

8ª edición

PR
SCOPE

ESPAÑA 2023/24

Presentación de Resultados a los Medios del Sector
19 de Septiembre de 2023

TENDENCIAS EN LAS RELACIONES CLIENTE-CONSULTORA DE COMUNICACIÓN Y
LA PERCEPCIÓN E IMAGEN DE LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN

02. PERFIL DE LA MUESTRA

03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS

04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

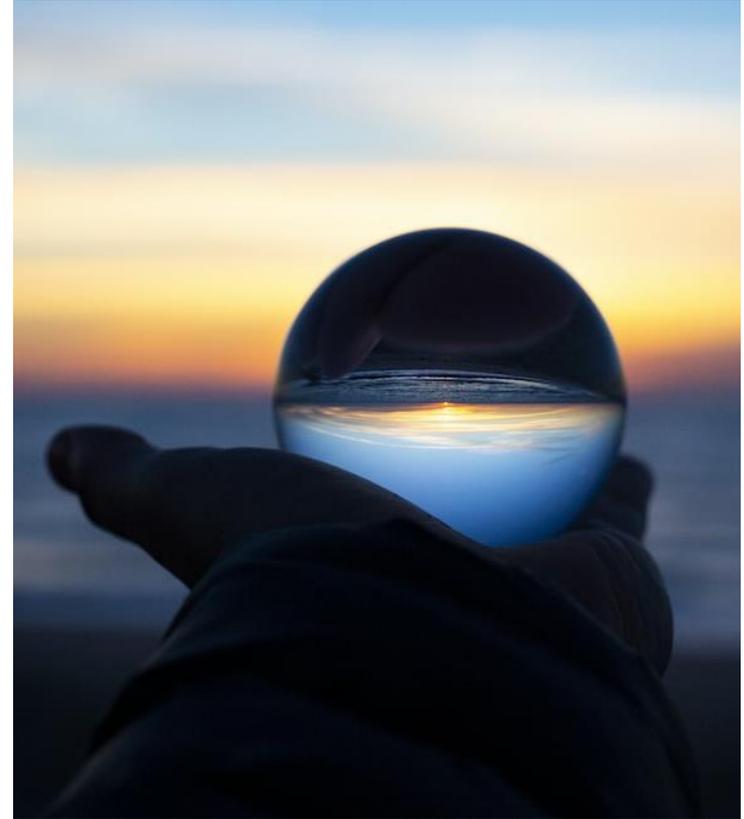
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

06. EL FUTURO DEL SECTOR

07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS

08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

09. CONCLUSIONES



INTRODUCCIÓN

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

En 2023, SCOPEN llevó a cabo la **8ª edición del PR SCOPE en España**, un Estudio bienal que evalúa a las consultoras de Comunicación y Relaciones Públicas.

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.

Los profesionales entrevistados en cada empresa están 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.

SCOPEN es una empresa líder en consultoría e investigación en el campo de la Comunicación Comercial con presencia en 12 países.

Trabajamos con anunciantes, consultoras, agencias y medios de comunicación, ayudándoles a mejorar y crear valor añadido dentro de sus relaciones con sus clientes desde 1990.

EQUIPO DE RESEARCH & STUDIES ESPAÑA



**HÉCTOR
ABANADES**
RESEARCH
MANAGER



**DANIEL
FERRERAS**
FIELDWORK
SUPERVISOR



**JESÚS
GARCÍA**
DATA
ANALYST



**ÓSCAR
LÓPEZ**
RESEARCH
DIRECTOR



**MICAELA
MADRID**
FIELDWORK
COORDINATOR



**FRÉDERIC
MESSINA**
RESEARCH
MANAGER



**BEATRIZ
MORENO**
ANALYST



**ALICIA
SÁNCHEZ**
RESEARCH
COORDINATOR



**CÉSAR
VACCHIANO**
PRESIDENT &
CEO

INTRODUCCIÓN

METODOLOGÍA

Universo

- Principales **empresas** según datos de facturación.
- Contactos de **profesionales de las principales consultoras de comunicación**.
- Profesionales de **medios de comunicación** de cualquier soporte.
- Todos ellos captados a partir de una **base de datos propiedad de SCOPEN**.

Muestra

- 875 entrevistados en **total**.
- 414 empresas | 565 cuentas analizadas cliente-consultoras.
- 327 profesionales de **consultoras**.
- 107 profesionales de **medios de comunicación**.

Tipo de entrevista

- **Personal** o a través de **videollamada** a partir de un cuestionario semiestructurado de más de **60 minutos de duración** (empresas) y entrevista autoadministrada de **15 minutos de duración** (profesionales de consultoras y medios de comunicación).

Fechas de trabajo de campo

- **Empresas:** del 16 de marzo al 30 de mayo de 2023.
- **Profesionales:** del 17 de abril al 31 de mayo de 2023.



CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN

02. PERFIL DE LA MUESTRA

03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS

04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

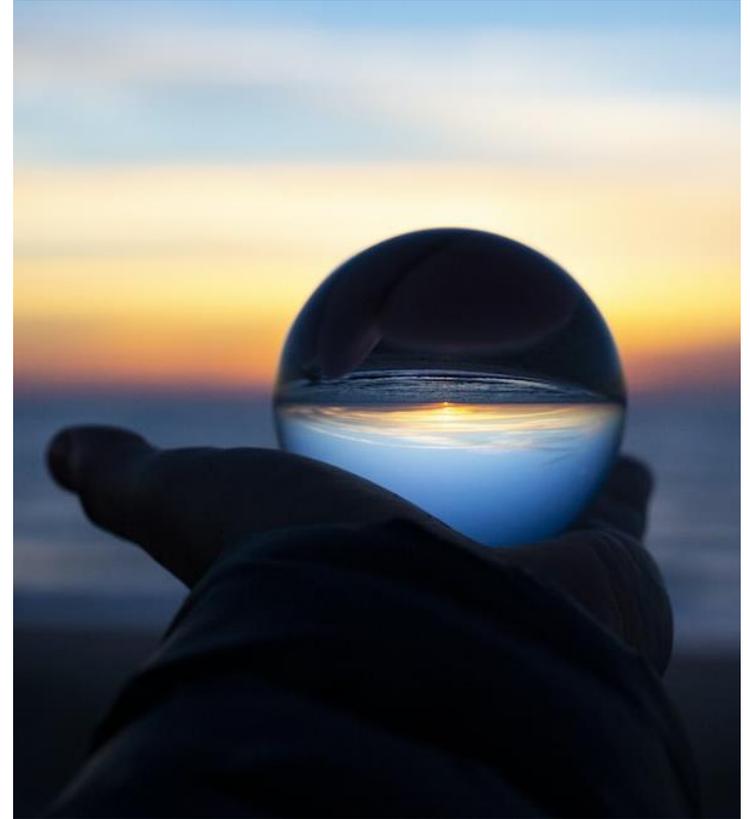
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

06. EL FUTURO DEL SECTOR

07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS

08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

09. CONCLUSIONES



PERFIL DE LA MUESTRA

441 PROFESIONALES DE 414 COMPAÑÍAS-MARCAS PARTICIPANTES [338 (81,6%) ESTÁN DE ACUERDO EN FIGURAR EN EL ESTUDIO]



MUESTRA: PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2023 (441). 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	2021	2023
MADRID	63,9	68,3
BARCELONA	24,7	18,1
OTRAS CIUDADES	7,0	8,2
INTERNACIONAL	4,4	5,4

PERFIL	2021	2023
EDAD	42,9	43,0
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	8,6	8,2
ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA	5,6	7,9

TIPO DE EMPRESA	2021	2023
MULTINACIONAL ESPAÑOLA	22,2	24,0
MULTINACIONAL EXTRANJERA	55,8	50,3
NACIONAL	13,6	19,7
EMPRESA PÚBLICA	1,7	1,4
ASOCIACIÓN-ONG	6,7	4,5

CARGO	2021	2023
DIRECTOR DE MARKETING	20,3	16,6
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN	34,2	41,3
BRAND / GROUP / PRODUCT MANAGER	2,5	6,8
DIRECTOR GENERAL / PRESIDENTE	11,4	11,4
DIRECTOR / RESPONSABLE DE RR.PP.	3,6	5,9
JEFE DE PRENSA	0,8	1,6
RESPONSABLE DE RELACIONES INSTITUCIONALES	2,2	1,4
GERENTE DE COMUNICACIÓN	9,2	3,6
DIRECTOR DE DIVISIÓN (PUBLIC AFFAIRS, RSC,...)	6,1	7,0
OTROS CARGOS	9,7	4,4

FUNCIONES	2021	2023
EL ENTREVISTADO ES EL MÁXIMO DECISOR	33,9	28,8
ES MÁXIMO DECISOR JUNTO A OTROS DIRECTIVOS	57,5	60,5
NO DECIDE, PERO LIDERA LA RELACIÓN	6,9	9,1
NO DECIDE, DECIDE INTERNACIONAL	1,7	1,6

El perfil tipo entrevistado es un perfil senior (8 años trabajando en la empresa y en el puesto actual) con su puesto de trabajo en Madrid (68%), de una compañía multinacional extranjera (50%), Director/a de Comunicación (41%) y Máximo decisor en el proceso de selección de Consultora de Comunicación junto a otros miembros de su organización (60%).

SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360) Y 2023 (441). DATOS EN PORCENTAJES (%).

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN

02. PERFIL DE LA MUESTRA

03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS

04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

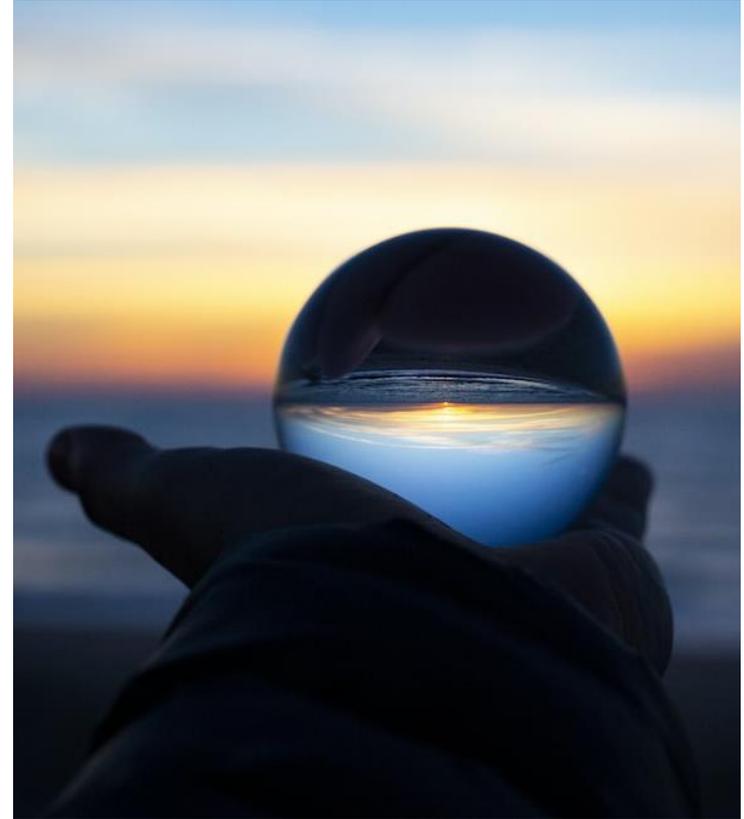
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

06. EL FUTURO DEL SECTOR

07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS

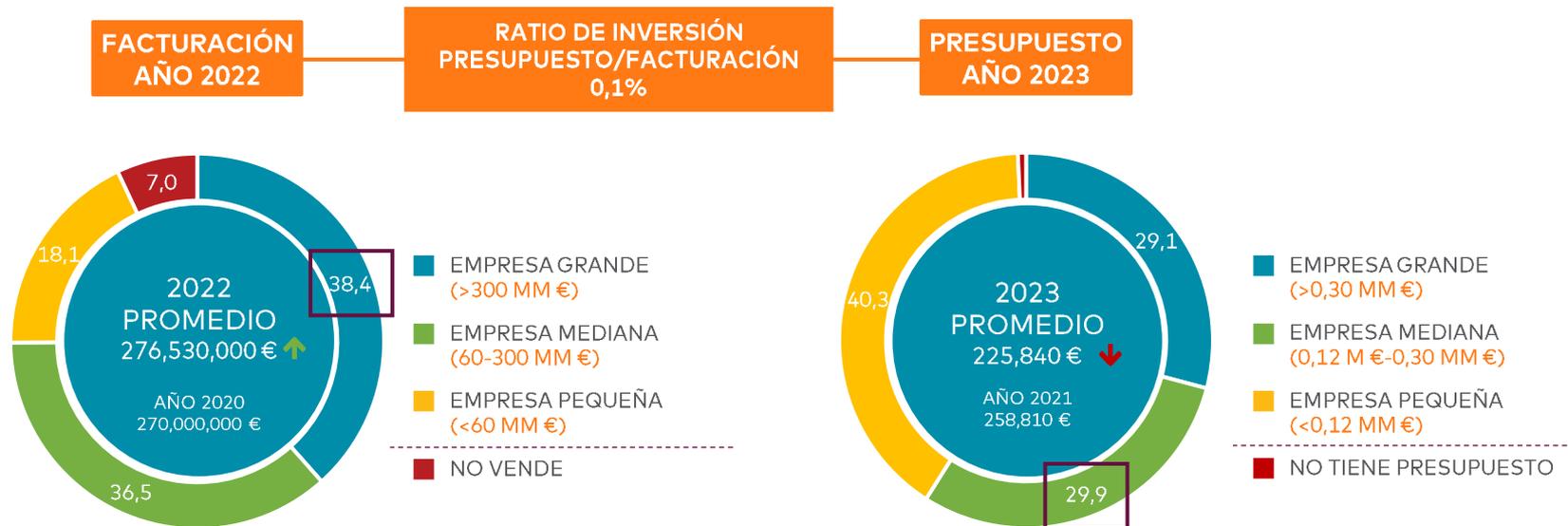
08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

09. CONCLUSIONES



FACTURACIÓN Y PRESUPUESTO DE RELACIONES PÚBLICAS

ESTIMADO EN RELACIONES PÚBLICAS



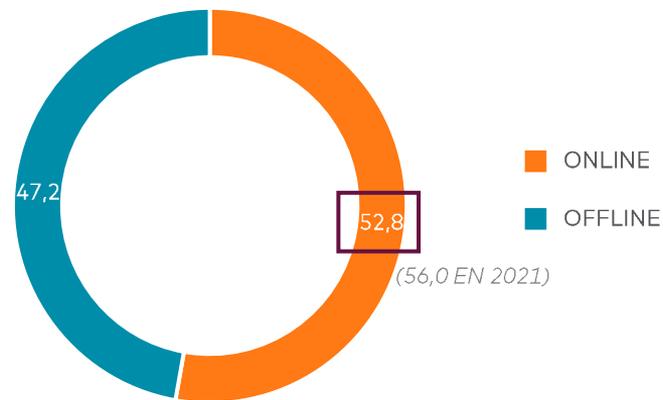
Por término medio, las empresas participantes facturan 276,5 millones € anualmente, cifra que crece un 2,4% con respecto a 2021. Pero el presupuesto de RR.PP. disminuyen torno al 14,6%. Hay que tener en cuenta que parte de los presupuestos gestionados por las Consultoras, como Social Media e Influencers, están también en otras partidas presupuestarias (en el ámbito de Marketing y Publicidad).

ESPONTÁNEAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360) Y 2023 (441). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y PROMEDIO EUROS (€).

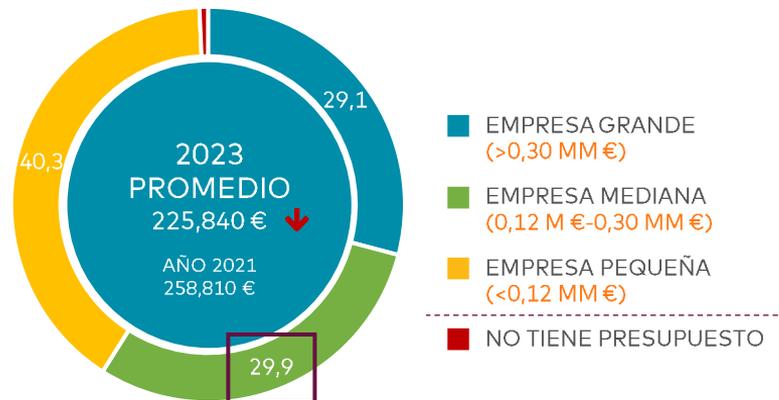
DESTINO DEL PRESUPUESTO DE RELACIONES PÚBLICAS

ONLINE / OFFLINE

DESTINO DEL PRESUPUESTO AÑO 2023



PRESUPUESTO AÑO 2023



El Presupuesto de Online (52,8%) sigue por encima del de Offline (47,2%), pero con una leve caída frente a 2021. Aunque como comentábamos previamente, gran parte del presupuesto Online no está integrado en el presupuesto de Relaciones Públicas, sino en el de Marketing o en presupuestos directos de Digital.

SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360) Y 2023 (441). DATOS EN PORCENTAJES (%).

MODELO DE COLABORACIÓN

¿CON QUÉ TIPO DE CONSULTORA TRABAJA Y CON CUÁL LE GUSTARÍA TRABAJAR?



Trabajar con distintas 'consultoras por especialidades' (49,3%) es el modelo de relación más frecuente, en la actualidad, en España.

Las empresas Multinacionales (50,6%) y Grandes (54,5%) son las que compañías que más están trabajando bajo ese modelo de especialización con sus consultoras.

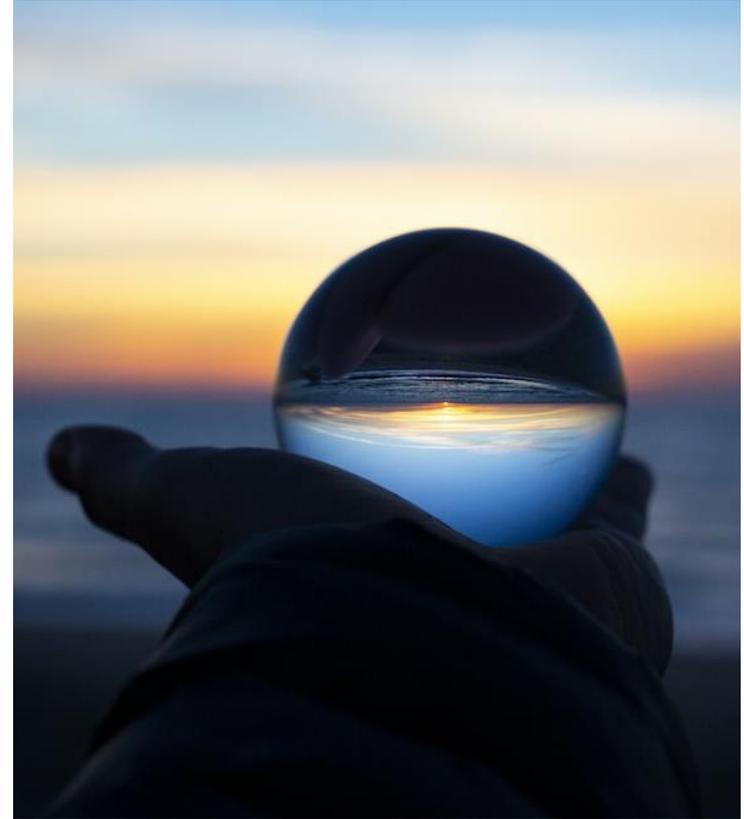
En el estudio AGENCY SCOPE, los anunciantes que trabajan con agencias creativas declaran en mayor medida su deseo de trabajar con especialistas.

SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2017 (140), 2019 (153), 2021 (141) Y 2023 (202). DATOS EN PORCENTAJES (%).

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN
02. PERFIL DE LA MUESTRA
03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS
04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
06. EL FUTURO DEL SECTOR
07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS
08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
09. CONCLUSIONES



HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA CONFECCIONAR UNA LISTA LARGA

PARA ELEGIR A UNA NUEVA CONSULTORA DE COMUNICACIÓN



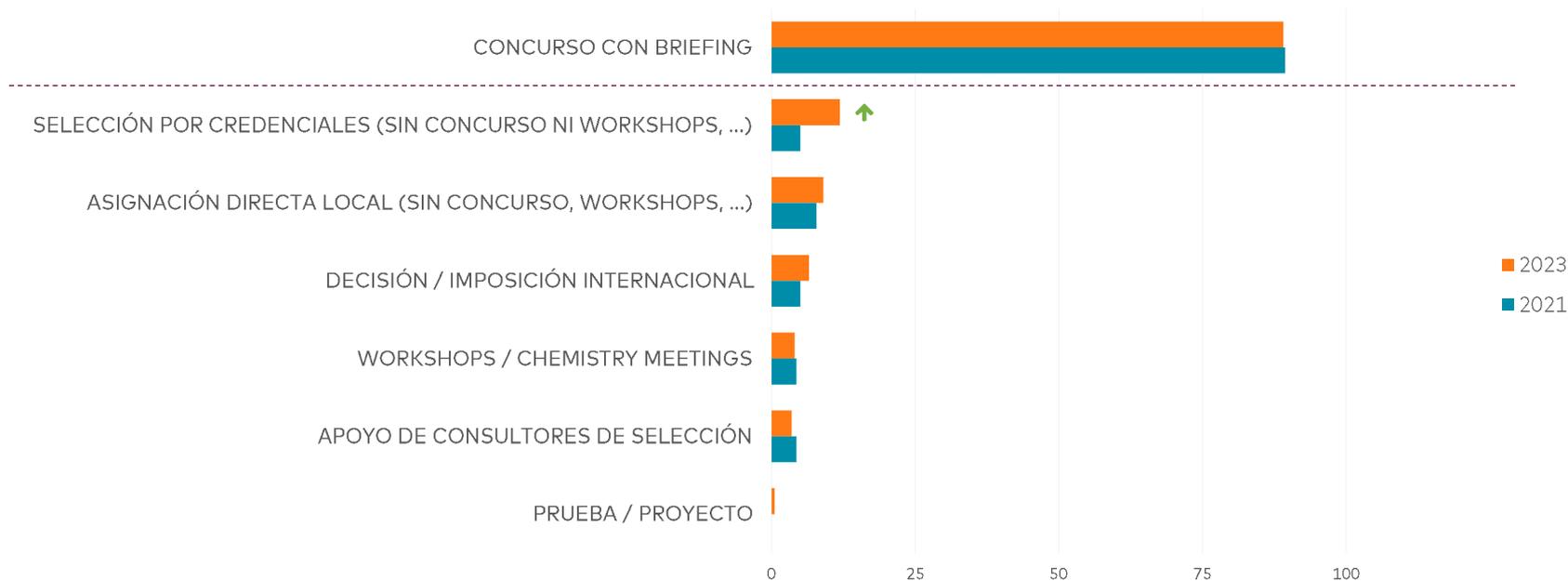
Todas las herramientas y fuentes, que se utilizan para elaborar una lista larga de consultoras en un proceso de selección, crecen significativamente respecto a la pasada Edición.

El trabajo que es capaz de hacer una consultora (sus casos), junto con las relaciones personales (experiencia pasada, recomendación de amigos o el propio conocimiento del equipo) son los factores clave que los profesionales tienen en cuenta para confeccionar una lista larga de consultoras.

ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (141) Y 2023 (202). DATOS EN PORCENTAJES (%). MEDIA DE MENCIONES (2,7 / 4,6).

SISTEMAS DE SELECCIÓN

PARA ELEGIR A UNA NUEVA CONSULTORA DE COMUNICACIÓN

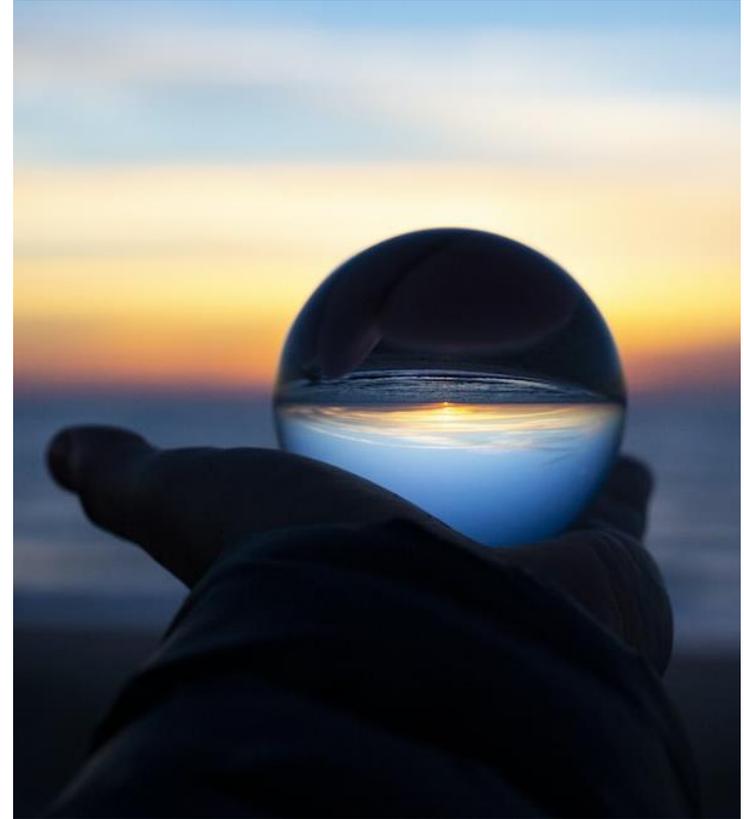


SUGERIDA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (141) Y 2023 (202). DATOS EN PORCENTAJES (%).

CONTENIDOS

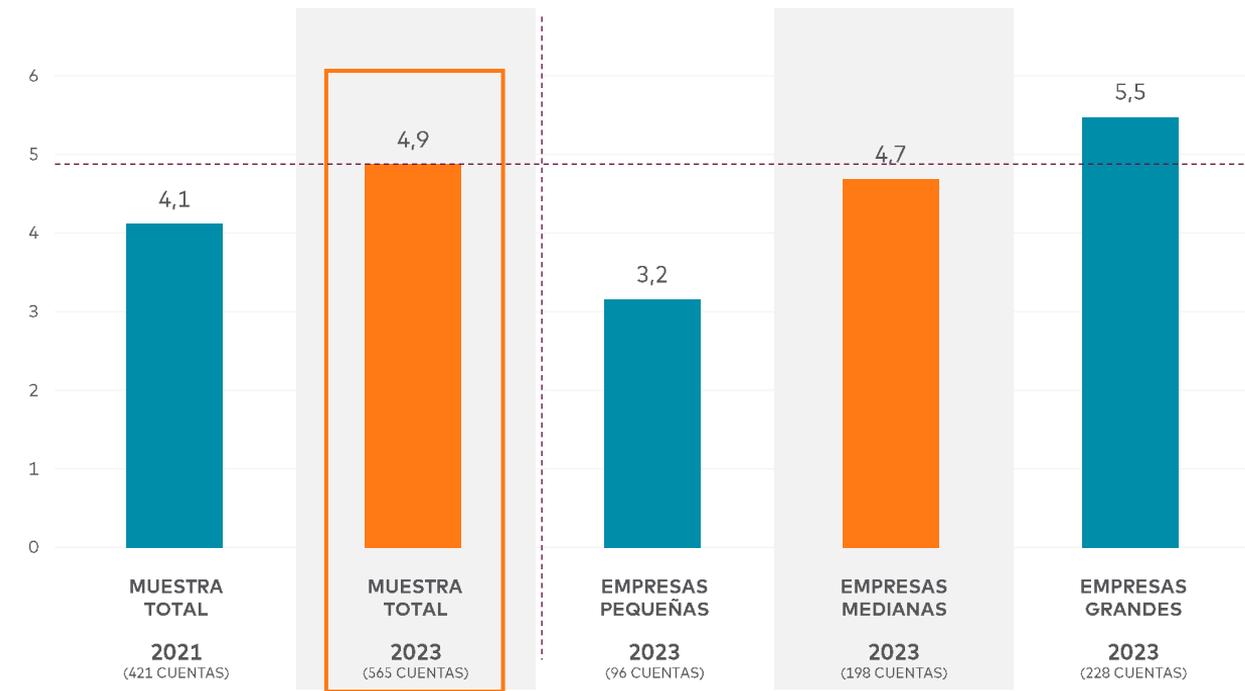
EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN
02. PERFIL DE LA MUESTRA
03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS
04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
06. EL FUTURO DEL SECTOR
07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS
08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
09. CONCLUSIONES



DURACIÓN DE LA RELACIÓN

CON LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN CON LAS QUE TRABAJAN EN LA ACTUALIDAD



ESPONTÁNEA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PROMEDIO DE AÑOS.

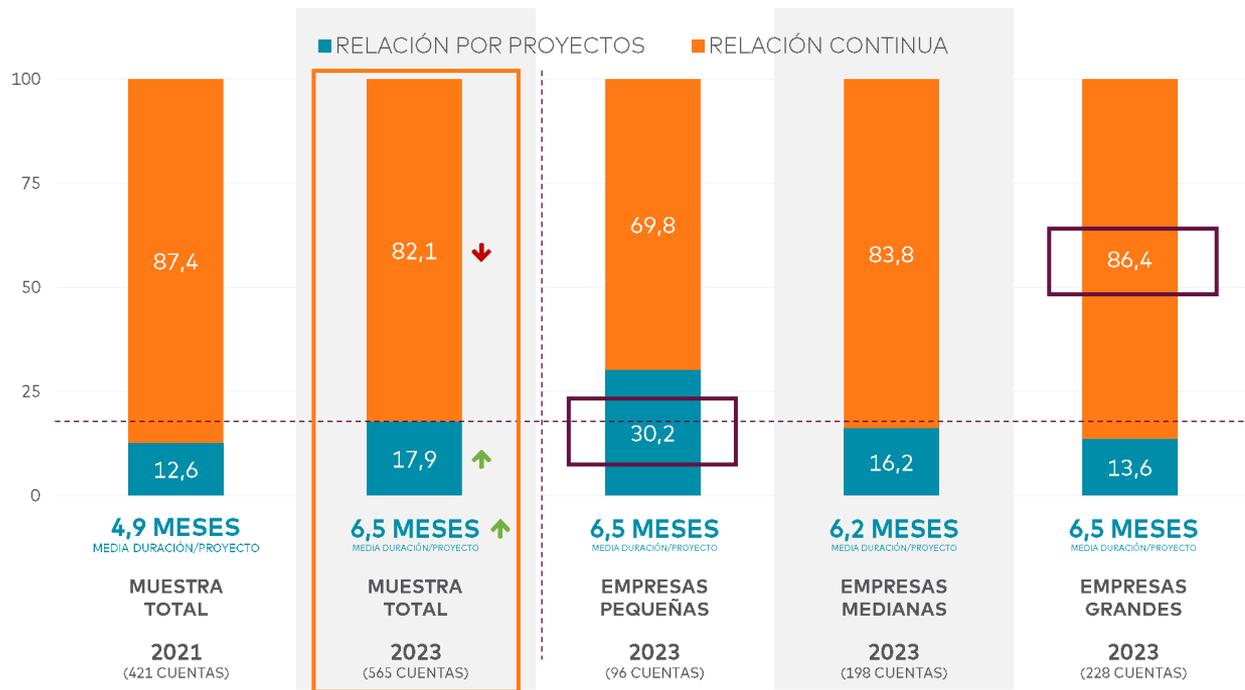
La duración media de la relación cliente-consultora de comunicación es de 4,9 años, cuando en 2021 era de 4,1 años.

Las empresas pequeñas presentan una duración media menor (3,2 años). Mientras que las empresas grandes tienen una duración media mayor, 5,5 años (4,5 años en 2021).

Si observamos datos de otras investigaciones realizadas por SCOPEN, la duración de las relaciones cliente-agentes tienden a hacerse menos duraderas (y por debajo de los 5 años de duración media).

MODELO DE RELACIÓN

CON LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN CON LAS QUE TRABAJAN EN LA ACTUALIDAD



SUGERIDA. CUENTAS ANALIZADAS. DATOS EN PORCENTAJES (%).

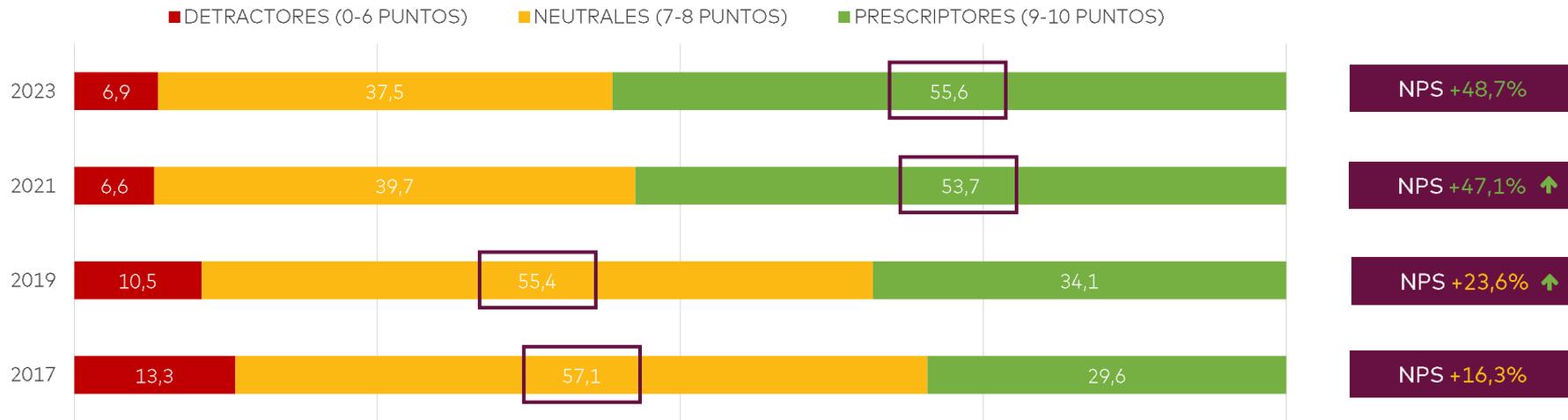
El modelo de relación más habitual es la relación 'Continua' (82,1%). Disminuye en casi 4 pp. respecto a la edición anterior.

Las empresas pequeñas son las que declaran trabajar más por proyectos (30,2%).

Preguntamos a aquellos que tienen un modelo de relación basado en proyectos, cuál es la duración de un 'proyecto-tipo' y, la media, es de 6,5 meses cifra que aumenta con respecto a la Edición anterior (4,9 meses).

NIVEL DE RECOMENDACIÓN

CON LAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN CON LAS QUE TRABAJAN EN LA ACTUALIDAD



El índice de recomendación (NPS) de las Consultoras de Comunicación es más elevado y sigue creciendo (2023= +48,7, 2021= +47,1, 2019=+23,6%, 2017= +16,3). Este aumento se debe a la elevada satisfacción de los clientes con sus consultoras actuales y, como consecuencia, el número de prescriptores sigue aumentando con respecto a ediciones anteriores.

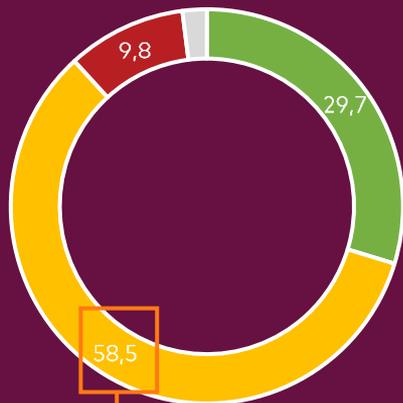
SUGERIDA. CUENTAS CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN ANALIZADAS EN 2017 (338), 2019 (372), 2021 (421) Y 2023 (565). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y NPS.

TENDENCIA DE LA REMUNERACIÓN

A CONSULTORAS ACTUALES

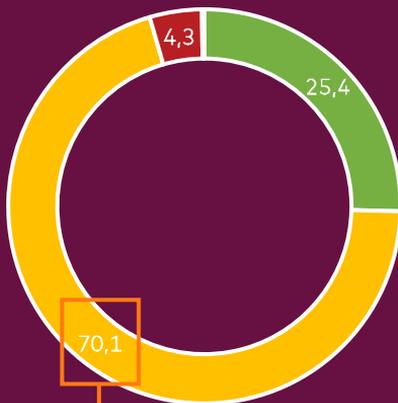
REMUNERACIÓN AÑO 2023

¿HA VARIADO LA REMUNERACIÓN A SUS CONSULTORAS EN 2023 vs 2022?



ESTIMACIÓN AÑO 2024

¿VARIARÁ LA REMUNERACIÓN A SUS CONSULTORAS EN 2024 vs 2023?



+11,6 pp.

- AUMENTO
- ESTABILIDAD
- DISMINUCIÓN
- NS/NC

La mayoría de las empresas que trabajan con consultoras de comunicación (58,5%) ha mantenido la remuneración a sus consultoras de Comunicación en 2023.

En 2023 y 2024 la mayoría de los profesionales de empresas mantendrá estable dicha remuneración a sus consultoras (70,1%).

Disminuye el número de empresas que prevén aumentar esta partida en sus presupuestos (25,4% en 2024 vs. 29,7% en 2023).

SUGERIDAS. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2023 (441). DATOS EN PORCENTAJES (%).

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN

02. PERFIL DE LA MUESTRA

03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS

04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

06. EL FUTURO DEL SECTOR

07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS

08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

09. CONCLUSIONES



EL FUTURO DEL SECTOR

RETOS PARA LAS CONSULTORAS, DECLARADO POR LOS CLIENTES

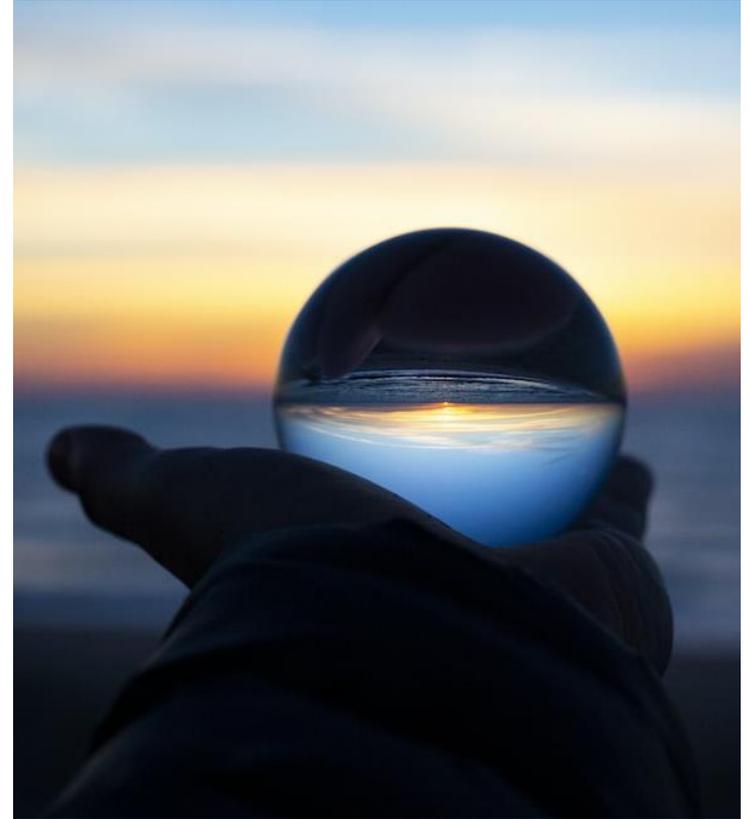


ESPONTÁNEA. PROFESIONALES DE EMPRESAS ENTREVISTADOS EN 2021 (360) Y 2023 (441). DATOS EN PORCENTAJES (%). SE MUESTRAN LOS TOP 10 RETOS MÁS MENCIONADOS EN 2023.

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN
02. PERFIL DE LA MUESTRA
03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS
04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
06. EL FUTURO DEL SECTOR
07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS
08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
09. CONCLUSIONES



RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN

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



MARÍA LUISA MARTÍNEZ
CAIXABANK

#1



EVA PAVO
CORREOS

#2



ANAÍS PÉREZ FIGUERAS
GOOGLE

#3



CRISTINA ISIDORO
HUAWEI

#3



JOSÉ LUIS ARRANZ
HP

#5



LAURA DE BENITO
XIAOMI

#5



BELÉN RODRÍGUEZ
REALME

#7



FEDERICO SEGARRA
DAMM

#7



JORDI GARCÍA TABERNERO
NATURGY

#7



MARÍA ALBEROLA
URW

#7



PILAR HERMIDA
DÍA

#7

ESPONTÁNEA. TOTAL PROFESIONALES ENTREVISTADOS EN 2023 (283), DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#), (POSICIONES #1 A #7).

PROFESIONALES DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

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



JAVIER CURTICHS
TINKLE

#1



PELAYO ALONSO
EDELMAN

#2



CARME MIRÓ
APPLE TREE

#3



ANNA DILOY
TINKLE

#4



SANTIAGO ESTEBAN
NEWLINK

#4



SILVIA ALSINA
ROMAN

#4



LUCÍA CARBALLEDA
EDELMAN

#7



ANA ZUMALACARREGUI
PROBABLY WRONG

#8



MARIO PARADINAS
BCW

#8



DANIEL UREÑA
NTID

#10



JOSÉ ANTONIO LLORENTE
LLYC

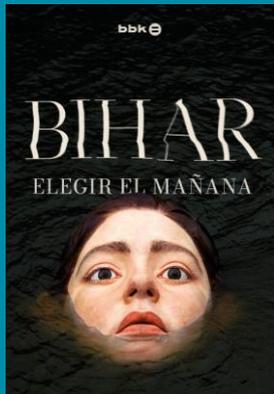
#10

ESPONTÁNEA. TOTAL PROFESIONALES ENTREVISTADOS EN 2023 (395). DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#). (POSICIONES #1 A #10).

CASOS DE COMUNICACIÓN

DESTACADOS EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS

bbk 



BIHAR, ELEGIR EL MAÑANA

#1

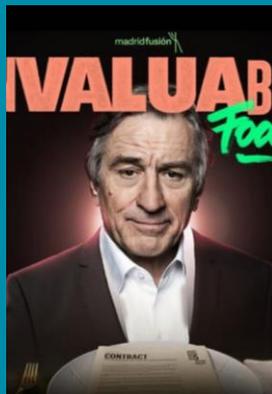
Cruzcampo



CON MUCHO ACENTO

#2

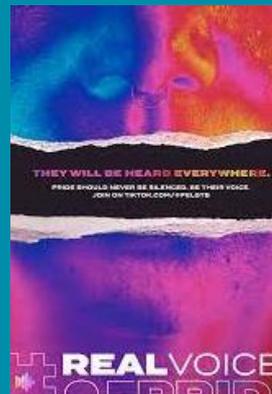
madridfusión
#alimentosdespaña



INVALUABLE FOOD

#3

 FELGTB
Federación Estatal de Lesbianas,
Gais, Trans y Bisexuales



#REALVOICESOFPRIDE

#4

VICIO™



VICIO, LAS BURGERS FAVORITAS DE GOICO

#4

ESPONTÁNEA. TOTAL ENTREVISTADOS EN 2021 (202), DATOS EN MENCIONES Y RANKING (#), (POSICIONES #1-#4).

PR
SCOPE

-25-

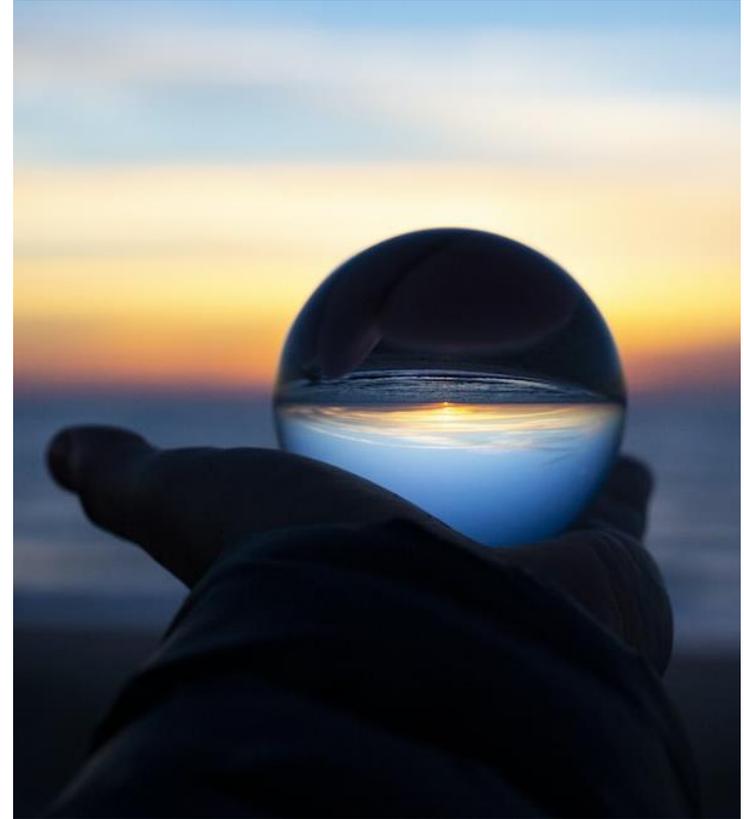
ESPAÑA 2023/24

SCOPEN

CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN
02. PERFIL DE LA MUESTRA
03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS
04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
06. EL FUTURO DEL SECTOR
07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS
- 08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN**
09. CONCLUSIONES



RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

DESTACADAS EN EL PR SCOPE 2023/24

CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO

(consultoras más mencionadas en 'top of mind')



EJEMPLARIDAD

(consultoras que se aproximan al 'ideal' de consultora)



ATRACCIÓN

(consultoras incluidas en una lista corta de tres)



RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN

DESTACADAS EN EL PR SCOPE 2023/24

PERCEPCIÓN DEL MERCADO

(teniendo en cuenta 8 atributos clave y las valoraciones del total de Responsables de Comunicación)



VALORACIÓN DE LOS CLIENTES

(teniendo en cuenta 8 atributos clave y las valoraciones de los clientes de cada Consultora)



OPINIÓN DE LA COMPETENCIA

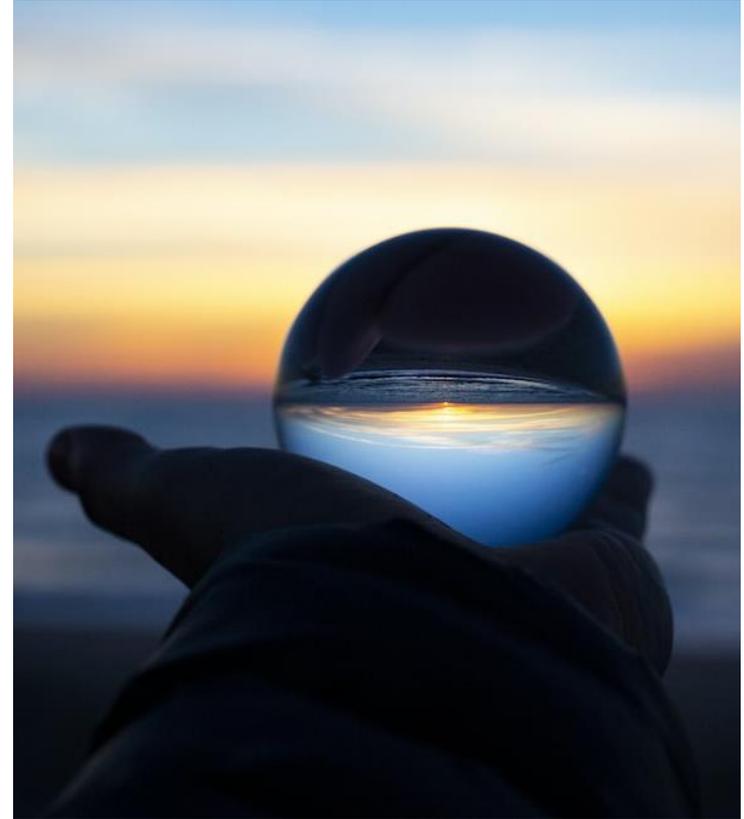
(teniendo en cuenta 8 atributos clave y las valoraciones de los profesionales que trabajan en la competencia)



CONTENIDOS

EL ESTUDIO QUE REVELA LAS NECESIDADES EN
COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS

01. INTRODUCCIÓN
02. PERFIL DE LA MUESTRA
03. ESTRUCTURA DE LAS COMPAÑÍAS
04. SELECCIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
05. RELACIONES CLIENTE-CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
06. EL FUTURO DEL SECTOR
07. PROFESIONALES Y CASOS DESTACADOS
08. RANKINGS DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN
09. CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

1.

En un contexto en el que la facturación sigue creciendo post COVID, el presupuesto destinado a Relaciones Públicas, ha descendido en 2023. El reto es conseguir demostrar capacidades en el ámbito Creativo, Digital, Social Media, etc. para optar a presupuestos y fees más elevados, que suelen estar integrados en los departamentos de Marketing y Publicidad.

2.

Aunque el modelo de colaboración se dirige hacia las 'consultoras especializadas' debido, en parte, a la importancia de Digital, se sigue deseando en mayor medida un modelo de 'consultora integrada', económicamente más sostenible y que permite mayor facilidad de gestión en el trabajo del día a día, con menos interlocutores, y más agilidad.

3.

A la hora de seleccionar a una consultora, el trabajo (casos) cobran una mayor importancia que en el pasado (es tendencia global, si tenemos en cuenta otros estudios de SCOPEN), pero también son más importantes la 'Experiencia, conocimiento personal', la 'Recomendación de amigos' y otros múltiples factores, que crecen significativamente respecto al pasado.

4.

Observamos como la 'recomendación de amigos y compañeros' sigue siendo muy importante para seleccionar a una consultora. En nuestro estudio, medimos dicho nivel de recomendación a partir del indicador NPS, y dicho nivel NPS ha ido aumentado desde 2017, consecuencia del elevado nivel de servicio existente y que ofrecen las Consultoras de Comunicación.

5.

Los retos a los que se enfrentan las consultoras son cada vez mayores (declarados por sus clientes). Se refieren al entorno Digital, la adaptación a los nuevos tiempos y reforzar capacidades en el ámbito creativo-innovación. Un dato positivo es que uno de los retos que más crece es 'crear una relación de partnership', alentador para las agencias viniendo de sus clientes.

¡Gracias!

Para más información contactar con:

María José Ramiro (Communications Director) – mjramiro@scopen.com

Héctor Abanades (Research Manager) – habanades@scopen.com

Óscar López (Research Director) – olopez@scopen.com

César Vacchiano (Presidente & CEO) – 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 slightly irregular, hand-drawn appearance with small gaps at the corners.

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