

A large, stylized blue number '30' is the central focus. The '3' is composed of two thick, rounded strokes, and the '0' is a single, thick, rounded stroke. To the right of the '30' is the text 'adc'' in a bold, black, sans-serif font. The apostrophe is a small blue dot.

30 adc'

ANIVERSARIO
1991/ 2021

Presentación la nueva ADECEC **Octubre 2021**

adecec'

Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación

30 **adecec'**

ANIVERSARIO
1991/2021

Cumplimos 30 años

Manteniendo nuestro propósito de **defender los intereses del sector de la consultoría en comunicación y relaciones públicas** en su conjunto, poniendo en valor la indiscutible labor que desarrollamos en materia de **responsabilidad, transparencia e innovación** en la comunicación de empresas e instituciones.

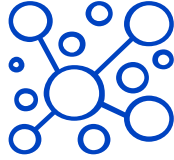


Objetivos estratégicos



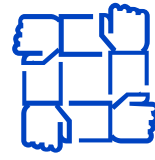
Posicionamiento y Relevancia

- Nuevos partners y socios
- Nuevo storytelling y cambio de nombre
- 30º aniversario
- ICCO



Insights

- Estudio con SCOPEN
- Investigación sobre el futuro del teletrabajo
- Diálogo con otras asociaciones



Desarrollo profesional

- Modelo participativo con grupos de trabajo
- Plan de formación para nuestros socios
- Acuerdos con universidades



Defensa de los intereses

- Nueva ley de Propiedad Intelectual
- Guía de buenas prácticas
- Registro de propuestas
- Otros agentes

adecec'

Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación

UNA IDENTIDAD COMPLEJA

¿Qué significa ADECEC?

Demasiadas siglas, un nombre demasiado complejo que no nos lleva directamente a nuestra actividad.

Trabajamos en un sector en el que el corporativismo está a la orden del día. Colaboramos y formamos parte de un ecosistema de asociaciones, entidades, etc. con imágenes más actuales. Necesitábamos llegar con un mensaje sencillo y real.



UNA NUEVA ADECEC

Pero queremos adaptarnos a la realidad de nuestro mercado y presentar una nueva Asociación **más plural, abierta y adaptada** a las necesidades de los profesionales y las consultoras. Eso nos tenía que llevar a cambios en cómo transmitimos quiénes somos.

adc'

ASOCIACIÓN DE
CONSULTORAS DE
COMUNICACIÓN

adcedario'

Asesorar en materia legal a los profesionales de la comunicación que requieran de estos servicios. *ASESORÍA LEGAL*

Buscar la representación de todo el sector con pluralidad y transparencia, sin importar el tamaño de sus agencias. *REPRESENTACIÓN*

Combatir las situaciones de regulación desfavorable en el sector. *ASESORÍA LEGAL*

Defender los intereses del sector y poner en valor al consultor ante instituciones, Administraciones Públicas, organismos reguladores, y la sociedad en general. *REPRESENTACIÓN*

Encontrar el trabajo indicado para aquellos profesionales que buscan un puesto en el sector. *BOLSA DE EMPLEO*

Formar a los profesionales de la comunicación en áreas especializadas y tendencias digitales. *FORMACIÓN*

Guiar la relación de los miembros con asociaciones del mundo del marketing, del entorno empresarial, y del ámbito académico. *REPRESENTACIÓN*

Habilitar un registro propio donde se proteja la propiedad intelectual y el valor creativo de las consultoras asociadas ante terceros. *REGISTRO*

Investigar y analizar el sector y sus tendencias. *INVESTIGACIÓN*

Juntar la forma de trabajar de las empresas con la realidad de la profesión para establecer estándares éticos y velar por la divulgación de las mejores prácticas de cara al mercado. *ÉTICA*

¿QUÉ OFRECEMOS A LOS PROFESIONALES?

- La adc integra a empresas consultoras del ámbito de la comunicación de diferentes especialidades y dimensiones y, por ello, debe ser el **referente de los profesionales** en cuanto a **mejores prácticas, ética profesional y modelos de relación y colaboración**.
- Con el fin de promover la **excelencia en el sector**, adc facilita a los profesionales de la empresas asociadas **formación y foros de reflexión** sobre las tendencias en las diferentes especialidades de la comunicación, con especial foco en la **digitalización** como medio para ser más ágiles, inclusivos, sostenibles y colaborativos.
- La asociación es **punto de encuentro de empresas asociadas y profesionales, con el fin de que el mejor talento pueda incorporarse a las compañías** que forman parte de adc. En este sentido la adc trabaja para ser referencia para los jóvenes que desean encaminar su carrera profesional a la comunicación dando visibilidad a los diferentes perfiles que trabajan en las consultoras.
- Como parte de su compromiso con un sector en el que las prácticas sean cada vez más **éticas y transparentes**, la adc dará **asesoramiento legal** a los profesionales que lo requieran en el desempeño de su trabajo.

¿QUÉ OFRECEMOS A LAS CONSULTORAS ASOCIADAS Y NO ASOCIADAS?

- La adc tiene una clara vocación de **representar y velar** por los intereses de **todas** las agencias asociadas. Para ello desde la asociación se promueve **un entorno de colaboración** entre todos los miembros, sin importar las características propias de cada una, de manera que todas se sientan parte activa y se refleje la pluralidad del sector.
- La asociación trabaja para ser un **prescriptor relevante del sector** de las consultoras de relaciones públicas y comunicación, y como tal, representar e integrar a la pluralidad de empresas que hoy en día existen en el mercado.
- La asociación trabaja por el **beneficio común** identificando temas clave que mejoren y apoyen al sector. En este sentido, toda actuación llevada a cabo por la asociación tendrá como fin primordial; proteger el sector y ponerlo en valor ante todas las audiencias clave.
- Desde la adc se trabaja por **facilitar y fomentar las relaciones** entre la asociación y otras organizaciones de diferentes ámbitos que ayuden a posicionar el sector en otros entornos empresariales. Buscar alianzas con terceros aportará credibilidad y notoriedad a la asociación.
- Desde la asociación nos comprometemos a trabajar por el cumplimiento de los procedimientos adecuados y éticos que sumen en favor de las buenas prácticas.

¿Y A NUESTROS SOCIOS?

- La adc trabaja firmemente en la **erradicación de cualquier mala práctica** o competencia desleal, defendiendo la profesionalidad en la disciplina y unos estándares de calidad necesarios para la actividad.
- La asociación trabaja para ser **fuentes de consulta** para todas las personas que trabajen en el sector, convertirse en la referencia para todos los trabajadores de las agencias asociadas donde puedan encontrar información, formación y las últimas tendencias del sector.

¿A OTRAS ASOCIACIONES

- La adc trabaja para convertirse en la **voz del sector**, en la referencia ante todas las audiencias, y debe ser quién represente y estreche lazos con otras organizaciones que sumen en favor de la disciplina.
- Somos una asociación **sólida que representa a la mayoría** de consultoras en España y con su objetivo claro de trabajar por el sector.
- Asimismo, la adc debe presentarse y **compartir espacios** con otras organizaciones que den visibilidad a la labor de la asociación, aportando beneficios para la notoriedad del sector.

¿Y A LOS MEDIOS?

- adc renace con la finalidad de **defender** los intereses del sector de la comunicación y las relaciones públicas en su conjunto, poniendo en valor la indiscutible labor de agencias y consultoras en materia de responsabilidad, transparencia e innovación en la comunicación de empresas e instituciones con los medios de comunicación, siendo garante del sistema democrático.
- adc es la entidad con **mayor conocimiento de la comunicación**, su realidad, tendencias e impacto en la sociedad, ya que representa al 80% de las consultoras más relevantes de nuestro país, que, a su vez, de ayudar a generar un alto porcentaje de los contenidos publicados en los medios de comunicación.

¿Y A LAS INSTITUCIONES?

- La adc es el organismo que representa a la **mayoría** de las principales consultoras de comunicación y relaciones públicas de nuestro país y ayuda a la generación de gran parte de los **contenidos** de los medios de comunicación.
- Entre sus principales objetivos están velar por una legislación justa y ética en materia de comunicación y propiedad intelectual y poner en valor la aportación de las consultoras a la economía, generación de empleo y fomento de la información ante la Administración y la sociedad en general.

Presentación ADECEC **Octubre 2021**

Ruegos y preguntas

adc'
ASOCIACIÓN DE
CONSULTORAS DE
COMUNICACIÓN

Primera Edición

'Estudio sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas'

Presentación de Resultados

Octubre 2021

En colaboración con: **adc'**
ASOCIACIÓN DE
CONSULTORAS DE
COMUNICACIÓN

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- Antecedentes y Objetivos
- Metodología
- Perfil de la Muestra
- Departamentos de las Consultoras
- Disciplinas de Comunicación Llevadas a Cabo
- Número de Empleados

2. RESULTADOS DEL AÑO 2020

- Facturación Bruta
- Reparto de la Facturación por Ciudad y Disciplinas
- Gastos e Inversiones
- Contratación de Personal (Incorporaciones y de Terceros)
- Impacto de la Pandemia COVID-19

3. ESTIMACIÓN PARA EL AÑO 2021

- Estimación de Facturación
- Evolución del Negocio del Sector

4. PRINCIPALES CONCLUSIONES

SCOPEN



Introducción

Antecedentes y Objetivos

ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación) ha puesto en marcha la realización de un estudio de mercado para analizar el valor, en términos económicos, que tanto las consultoras de comunicación como las agencias de RR.PP., tienen en el mercado actual.

La investigación ha sido llevada a cabo por **SCOPEN** (empresa con más de 30 años de experiencia en el sector del marketing, comunicación y publicidad) durante el primer trimestre del año 2021.

El **principal objetivo** de la investigación es **conocer el valor de las consultoras de comunicación y agencias de RR.PP. en España**, en términos de niveles de inversión, variación del número de contrataciones y gastos derivados a cierre del año 2020.

Adicionalmente, el estudio tiene en cuenta una serie de **indicadores clave (consensuados con ADECEC)** a la hora de analizar el sector de la Comunicación y RR.PP., en nuestro país.

Dichos indicadores, se pueden resumir en los siguientes aspectos:

1. Disciplinas llevadas a cabo
2. Volumen de facturación
3. Contratación de personal
4. Gastos e inversiones
5. Previsión de crecimiento

Finalmente, se pretende analizar cómo la pandemia **COVID-19** ha afectado al Sector durante 2020, en **términos de impacto en la facturación.**

Introducción

Metodología

*Entrevistamos a
49 consultoras de
comunicación
entre los meses
de febrero y abril
de 2021*

UNIVERSO Y MUESTRA

Consultoras de Comunicación y Agencias de RR.PP.
49 entrevistas.



SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se utilizó tanto la Base de Datos de Asociados de ADECEC
Como la Base de Datos de Profesionales, propiedad de SCOPEN.



RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Cuestionario online autoadministrado. 10' de duración media.
La información de facturación recogida se completó con datos del
Registro Mercantil. Se extrapolaron datos al total del sector (181 consultoras)



FECHAS DE TRABAJO DE CAMPO

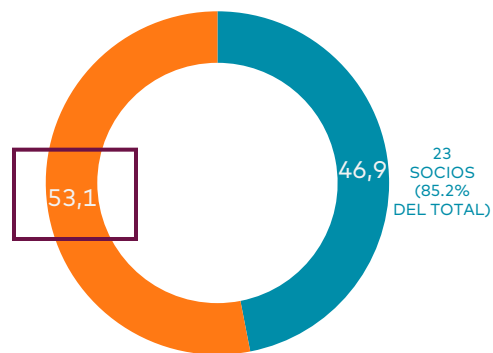
Febrero-Abril 2021.



Introducción

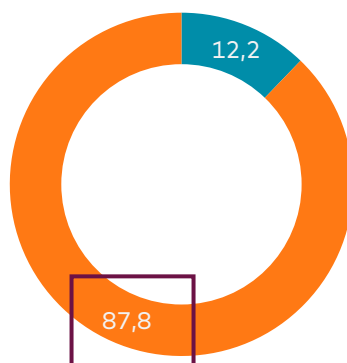
Perfil de la Muestra

¿EMPRESA ASOCIADA A ADECEC?



■ SÍ ■ NO

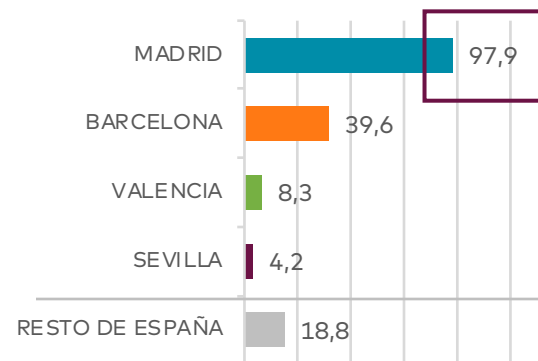
TIPO DE EMPRESA



■ PERTENECIENTE A GRUPO ■ INDEPENDIENTE

UBICACIÓN DE OFICINAS

(1.6 OFICINAS, DE MEDIA, POR CONSULTORA)

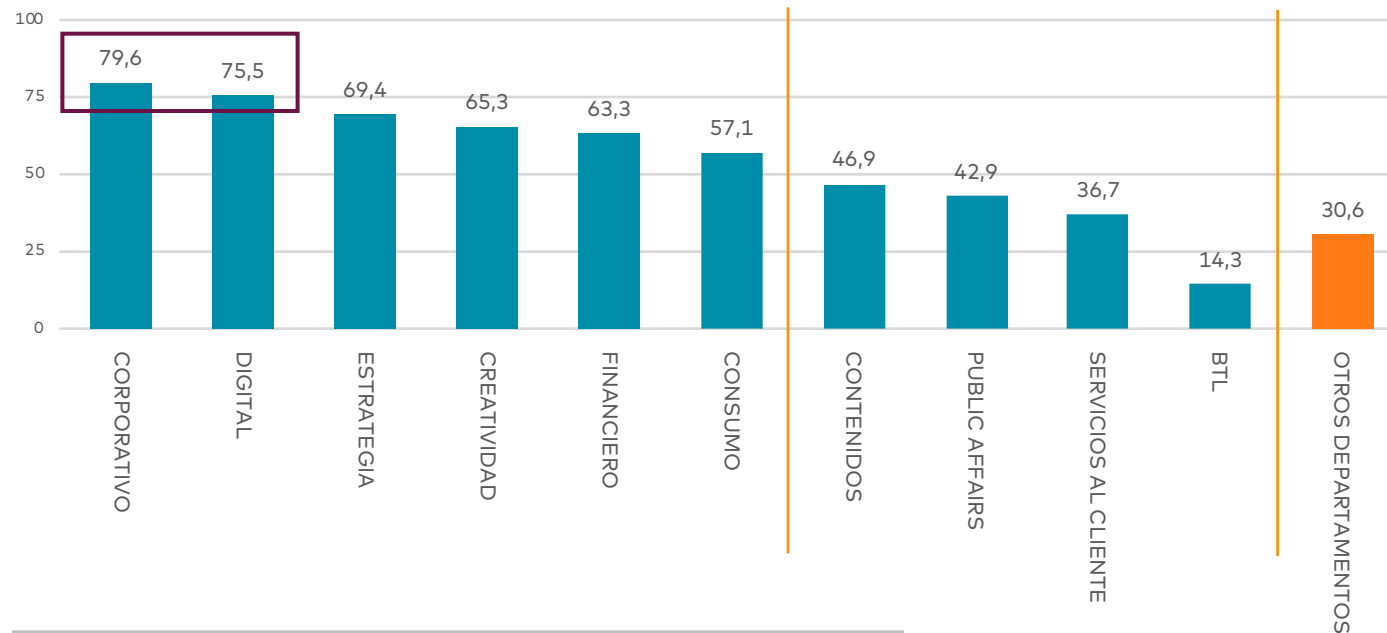


BASE: TOTAL CONSULTORAS PARTICIPANTES (49). DATOS EN PORCENTAJES (%).

Introducción

Departamentos de las Consultoras

PREGUNTA: ¿QUÉ DEPARTAMENTOS TIENE SU CONSULTORA?



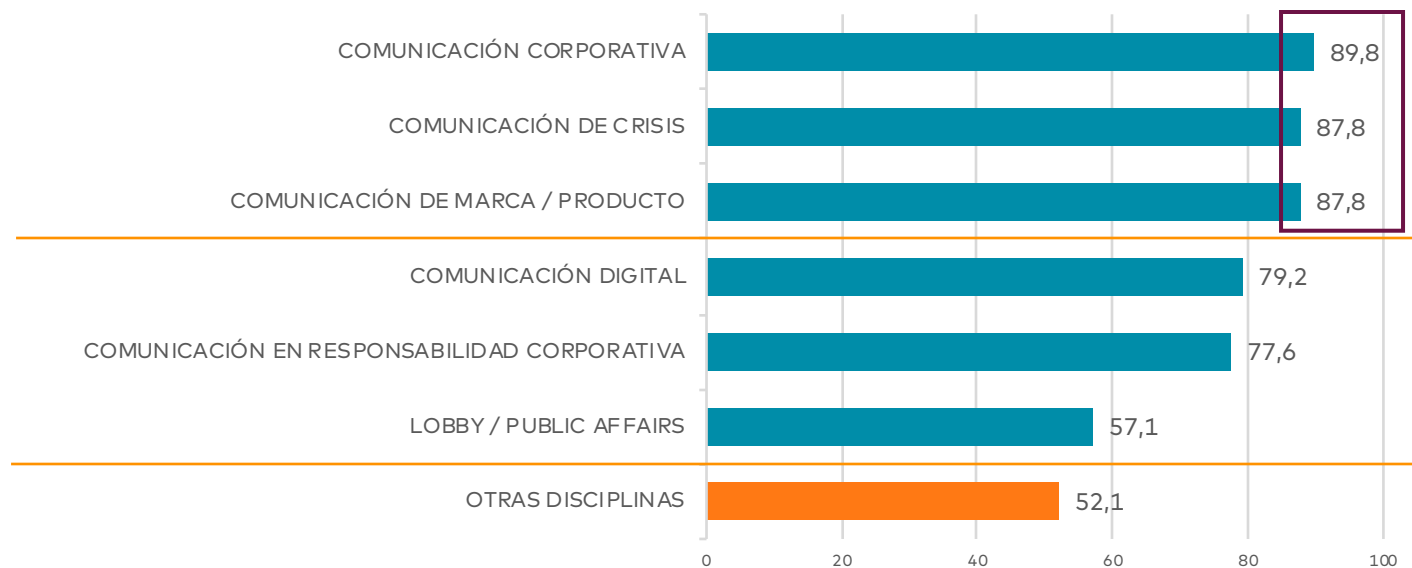
BASE: TOTAL CONSULTORAS PARTICIPANTES (49). DATOS EN PORCENTAJES (%). 5.8 MENCIONES DE MEDIA

Una Consultora tipo cuenta con casi 6 departamentos distintos. Los departamentos 'Corporativo' y 'Digital' son los más comunes entre las consultoras analizadas.

Introducción

Principales Disciplinas de Comunicación Llevadas a Cabo

PREGUNTA: ¿QUÉ DISCIPLINAS DE COMUNICACIÓN OFRECE SU EMPRESA, PRINCIPALMENTE?



BASE: TOTAL CONSULTORAS PARTICIPANTES (49). DATOS EN PORCENTAJES (%). 5.3 MENCIONES DE MEDIA.



Las consultoras participantes ofrecen, por término medio, soluciones en hasta 5 disciplinas de Comunicación. 'Comunicación Corporativa', 'Comunicación de Crisis' y 'Comunicación de Marca / Producto', son las tres disciplinas más destacadas.

Introducción

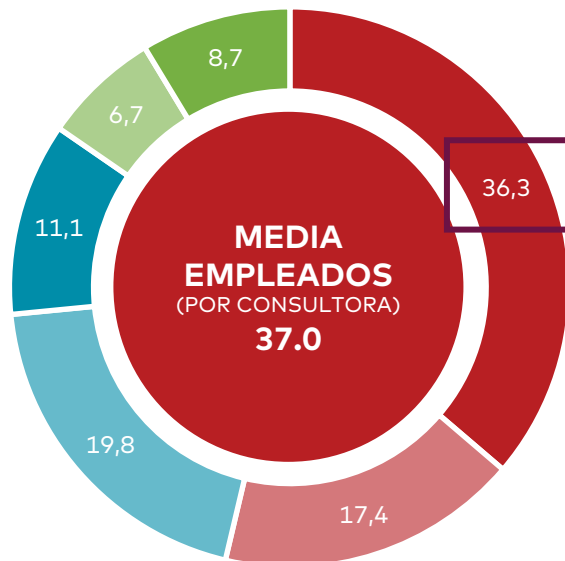
Número de Empleados (POR DEPARTAMENTOS)

PREGUNTA: INDIQUE EL NÚMERO DE EMPLEADOS DE SU COMPAÑÍA Y EL DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECEN



BASE: TOTAL CONSULTORAS PARTICIPANTES (49). DATOS EN NÚMERO Y MEDIA DE EMPLEADOS POR DEPARTAMENTO.

37 profesionales trabajan, por término medio, en una Consultora de Comunicación. 'Consumo' y 'Corporativo' son las áreas con mayor número de profesionales trabajando en las consultoras.

Introducción**Número de Empleados** (REPARTO POR TAMAÑO DE CONSULTORA)PREGUNTA: INDIQUE EL NÚMERO DE EMPLEADOS DE SU COMPAÑÍA

MUESTRA REAL: 49 CONSULTORAS

MUESTRA REAL+ EXTRAPOLADA: 181 CONSULTORAS

BASE (MUESTRA REAL: 49 + MUESTRA EXTRAPOLADA: 132): **181 CONSULTORAS**. DATOS EN PORCENTAJES (%) Y NÚMERO DE EMPLEADOS.

SCOPEN

VOLUMEN EMPLEADOS

MUY GRANDE (MAS DE 6 MILLONES DE EUROS)	1,220
GRANDE (3-6 MILLONES EUROS)	435
MEDIANA-GRANDE (1.5-3.0 MILLONES DE EUROS)	1,432
MEDIANA-PEQUEÑA (1.0-1.5 MILLONES DE EUROS)	337
PEQUEÑA (0.5-1.0 MILLONES DE EUROS)	630
MUY PEQUEÑA (HASTA 500.000 EUROS)	1,239
TOTAL ESPAÑA	5.293

El volumen de número de empleados del Sector de las Consultoras de Comunicación asciende a casi 5.300 puestos de trabajo.

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- Antecedentes y Objetivos
- Metodología
- Perfil de la Muestra
- Departamentos de las Consultoras
- Disciplinas de Comunicación Llevadas a Cabo
- Número de Empleados

2. RESULTADOS DEL AÑO 2020

- Facturación Bruta
- Reparto de la Facturación por Ciudad y Disciplinas
- Gastos e Inversiones
- Contratación de Personal (Incorporaciones y de Terceros)
- Impacto de la Pandemia COVID-19

3. ESTIMACIÓN PARA EL AÑO 2021

- Estimación de Facturación
- Evolución del Negocio del Sector

4. PRINCIPALES CONCLUSIONES

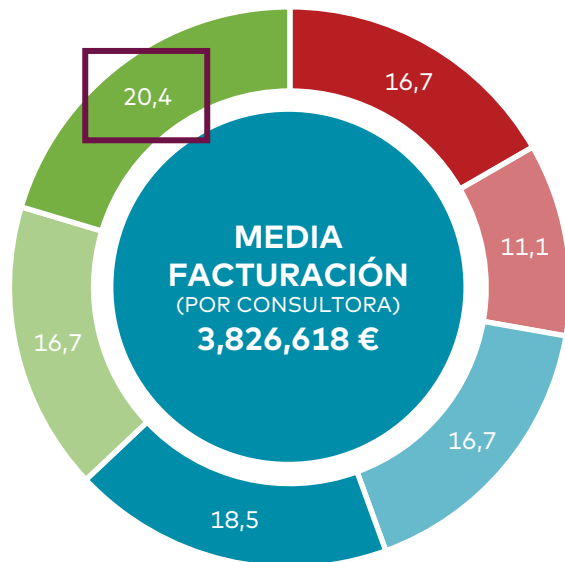


1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Facturación Bruta (REPARTO POR TAMAÑO DE CONSULTORA DE COMUNICACIÓN)

PREGUNTA: ¿CUÁL FUE LA FACTURACIÓN BRUTA DE SU EMPRESA EN 2020?



MUESTRA REAL: 54 CONSULTORAS

MUESTRA REAL+ EXTRAPOLADA: 181 CONSULTORAS

BASE (MUESTRA REAL: 54 + MUESTRA EXTRAPOLADA: 127): 181 CONSULTORAS. DATOS EN PORCENTAJES (%) Y EUROS (€).

SCOPEN

VOLUMEN FACTURACIÓN

MUY GRANDE (MAS DE 6 MILLONES DE EUROS)	144,932,196 €
GRANDE (3-6 MILLONES EUROS)	54,147,853 €
MEDIANA-GRANDE (1.5-3.0 MILLONES DE EUROS)	79,375,174 €
MEDIANA-PEQUEÑA (1.0-1.5 MILLONES DE EUROS)	19,926,932 €
PEQUEÑA (0.5-1.0 MILLONES DE EUROS)	28,055,000 €
MUY PEQUEÑA (HASTA 500.000 EUROS)	19,483,300 €
TOTAL ESPAÑA	345,920,456 €

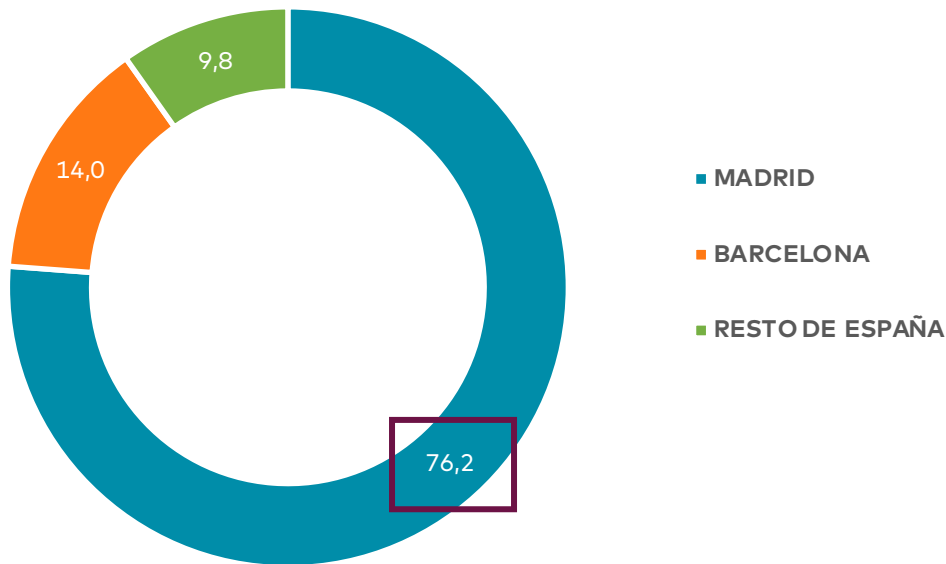
El volumen de facturación de las consultoras de comunicación en 2020 se situó en torno a los 346 millones de euros.

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Facturación Bruta (REPARTO POR CIUDAD)

PREGUNTA: DEL TOTAL DE FACTURACIÓN INDIQUE EL PORCENTAJE (%) QUE PROVINO DE CADA CIUDAD



El desglose de facturación por ciudad está relacionado con la muestra obtenida. Siendo Madrid la región que más facturación aportó al total España durante 2020 (76%).

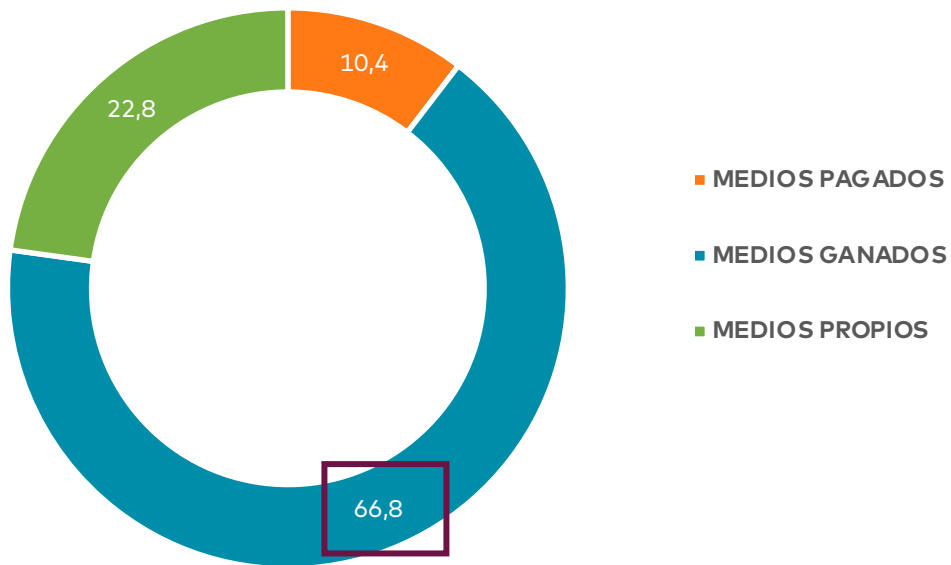
BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (37). DATOS EN PORCENTAJES (%).

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Facturación Bruta (REPARTO POR DISCIPLINAS DE COMUNICACIÓN)

PREGUNTA: DEL TOTAL DE SU FACTURACIÓN DE 2020, ¿CÓMO LA DIVIDIRÍA ENTRE MEDIOS PAGADOS-PROPIOS-GANADOS?



BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (32). DATOS EN PORCENTAJES (%).

SCOPEN

MEDIOS GANADOS representan casi 7 de cada 10 euros de los que factura una Consultora de Comunicación en España.

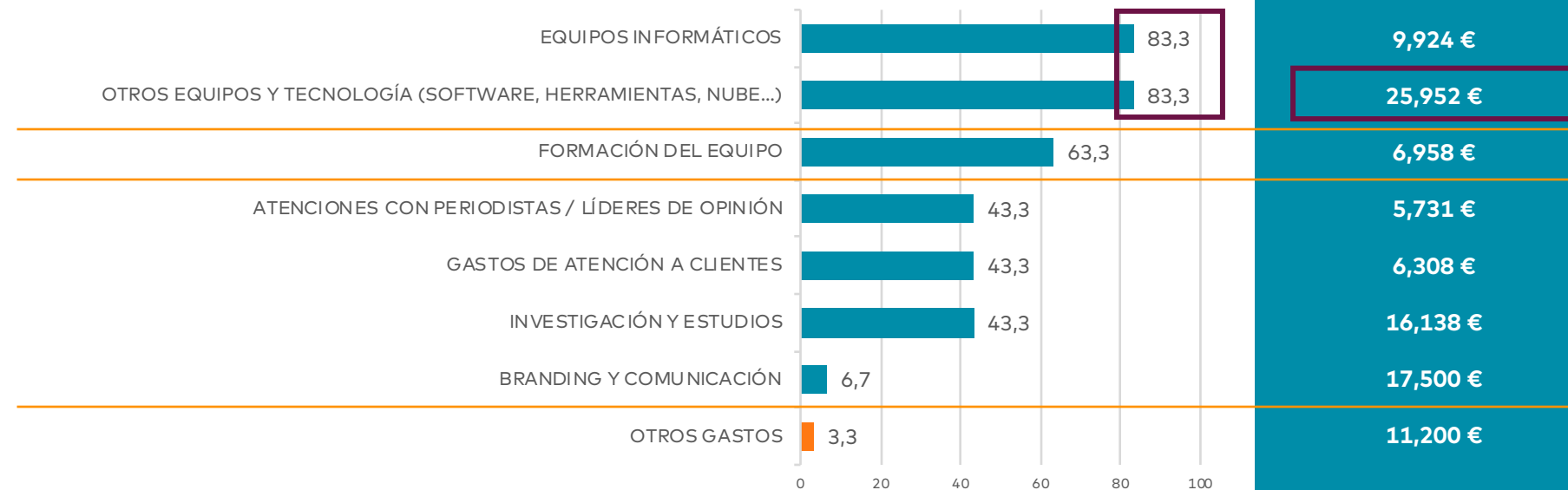
adc
ASOCIACIÓN DE
CONSULTORAS DE
COMUNICACIÓN

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Gastos e Inversiones

PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LOS GASTOS E INVERSIONES MÁS IMPORTANTES QUE HA REALIZADO DURANTE 2020?



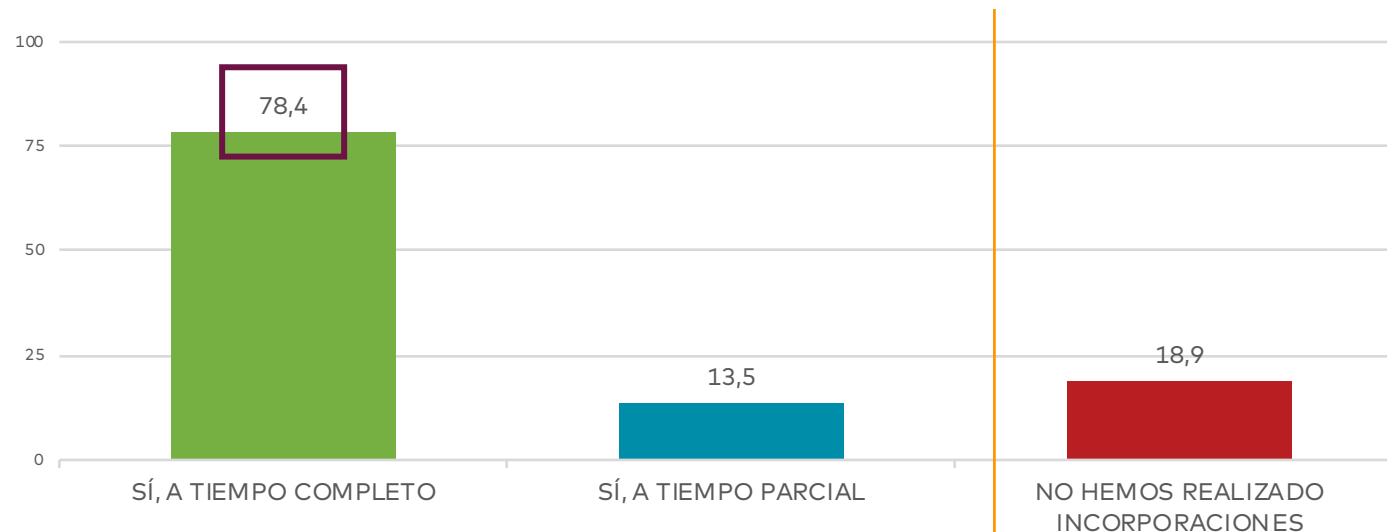
BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (30). DATOS EN PORCENTAJES (%) Y MEDIA (EN EUROS). 3.7 'GASTOS E INVERSIONES' MENCIONADOS DE MEDIA.

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Contratación de Personal (NUEVOS PROFESIONALES)

PREGUNTA: ¿HA INCORPORADO NUEVOS PROFESIONALES A SU EMPRESA EN 2020?



Durante 2020, La mayoría de las consultoras han declarado que se han producido nuevas incorporaciones, la mayor parte de las mismas 'a tiempo completo' (78.4%).

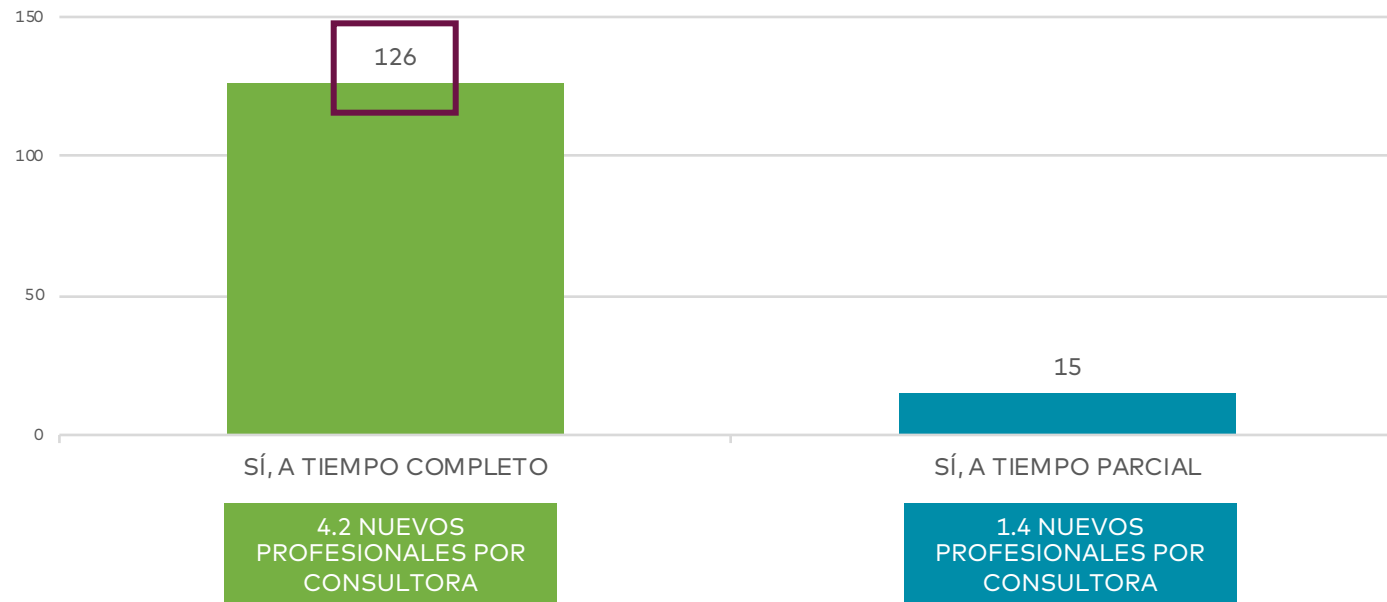
BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (38). DATOS EN (%).

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Contratación de Personal (NUEVOS PROFESIONALES)

PREGUNTA: ¿CUÁNTOS PROFESIONALES HA CONTRATADO?



BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (38). DATOS EN NÚMERO Y MEDIA DE PROFESIONALES.

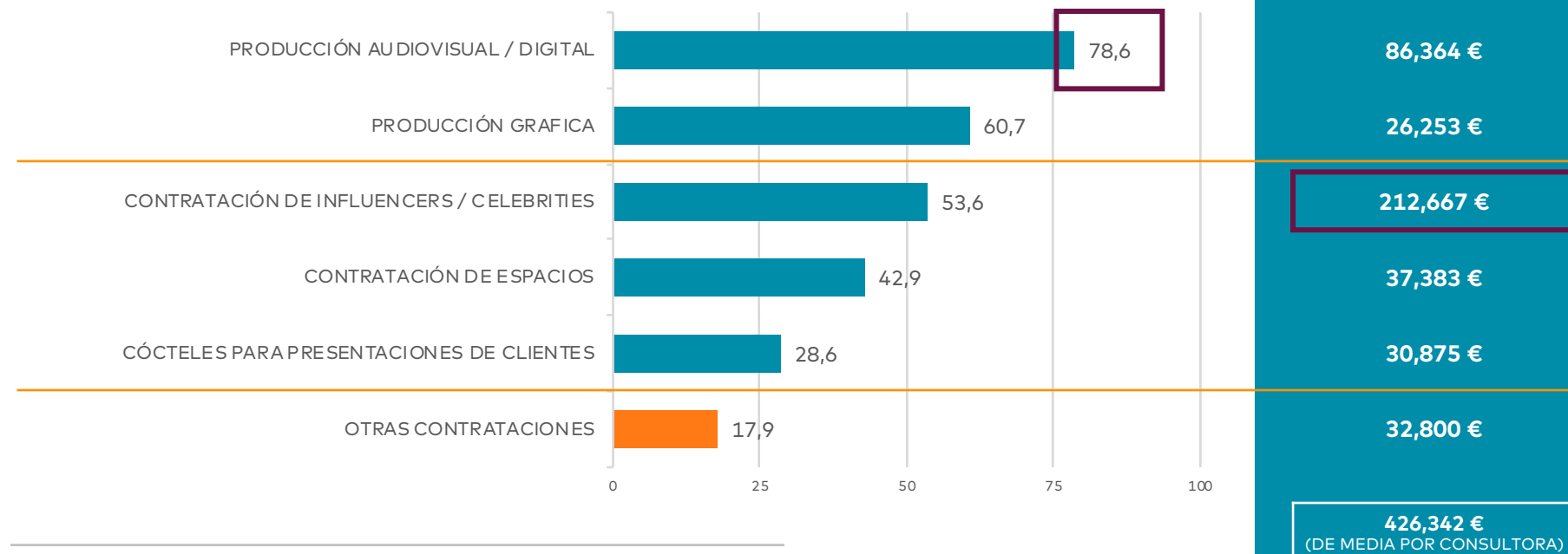
*En total
141 profesionales
se han incorporado
a las empresas
analizadas en 2020.*

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Contratación de Personal (CONTRATACIONES DE TERCEROS)

PREGUNTA: Y EN CUANTO A LAS CONTRATACIONES DE TERCEROS, ¿PUEDE INDICAR LAS QUE HA REALIZADO DURANTE 2020?



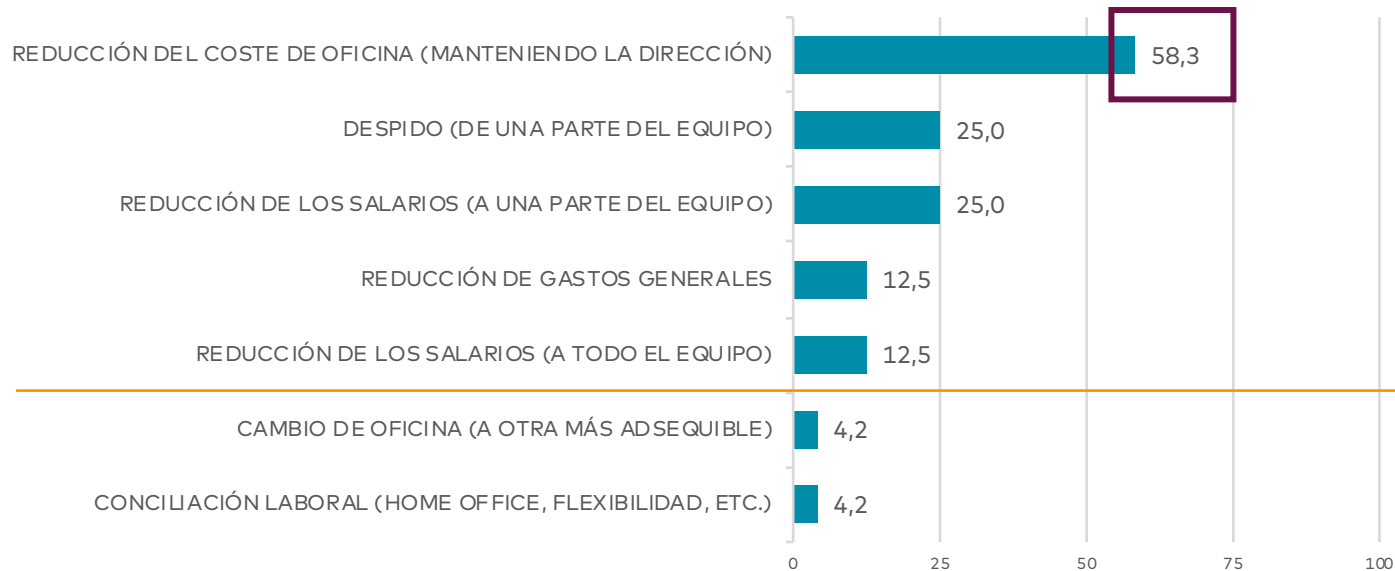
BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (28). DATOS EN (%). 2.8 MENCIONES DE MEDIA.

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Resultados del Año 2020

Impacto de la Pandemia COVID-19

PREGUNTA: A RAÍZ DE LA PADEMIA COVID-19 ¿HA TOMADO ALGUNA DE LAS SIGUIENTES DECISIONES?



BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (24). DATOS EN (%). 1.3 MENCIONES DE MEDIA.

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- Antecedentes y Objetivos
- Metodología
- Perfil de la Muestra
- Departamentos de las Consultoras
- Disciplinas de Comunicación Llevadas a Cabo
- Número de Empleados

2. RESULTADOS DEL AÑO 2020

- Facturación Bruta
- Reparto de la Facturación por Ciudad y Disciplinas
- Gastos e Inversiones
- Contratación de Personal (Incorporaciones y de Terceros)
- Impacto de la Pandemia COVID-19

3. ESTIMACIÓN PARA EL AÑO 2021

- Estimación de Facturación
- Evolución del Negocio del Sector

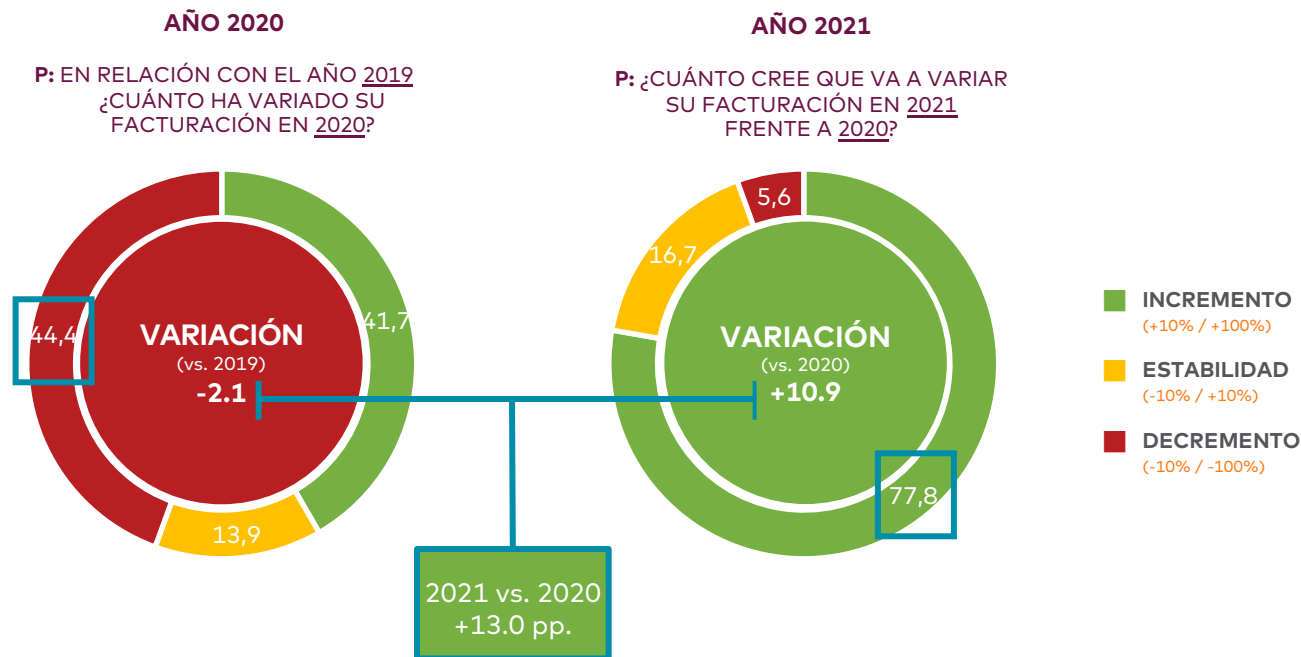
4. PRINCIPALES CONCLUSIONES



1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Estimación para el Año 2021

Tendencia de la Facturación (2021 vs. 2020)



Teniendo en cuenta el contexto COVID-19, en 2020, se produjo una reducción de la facturación relativamente 'leve' (-2.1%). Mientras que para 2021 se espera cierta recuperación de la facturación con un crecimiento estimado del +10.9%.

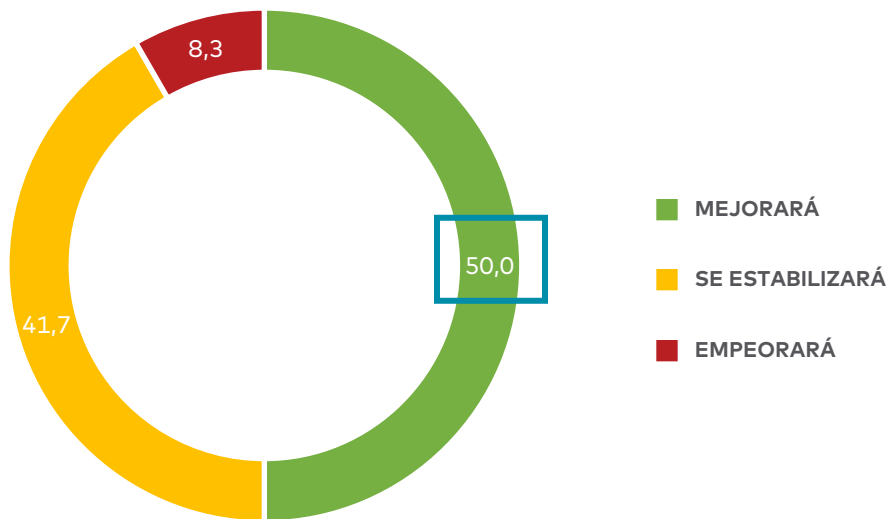
BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (36). DATOS EN PORCENTAJES (%).

1ª Edición: Estudio Sobre el Valor de las Consultoras de Comunicación y Agencias de Relaciones Públicas

Estimación para el Año 2021

Evolución del Negocio del Sector

PREGUNTA: ¿CÓMO CREE QUE VA A EVOLUCIONAR EL NEGOCIO EN EL SECTOR A LO LARGO DE 2021?



Por otro lado, para la mitad de las consultoras entrevistadas 'el negocio mejorará en 2021' (50.0%).

Únicamente, el 8% de la muestra considera que empeorará.

BASE: CONSULTORAS RESPONDEN A LA PREGUNTA (36). DATOS EN PORCENTAJES (%).

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- Antecedentes y Objetivos
- Metodología
- Perfil de la Muestra
- Departamentos de las Consultoras
- Disciplinas de Comunicación Llevadas a Cabo
- Número de Empleados

2. RESULTADOS DEL AÑO 2020

- Facturación Bruta
- Reparto de la Facturación por Ciudad y Disciplinas
- Gastos e Inversiones
- Contratación de Personal (Incorporaciones y de Terceros)
- Impacto de la Pandemia COVID-19

3. ESTIMACIÓN PARA EL AÑO 2021

- Estimación de Facturación
- Evolución del Negocio del Sector

4. PRINCIPALES CONCLUSIONES

SCOPEN



Principales Conclusiones

- Las Consultoras de Comunicación ofrecen a sus clientes, de media, soluciones en hasta 5 disciplinas de comunicación distintas.
- 'Comunicación Corporativa', 'Comunicación de Crisis' y 'Comunicación de Marca / Producto', son las más destacadas.
- Por término medio, hasta 37 profesionales trabajan en una Consultora de Comunicación.
- 'Consumo' y 'Corporativo' son las áreas con mayor número de profesionales trabajando en las consultoras.
- Cada Consultora, de media, facturó casi 4 millones de euros durante 2020.
- El volumen de facturación estimado de las consultoras de comunicación en 2020 se situó en torno a los 346 millones de euros.
- Madrid es la ciudad que más facturación genera, seguida de Barcelona y Resto de España.
- Medios Ganados representa casi 7 de cada 10 euros facturados por una Consulta de Comunicación en España en 2020.
- La mayor parte de las consultoras declaran que se han producido nuevas incorporaciones, la mayoría de dichas incorporaciones fueron 'a tiempo completo'.
- Finalmente, 9 de cada 10 consultoras entrevistadas declaran que el negocio del Sector se mantendrá o incluso mejorará durante 2021.

¡Gracias!

Para más información contactar con:



Ludi García
Presidenta

Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC)
ludi.garcia@adecec.com



César Vacchiano
President & CEO

SCOPEN
cvacchiano@scopen.com