS EM 2021 (182) e 2023 (300). DADOS EM PORCENTAGEM (%).

- As empresas participantes, em média, **definem a integração** com base em **3 disciplinas** (com pouca diferença em relação à edição anterior).
- Nos últimos dois anos, ações como '**Soluções Criativas**' (84.3%), '**Eventos**' (49,0%) e '**BTL**' (25.7%) aumentam o número de menções recebidas.
- '**Comunicação Digital**' teve um menor número de menções nesta edição, em relação à última edição (83.7% vs 92.8%).

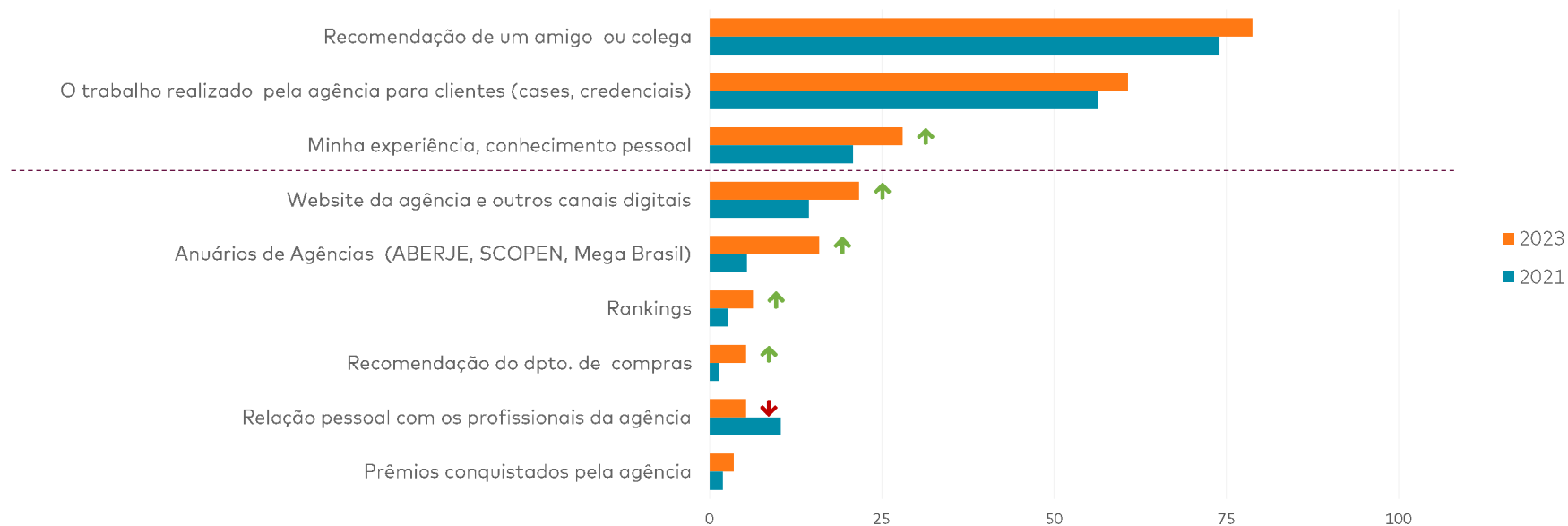
04.

SELEÇÃO DE AGÊNCIAS DE PR

1. FERRAMENTAS PARA CONFECCIONAR LONG LIST
2. MÉTODOS DE SELEÇÃO

Ferramentas para Confeccionar Long List (DE AGÊNCIAS DE PR)

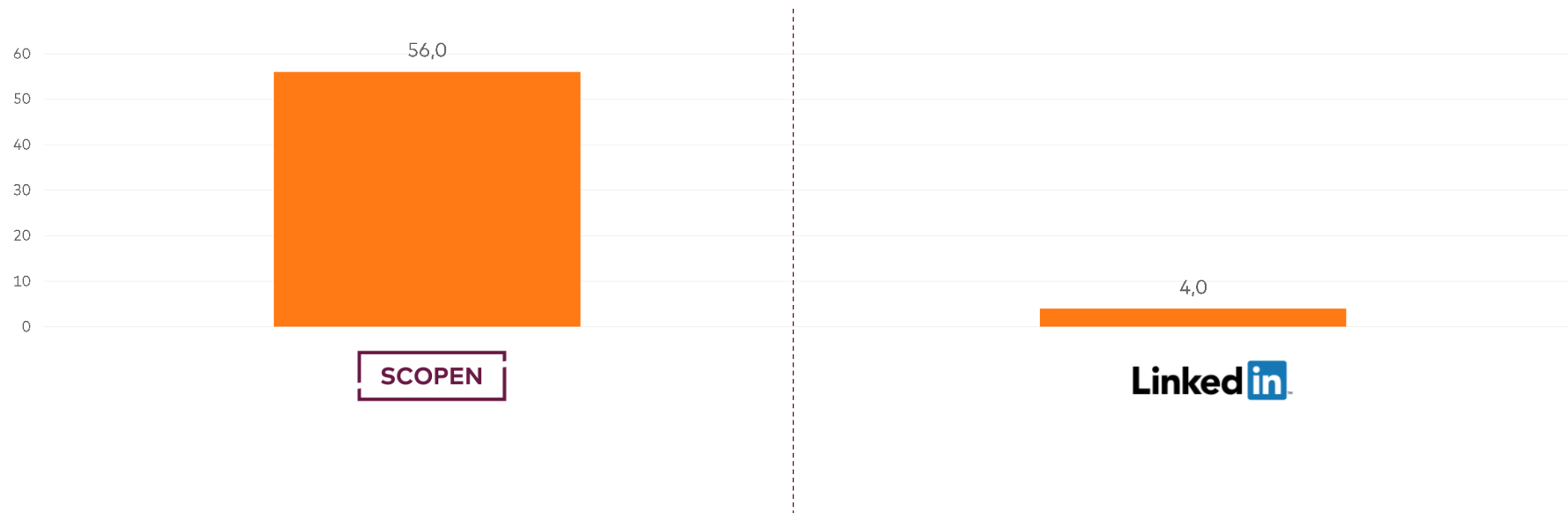
RESPOSTAS (1/2)



▲/▼ INDICAM DIFERENÇAS POSITIVAS / NEGATIVAS ENTRE 2021 vs. 2023

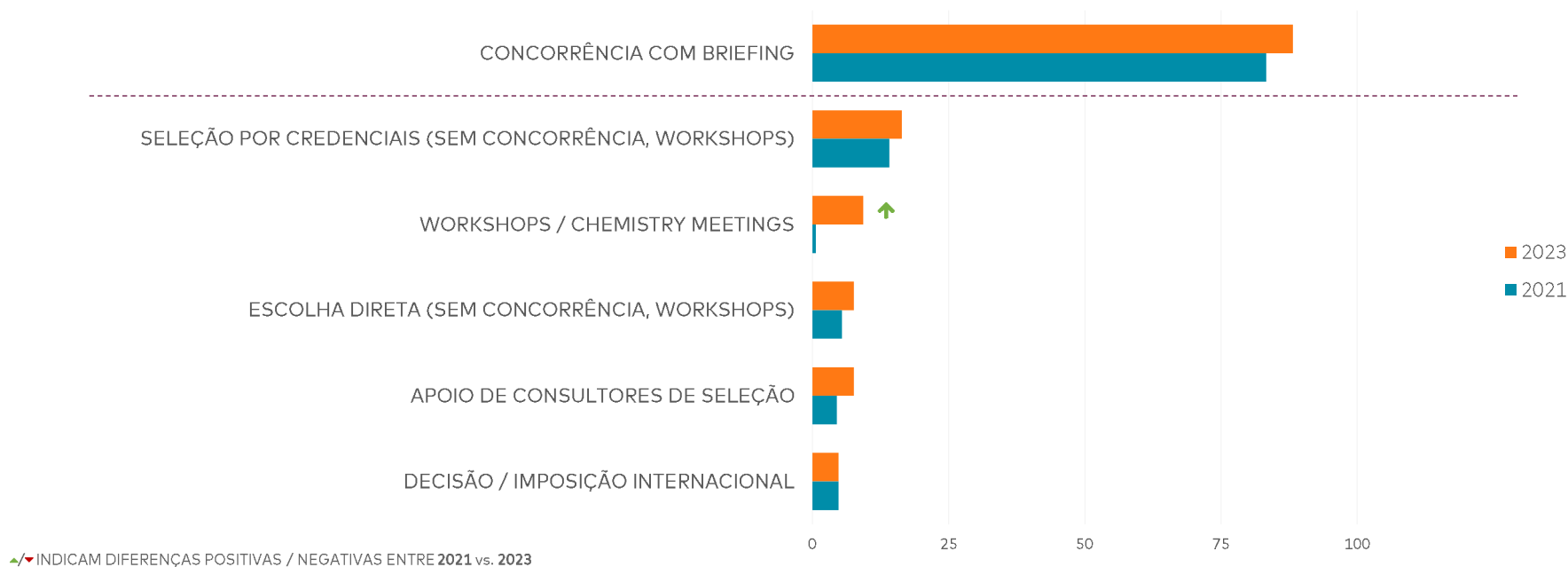
ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (312) E 2023 (397). DADOS EM PORCENTAGEM (%). MÉDIA DE MENÇÕES (3.2 / 2.0).

Quais Rankings? (PARA SELECIONAR UMA AGÊNCIA DE PR) (PERGUNTA NOVA NESTA EDIÇÃO)



VEÍCULOS ESPECIALIZADOS (14.0%). OUTROS (4.0%). NS/NR (32.0%)

ESTIMULADA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS 'UTILIZAM RANKING PARA SELECIONAR UMA AGÊNCIA DE PR PARA LONG LIST' ENTREVISTADOS EM 2023 (25=6.1% DA AMOSTRA). DADOS EM PORCENTAGEM (%).

Métodos de Seleção (DE AGÊNCIAS DE PR)

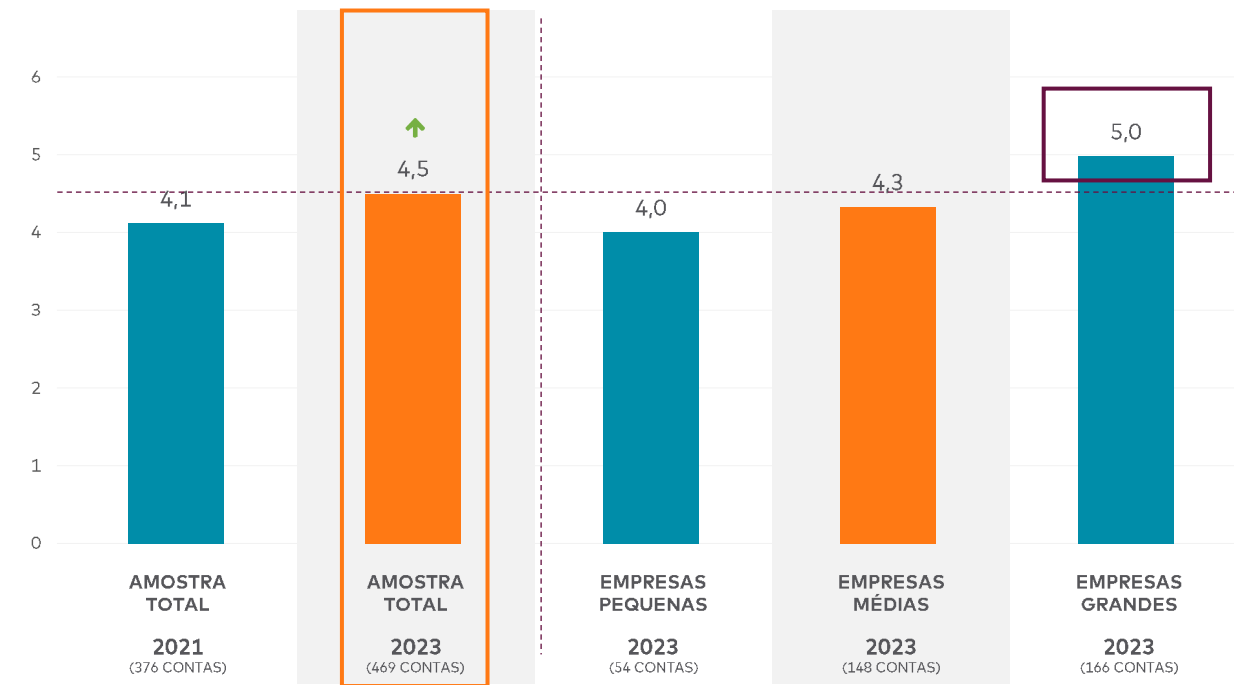
▲/▼ INDICAM DIFERENÇAS POSITIVAS / NEGATIVAS ENTRE 2021 vs. 2023

ESTIMULADA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EM 2021 (312) E 2023 (397). DADOS EM PORCENTAGEM (%).

05.

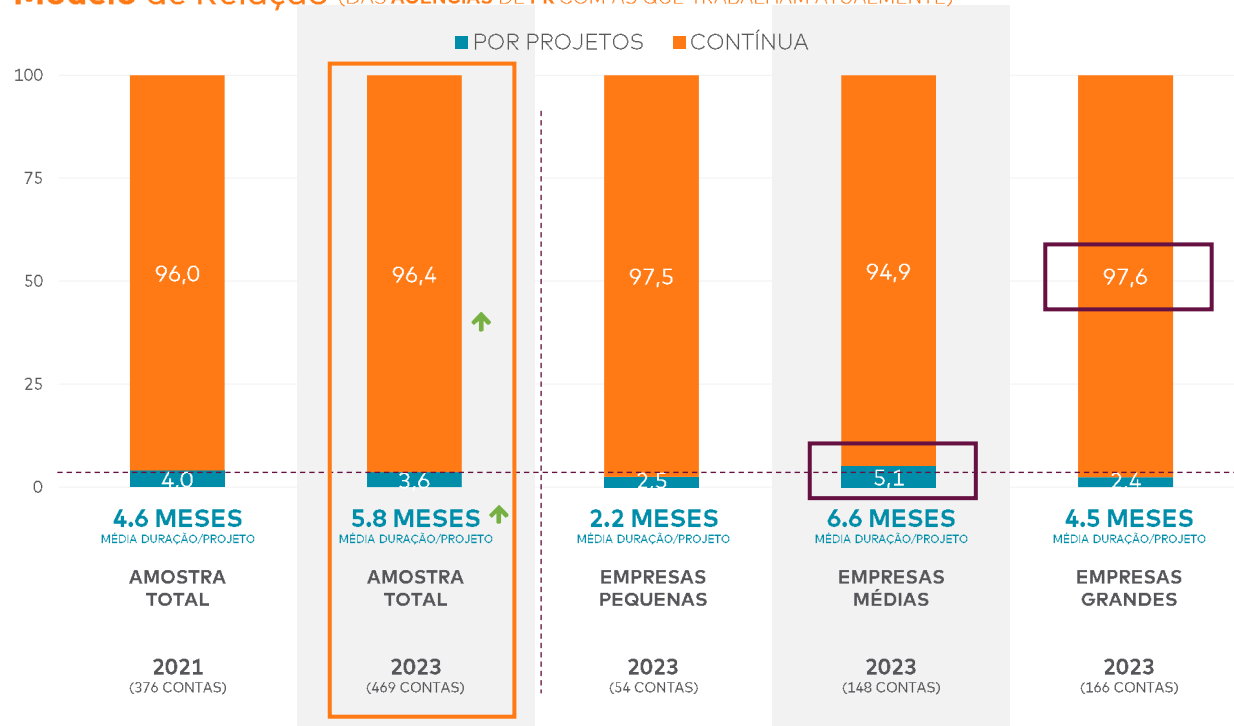
RELAÇÕES CLIENTE-AGÊNCIAS DE PR

1. DURAÇÃO DA RELAÇÃO
2. MODELO DE RELACIONAMENTO

Duração da Relação (DAS AGÊNCIAS DE PR COM AS QUE TRABALHAM ATUALMENTE)

- A duração média da **relação cliente-agência de PR** é de **4,5 anos**, quando em 2021 era de 4,1 anos.
- As **empresas pequenas** apresentam uma duração média menor (**4.0 anos**). Já as empresas grandes tem uma duração média da relação mais duradoura **5.0 anos** (4.9 anos em 2021).
- Se observamos os dados de outras investigações realizadas por **SCOPEN**, a duração das **relações cliente-agências tendem a ser menos duradouras** (abaixo dos 4.5 anos da média).

ESPONTÂNEA. **CONTAS** ANALISADAS. **DADOS EM MÉDIA DE ANOS.**

Modelo de Relação (DAS AGÊNCIAS DE PR COM AS QUE TRABALHAM ATUALMENTE)

ESPONTÂNEA. CONTAS ANALISADAS. DADOS EM PORCENTAGEM (%).

- O modelo de relação mais habitual é a relação 'Contínua' (96,4%). Aumentando apenas 0.4 pp em relação à edição anterior.
- Nesta edição, apenas 2.5% das empresas pequenas declararam estar trabalhando por projeto, e se compararmos com a edição anterior 7.8% das empresas pequenas trabalhavam neste modelo.
- Perguntamos para os executivos que tem um modelo de relação baseado em projetos, qual é a duração de um 'projeto-tipo' e, a média é de 5.8 meses, valor que aumenta em relação à edição anterior (4.6 meses).

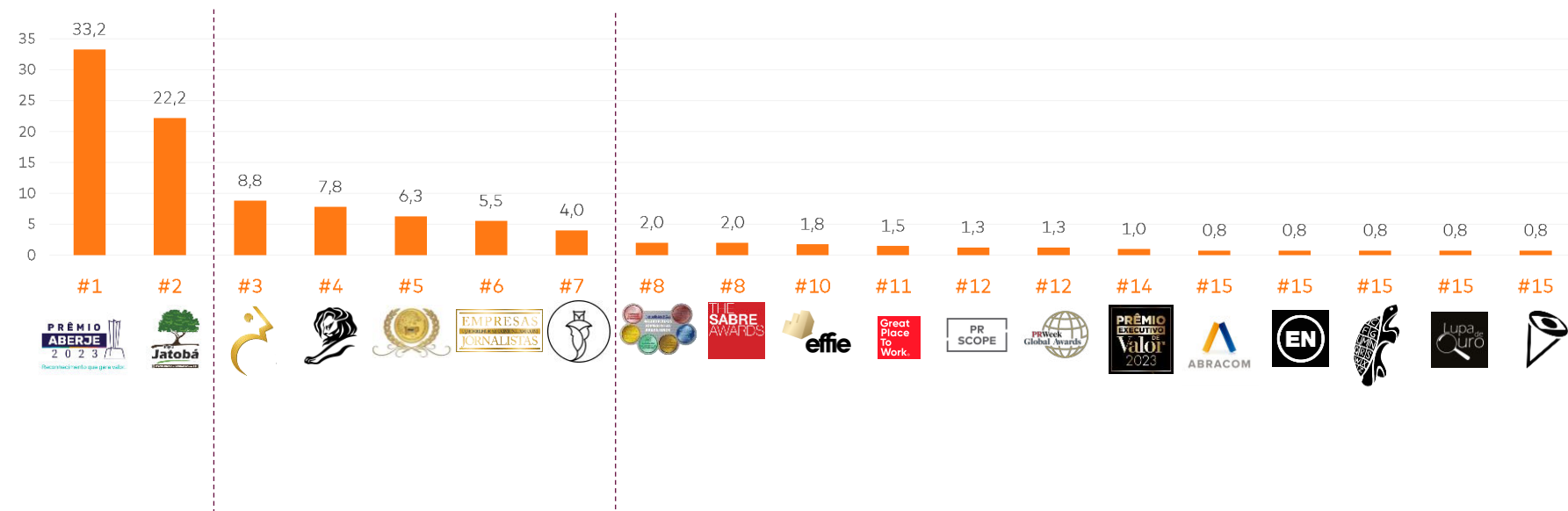
06.

AÇÕES E VISIBILIDADE DAS AGÊNCIAS DE PR

1. FESTIVAIS E PRÊMIOS MAIS VALORIZADOS DO SETOR NOVO
2. FONTES DE INFORMAÇÃO MAIS ÚTEIS NOVO
3. PROFISSIONAIS MAIS ADMIRADOS
4. MARCAS VALORIZADAS PELOS CASES DE COMUNICAÇÃO

Festivais e Prêmios do Setor (MAIS VALORIZADOS PELOS EXECUTIVOS DE EMPRESAS) (PERGUNTA NOVA NESTA EDIÇÃO)

P. QUAIS SÃO OS PRÊMIOS DO SETOR QUE VOCÊ MAIS VALORIZA (LISTA COMPLETA)

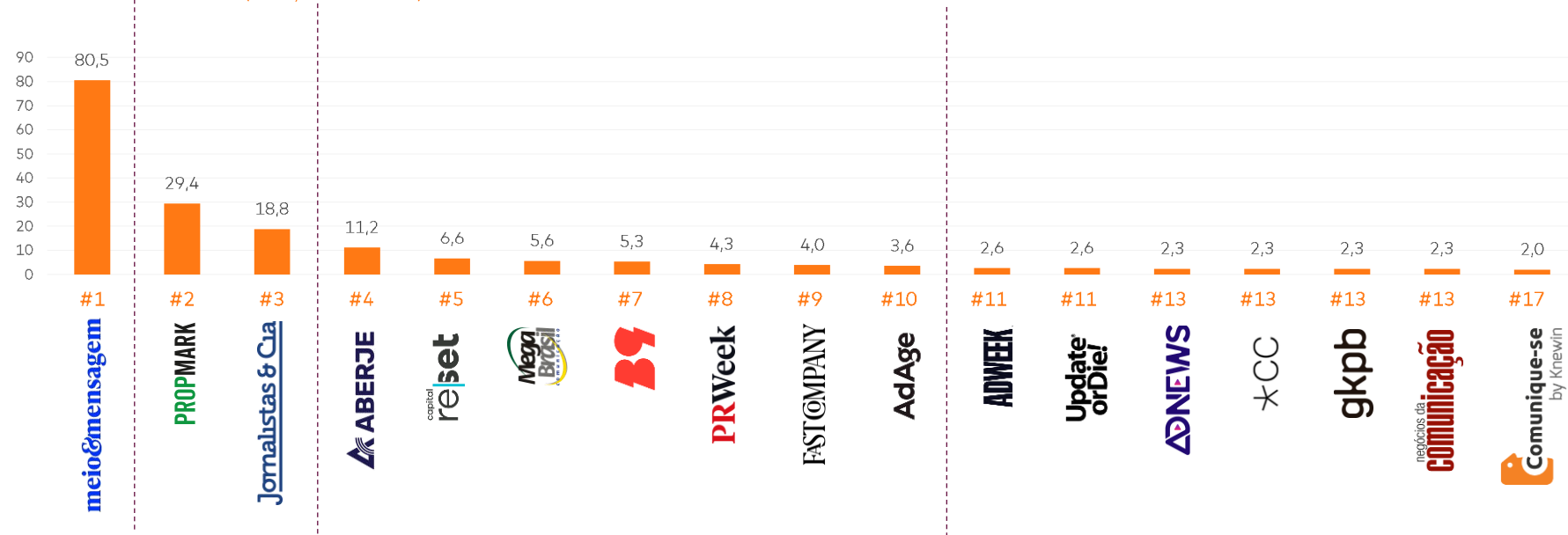


'OUTROS FESTIVAIS-PRÊMIOS' (9.8%), 'NÃO DESTACO NENHUM PRÊMIO DO SETOR' (38.3%), 'NS/NR' (4.5%)

ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS (401) EM 2023. DADOS EM PORCENTAGEM (%) E RANKING (#).

Fontes de Informação (ÚTEIS PARA O TRABALHO DAS EMPRESAS) (PERGUNTA NOVA NESTA EDIÇÃO)

P. QUAIS VEÍCULOS DO SETOR DE COMUNICAÇÃO-MARKETING-PUBLICIDADE VOCÊ TEM O HÁBITO DE LER, CONSIDERANDO A UTILIDADE QUE A INFORMAÇÃO TEM EM AGREGAR VALOR AO SEU TRABALHO? (POSIÇÕES #1 A #17)

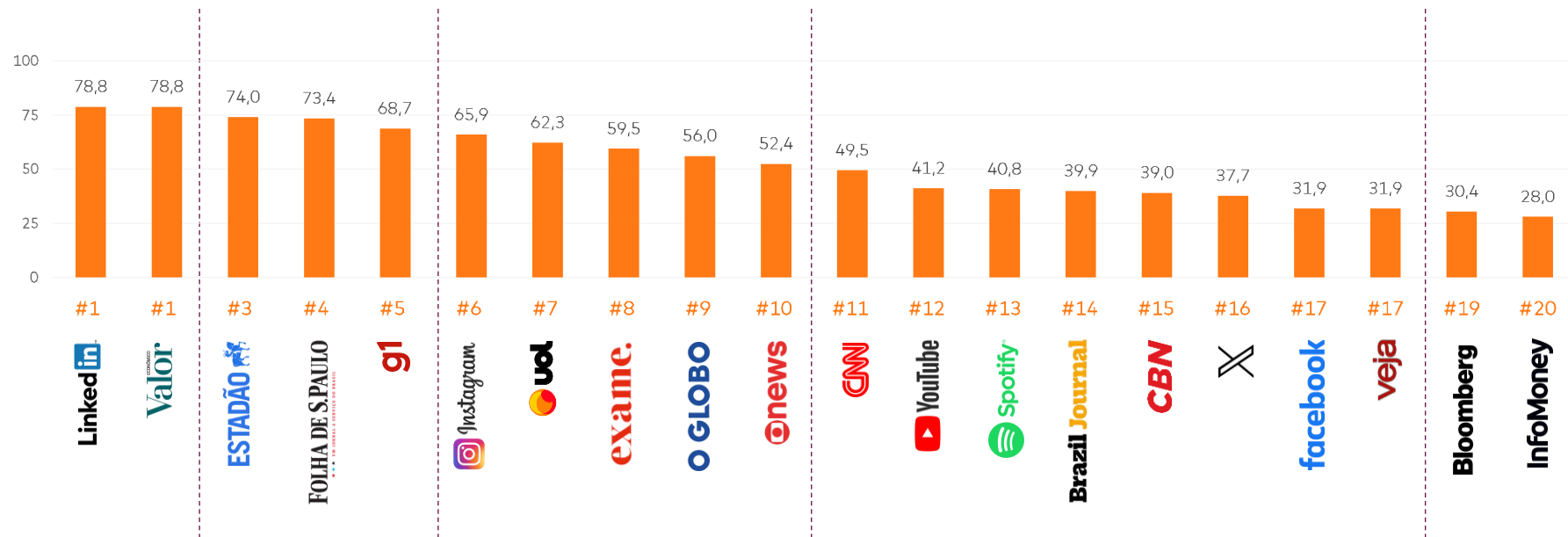


OUTROS VEÍCULOS DO SETOR (20.8%), NS/NR (7.1%)

ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS (401) E PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS (153) ENTREVISTADOS EM 2023. DADOS EM PORCENTAGEM (%) E RANKING (#).

Outras Fontes de Informação (ÚTEIS PARA O TRABALHO DAS EMPRESAS) (PERGUNTA NOVA NESTA EDIÇÃO)

P. QUAIS AS OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO QUE VOCÊ TEM O HÁBITO DE CONSULTAR PELA UTILIDADE QUE A INFORMAÇÃO TEM PARA O SEU TRABALHO? (#1-#20)



OUTROS VEÍCULOS (7,8%), NS/NR: 2023 (1,6%)

ESTIMULADA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS (401) E PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS (153) ENTREVISTADOS EM 2023. DADOS EM PORCENTAGEM (%) E RANKING (#).

Executivos de Empresas Admirados (POR PROFISSIONAIS DE EMPRESAS E AGÊNCIAS)

POSIÇÕES #1 - #10



VIVIANE MANSI
TOYOTA
#1



MALU WEBER
BAYER
#2



PAMELA VAIANO
ITAÚ UNIBANCO
#3



PEDRO TORRES
GERDAU
#4



DEBORA PRATALI
HOSPITAL ALBERT EINSTEIN
#5



MATHEUS LOMBARDI
XPI Inc.
#5



CRISTIANE SANTOS BLANCH
PFIZER
#7



LUCAS ROSSI
AMBEV
#8



MICHEL BLANCO
NATURA&CO
#8



CLAUDIA GÓES
MICROSOFT
#10

ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS E PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS ENTREVISTADOS EM 2023 (554). DADOS EM MENÇÕES E RANKING (#).

Profissionais de Agências de PR Admirados (POR PROFISSIONAIS DE EMPRESAS E AGÊNCIAS)

POSIÇÕES DE #1-#9



KIKI MORETTI
IPPN
#1



ROBERTA MACHADO
IPPN
#2



RODRIGO PINOTTI
GIUSTI
#3



ANA JULIÃO
EDELMAN
#4



ALEXANDRE LOURES
FSB HOLDING
#5



RICARDO CESAR
IDEAL
#6



ALCIDES FERREIRA
FATO RELEVANTE
#7



NATALIA MARTÍNEZ
EDELMAN
#8



CARINA ALMEIDA
TEXTUAL
#9



MARCÍLIA URSINI
EDELMAN
#9

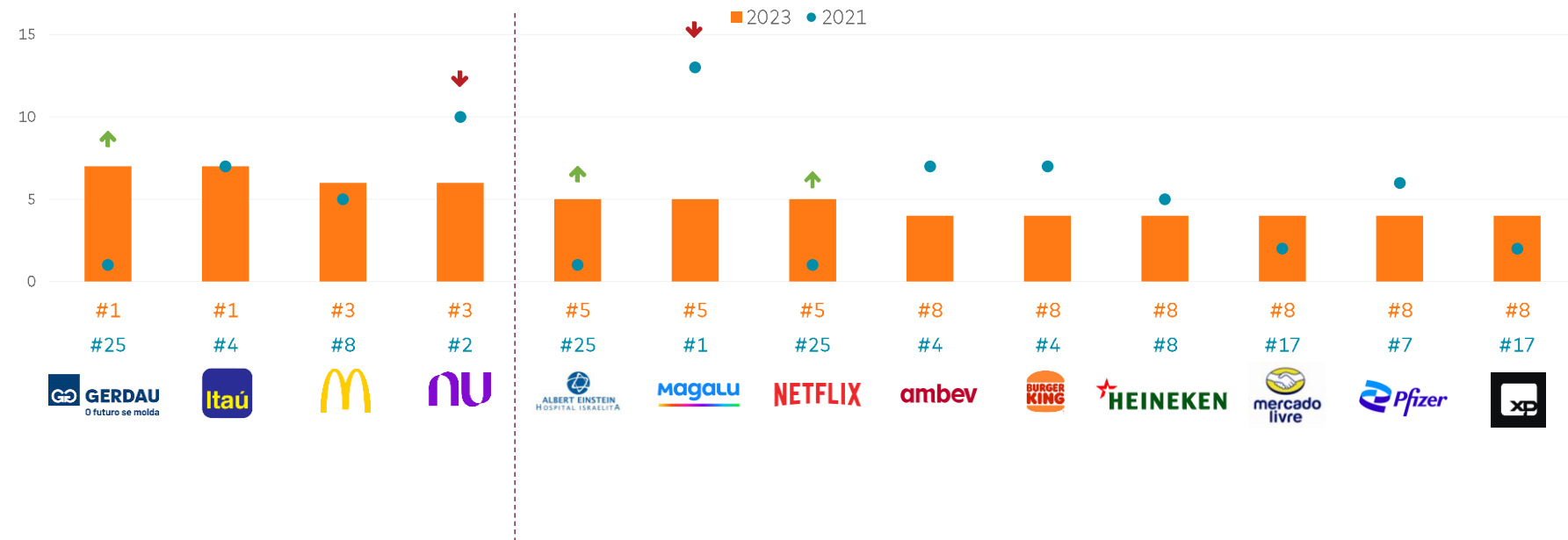


ROSA VANZELLA
MÁQUINA CW
#9

ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS E PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS ENTREVISTADOS EM 2023 (554). DADOS EM MENÇÕES E RANKING (#).

Marcas mais Valorizadas por seus Cases de Comunicação (DOS ÚLTIMOS DOIS ANOS) (POSIÇÕES #1-#8)

DADOS AGREGADOS POR MARCAS



ESPONTÂNEA. EXECUTIVOS DE EMPRESAS RESPONDERAM EM 2021 (93) E 2023 (93). DADOS EM MENÇÕES E RANKING (#).

07.



PR
SCOPE

BRASIL 2023/24

RANKINGS

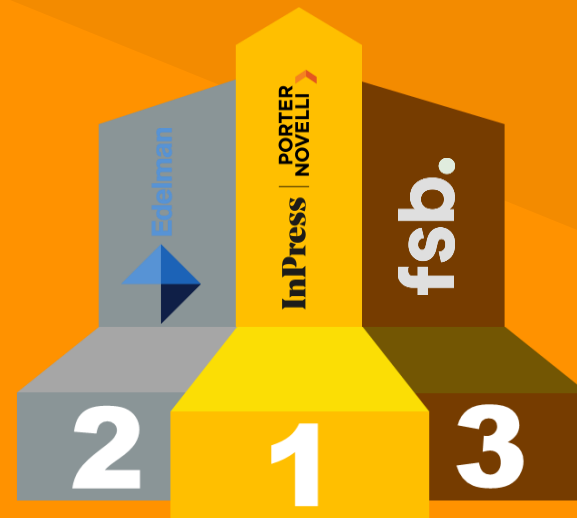
RANKINGS

SCOPEN

CONHECIMENTO
ESPONTÂNEO

EXEMPLARIDADE

ATRATIVIDADE



PERCEPÇÃO DO
MERCADO

AVALIAÇÃO DE
CLIENTES

OPINIÃO DA
CONCORRÊNCIA



Obrigad@!

Paula Ribeiro (*Research Director Brazil*) · pribeiro@scopen.com

Gabriele Welter (*Research Analyst Brazil*) · gwelter@scopen.com

Natália Sant'ana (*Research Analyst Brazil*) · nsantana@scopen.com

Óscar López (*Research Director España*) · olopez@scopen.com

César Vacchiano (*President & CEO*) · cvacchiano@scopen.com

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



SCOPEN

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