



ADECEC

SIGMADOS

LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ESPAÑA

Radiografía de un sector

2008

1

EMPRESAS CON FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN:

- A. Perfil de las empresas con función de comunicación
- B. Relación empresas & consultoras de comunicación
- C. El futuro de la comunicación y las RR.PP.

2

CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN:

- A. Datos sobre las Consultoras de Comunicación
- B. Los Profesionales
- C. La Organización
- D. Los Clientes
- E. El futuro de la Comunicación y las RR.PP.

1

EMPRESAS CON FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN:

- A. Perfil de las empresas con función de comunicación
- B. Relación empresas & consultoras de comunicación
- C. El futuro de la comunicación y las RR.PP.

2

CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN:

- A. Datos sobre las Consultoras de Comunicación
- B. Los Profesionales
- C. La Organización
- D. Los Clientes
- E. El futuro de la Comunicación y las RR.PP.

FICHA TÉCNICA



E
M
P
R
E
S
A
S

- **Universo:** 516 mayores empresas con función de comunicación y RR.PP.
- **Muestra:** 102 entrevistas telefónicas al responsable de la función de comunicación.
- **Selección:** A partir del listado facilitado por ADECEC
- **Cuestionario:** Estructurado
- **Fecha del trabajo de campo:** 7-14 de abril (2008)
- **Realización:** Sigma Dos

A. PERFIL DE LAS EMPRESAS

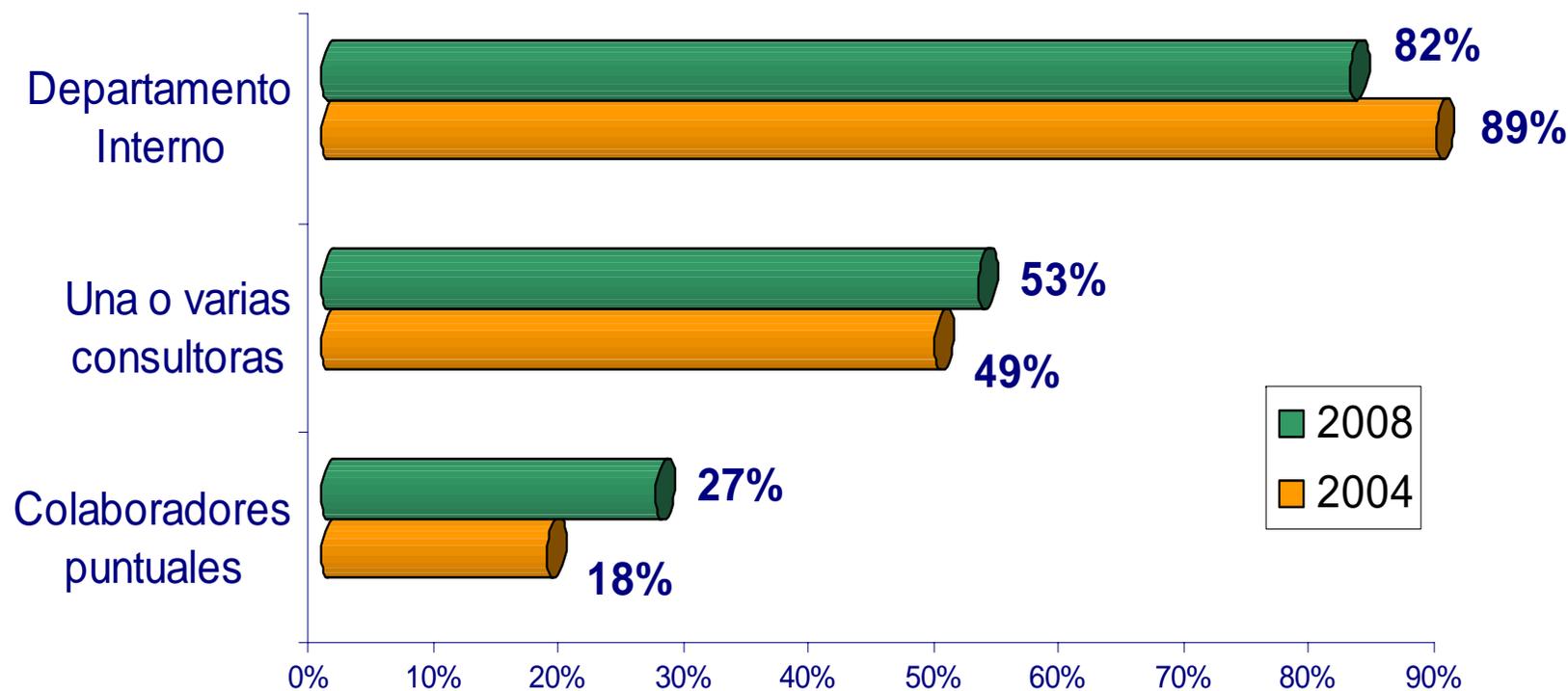
PRESUPUESTO

- Las empresas destinan sólo un **12% de promedio del presupuesto de marketing a comunicación en 2008**, frente a un 20% en 2004.
- La media de inversión en comunicación ha disminuido un **15%**:
 - ✓ **2007: 361.667 €**
 - ✓ **2003: 427.200 €**
- El **55%** de las empresas mantendrá el mismo presupuesto en comunicación en 2008.
- El **28%** lo aumentará y el **17%** lo disminuirá.

A. PERFIL DE LAS EMPRESAS

EMPRESAS

CON QUIÉN DESARROLLA LA LABOR DE COMUNICACIÓN



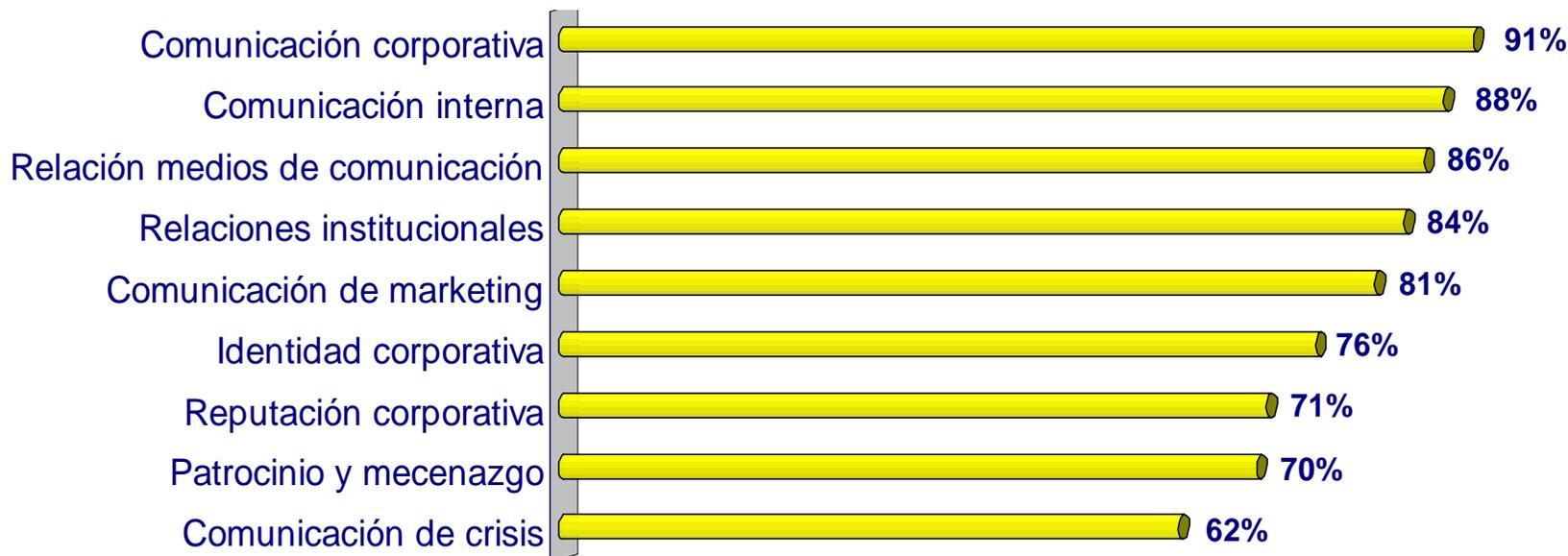
A. PERFIL DE LAS EMPRESAS



EMPRESAS

DISCIPLINAS DE COMUNICACIÓN

- La **comunicación corporativa** es la disciplina más realizada por las empresas (91%).



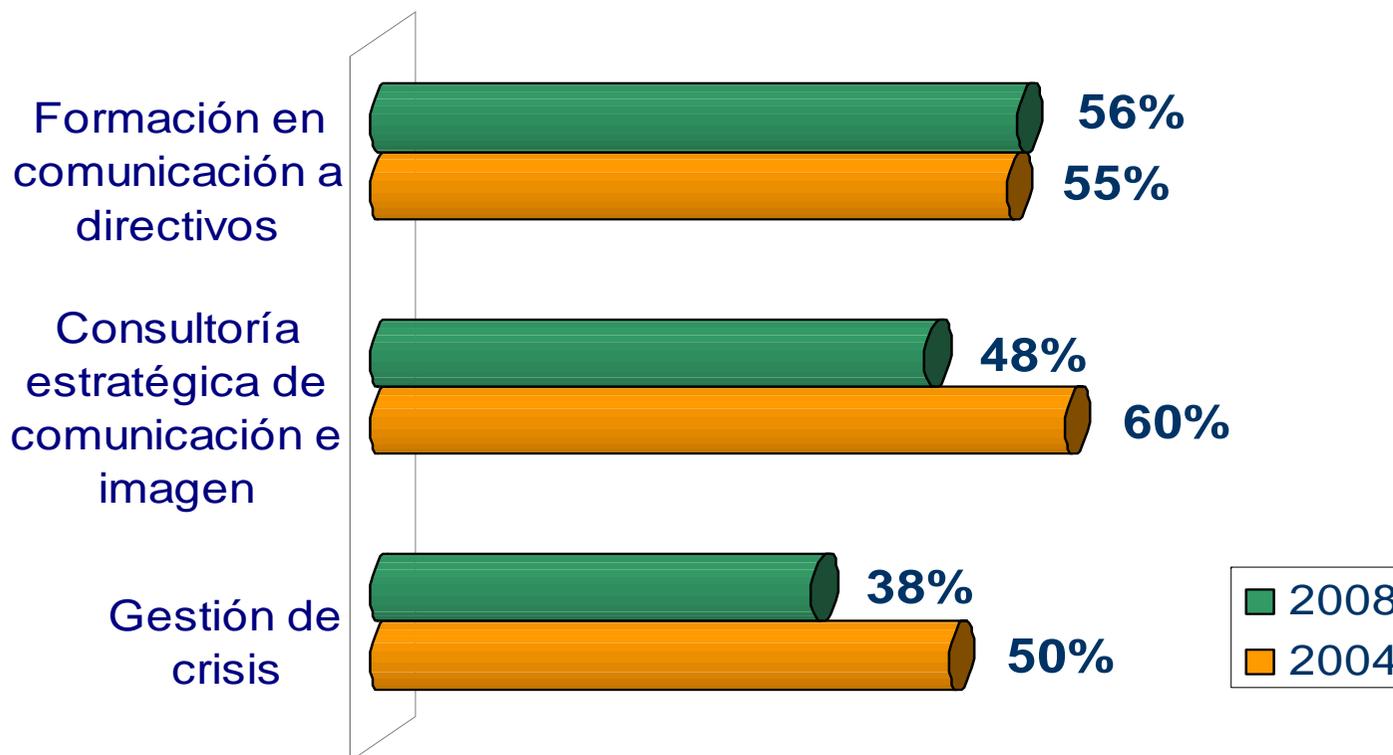
A. PERFIL DE LAS EMPRESAS



EMPRESAS

FUNCIONES DE COMUNICACIÓN REALIZADAS

- La actividad más desarrollada en las empresas es la formación a directivos.



A. PERFIL DE LAS EMPRESAS



EMPRESAS

SERVICIOS REALIZADOS POR LAS EMPRESAS

- La **ejecución de eventos** y el **gabinete de prensa** son las actividades que más se llevan a cabo.



A. PERFIL DE LAS EMPRESAS

E
M
P
R
E
S
A
S

ACTIVIDADES MÁS DELEGADAS A CONSULTORAS

32% ➡

AUDITORÍAS DE
COMUNICACIÓN E IMAGEN

31% ➡

DISEÑO PÁGINAS WEB
DISEÑO GRÁFICO
EMPLAZAMIENTO EN FERIAS

A. PERFIL DE LAS EMPRESAS



EMPRESAS

OBJETIVOS PARA LOS PLANES DE COMUNICACIÓN

- La mejora de la reputación corporativa, la fidelidad de los clientes y el conocimiento de marca, lo más buscado.



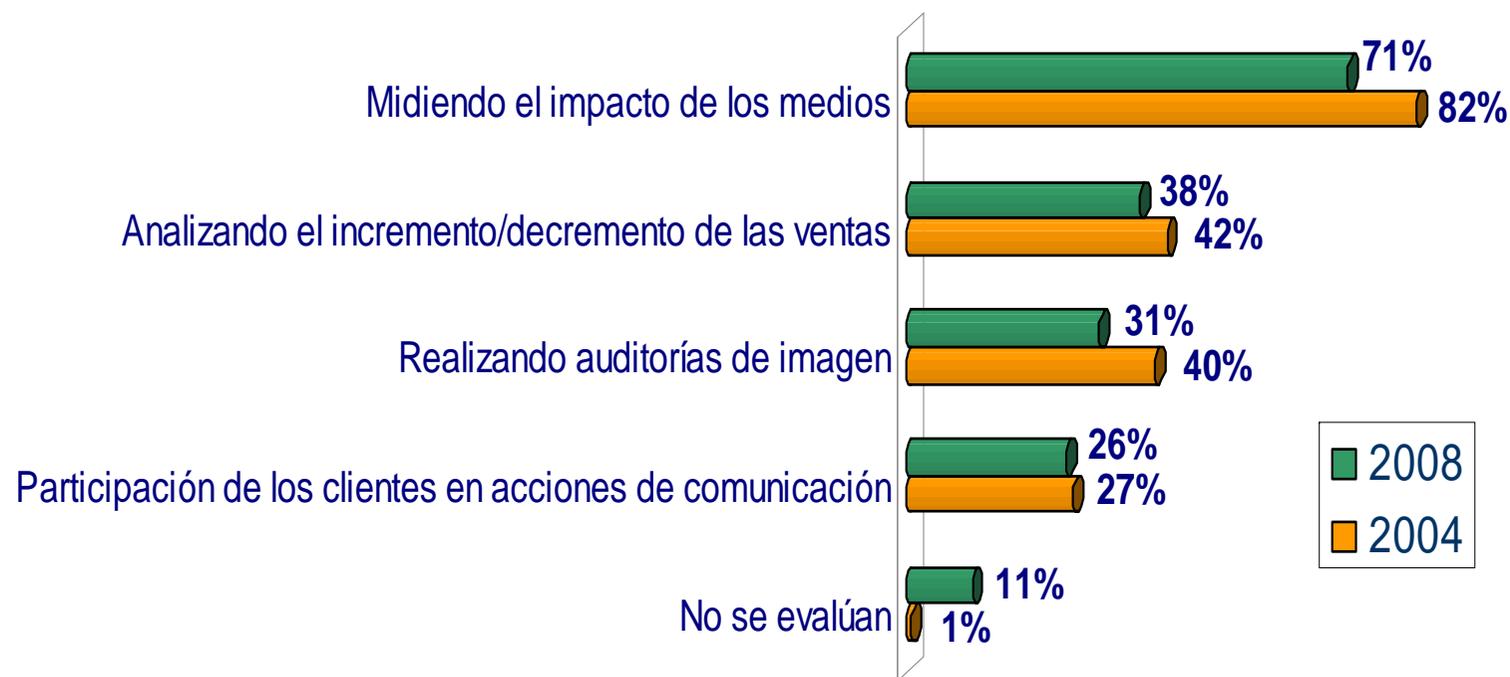
A. PERFIL DE LAS EMPRESAS



EMPRESAS

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS

- Aumenta el porcentaje de empresas que no evalúan los resultados (2008: 11%; 2004: 1%).



B. RELACIÓN EMPRESAS & CONSULTORAS



E
M
P
R
E
S
A
S

PERFIL DE LA RELACIÓN EMPRESA-CONSULTORA

- Más de la mitad de los encuestados trabaja con **más de una consultora** al mismo tiempo.
- El 72% de las empresas contratan a consultoras **especializadas** en áreas concretas.
- No existen preferencias en cuanto a la participación de **capital español o multinacional** a la hora de escoger consultora (88%).
- Se mantiene respecto a 2004.

B. RELACIÓN EMPRESAS & CONSULTORAS



EMPRESAS

PERFIL DE LA RELACIÓN EMPRESA-CONSULTORA

- Criterios más valorados a la hora de elegir consultora:



B. RELACIÓN EMPRESAS & CONSULTORAS



E
M
P
R
E
S
A
S

PERFIL DE LA RELACIÓN EMPRESA-CONSULTORA

- La mayoría de las empresas seleccionan a las consultoras por **concurso** (54%) o por **contratación directa** (40%).
- Suele ser el departamento de **Comunicación / Relaciones Públicas** el encargado de contratar a la consultora (54%).
- Para llegar a un acuerdo entre ambas partes se suele firmar un **contrato formal** (76%).
- El **contacto** entre empresa y agencia suele ser **diario** (43%) o una vez a la semana (19%).

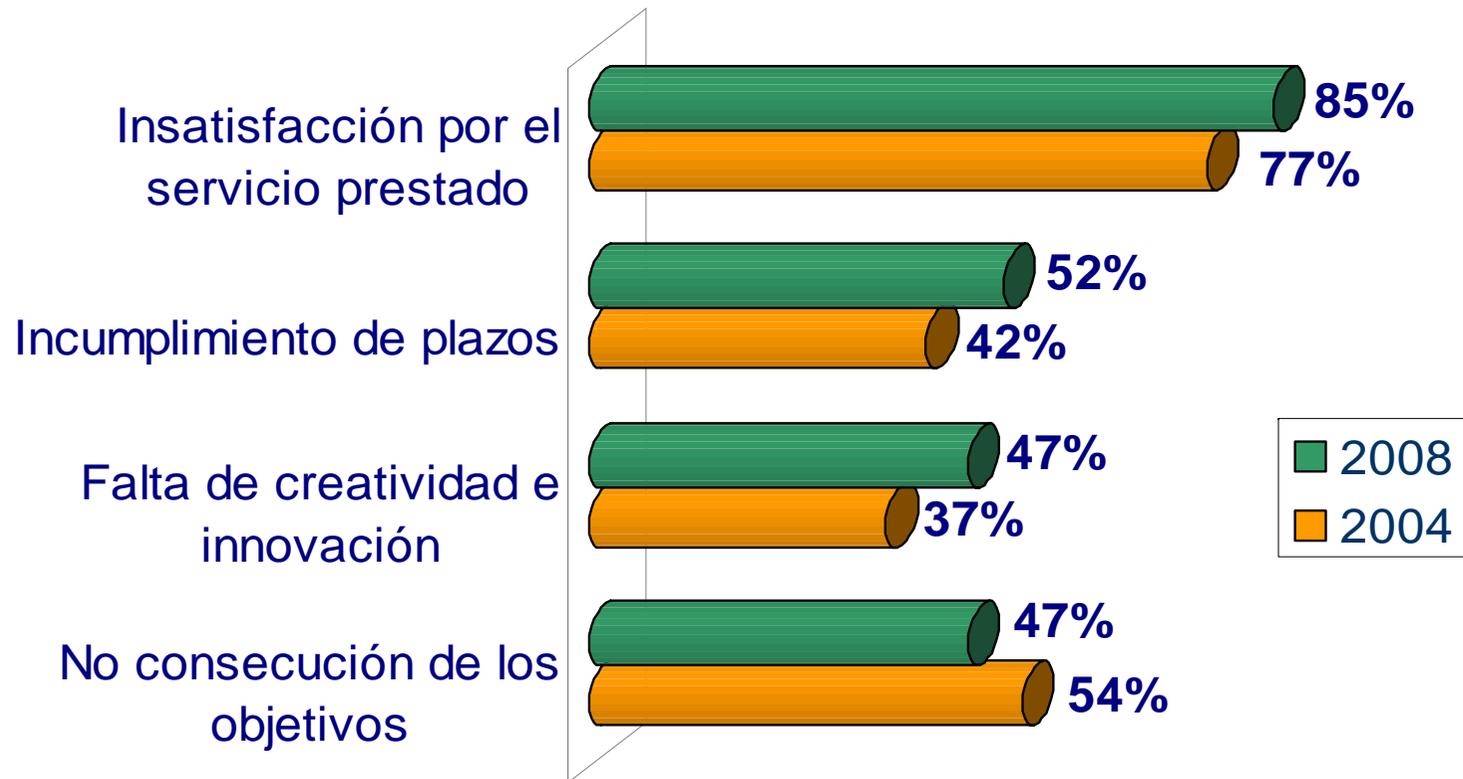
B. RELACIÓN EMPRESAS & CONSULTORAS



EMPRESAS

PERFIL DE LA RELACIÓN EMPRESA-CONSULTORA

- Motivos para **cambiar** de agencia:

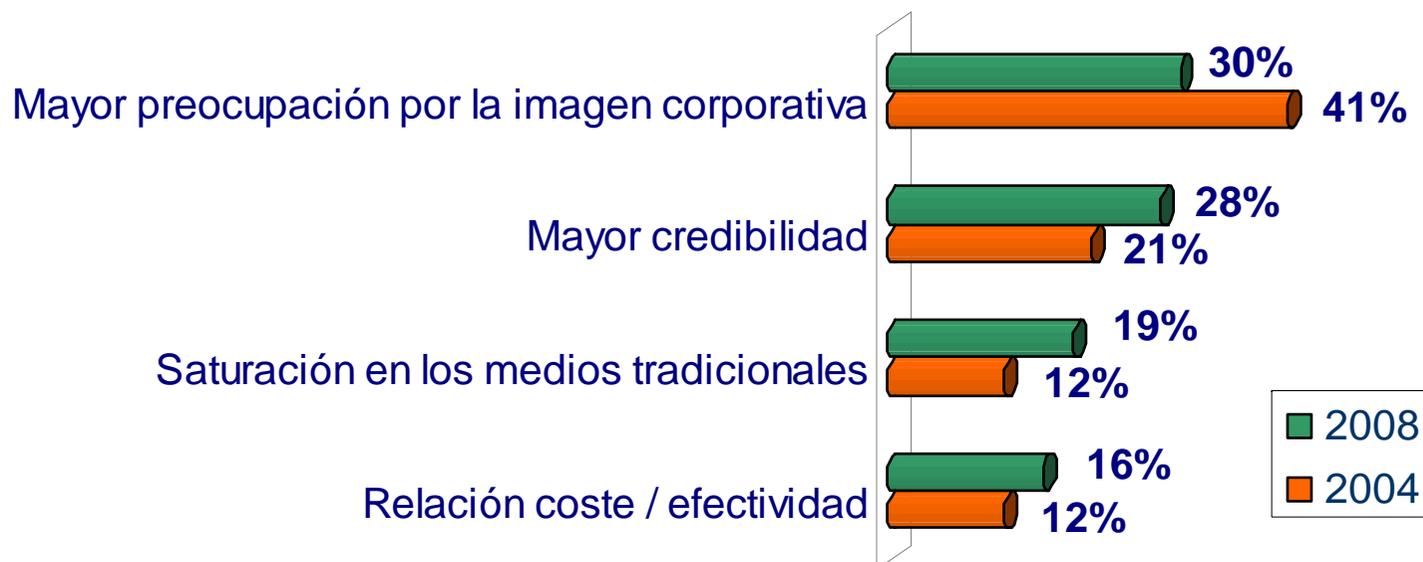


C. EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR.PP.

E M P R E S A S

PERCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS

- El sector de la comunicación y las RR.PP. **aumentará** (49%) o se **mantendrá igual** (30%). En 2004 se preveía que aumentaría el 68% y se mantendría el 19%.
- Factores** que tienen mayor incidencia en el aumento del sector:

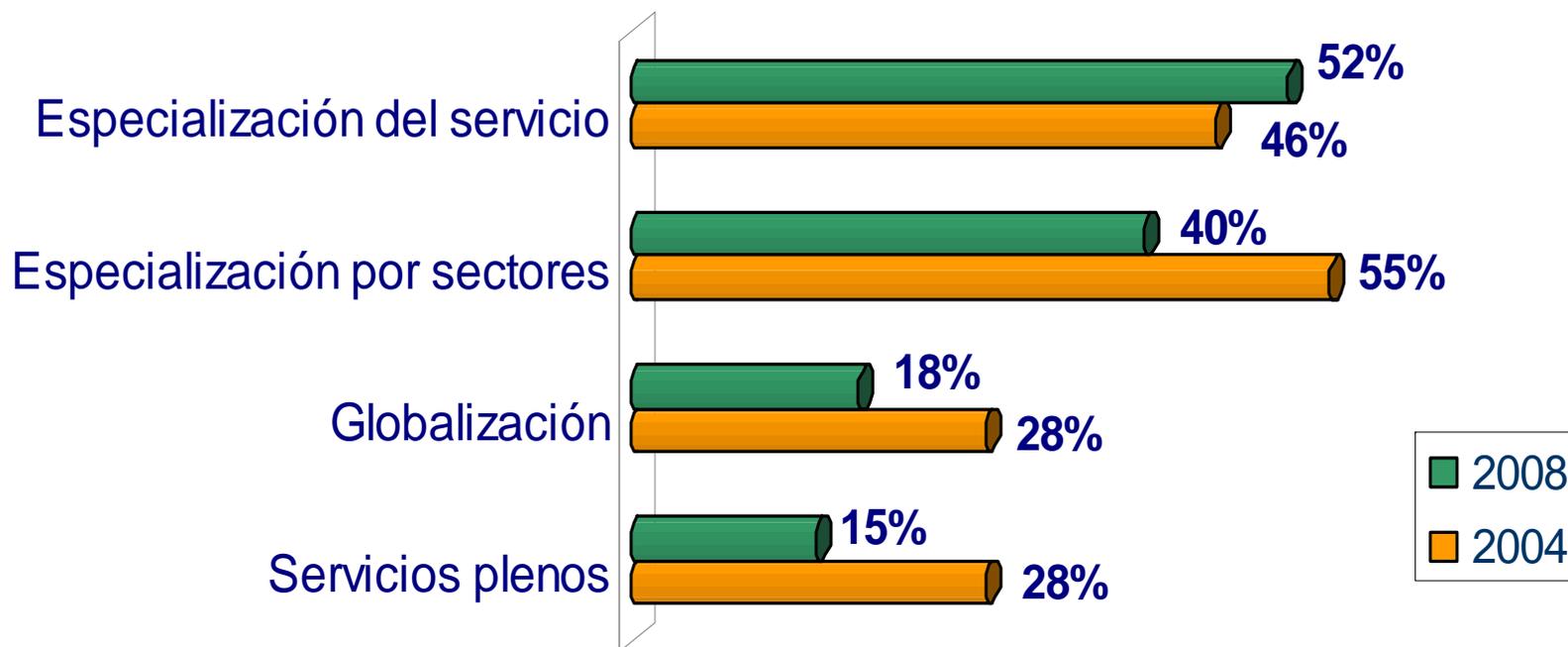


C. EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR.PP.

E M P R E S A S

PERCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS

- Tendencias futuras del sector:



1

EMPRESAS CON FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN:

- A. Perfil de las empresas con función de comunicación
- B. Relación empresas & consultoras de comunicación
- C. El futuro de la comunicación y las RR.PP.

2

CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN:

- A. Datos sobre las Consultoras de Comunicación
- B. Los Profesionales
- C. La Organización
- D. Los Clientes
- E. El futuro de la Comunicación y las RR.PP.

FICHA TÉCNICA

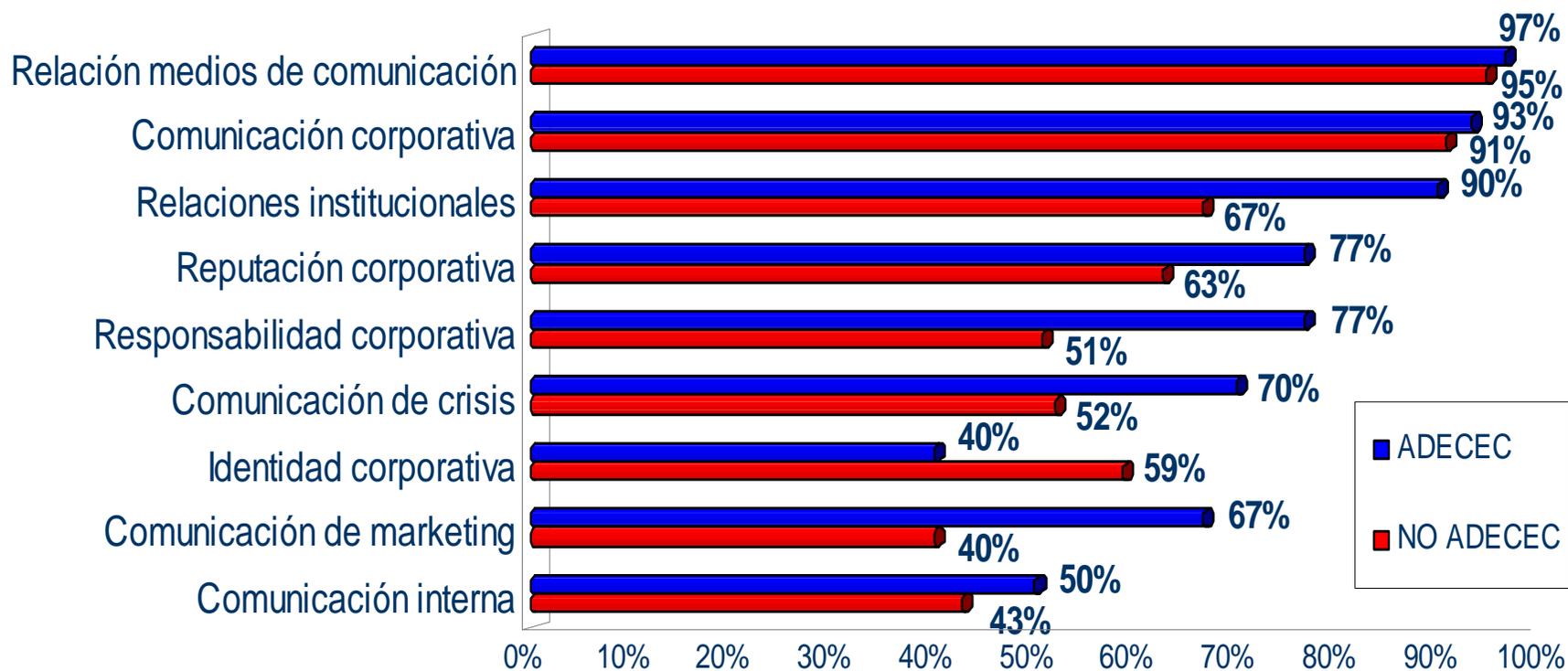


- **Universo:**
 - ✓ Agencias de ADECEC: 32
 - ✓ Agencias que no pertenecen a ADECEC: 199
- **Muestra:** 105 entrevistas telefónicas (30 ADECEC - 75 No ADECEC)
- **Cuestionario:** Estructurado, diseñado por ADECEC
- **Fecha del trabajo de campo:** 31 de marzo-16 de abril (2008)
- **Realización:** Sigma Dos

A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

DISCIPLINAS TRABAJADAS DE MANERA CLAVE

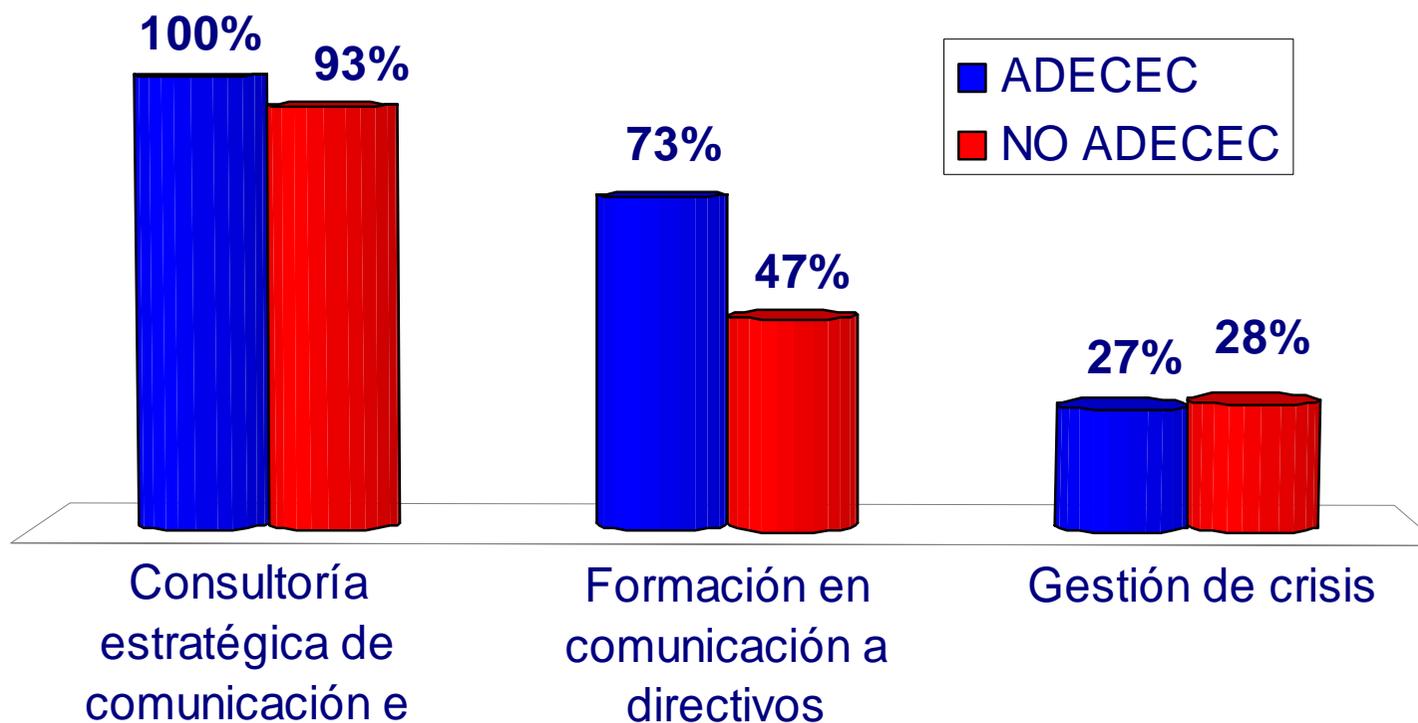


A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

FUNCIONES DESARROLLADAS

- Todas las agencias de ADECEC ofrecen consultoría estratégica de comunicación.

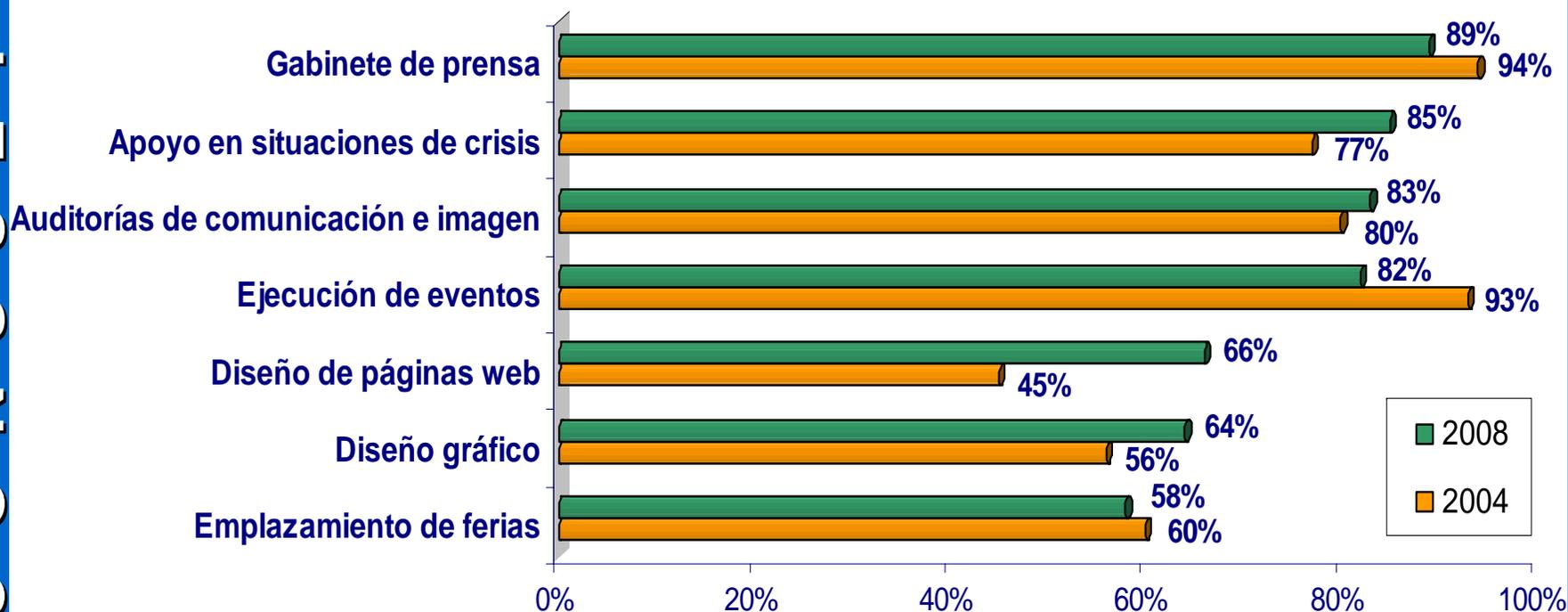


A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

DISTRIBUCIÓN DE CONSULTORAS SEGÚN LOS SERVICIOS

- El gabinete de prensa sigue siendo el servicio que más consultoras ofrecen, aunque ha descendido un 5% con respecto a 2004.



A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

COMPETENCIA DIRECTA

- La mitad de las agencias considera que su principal rival directo son las **consultoras estratégicas** y las **empresas de marketing promocional**.

PROMEDIO DE ANTIGÜEDAD

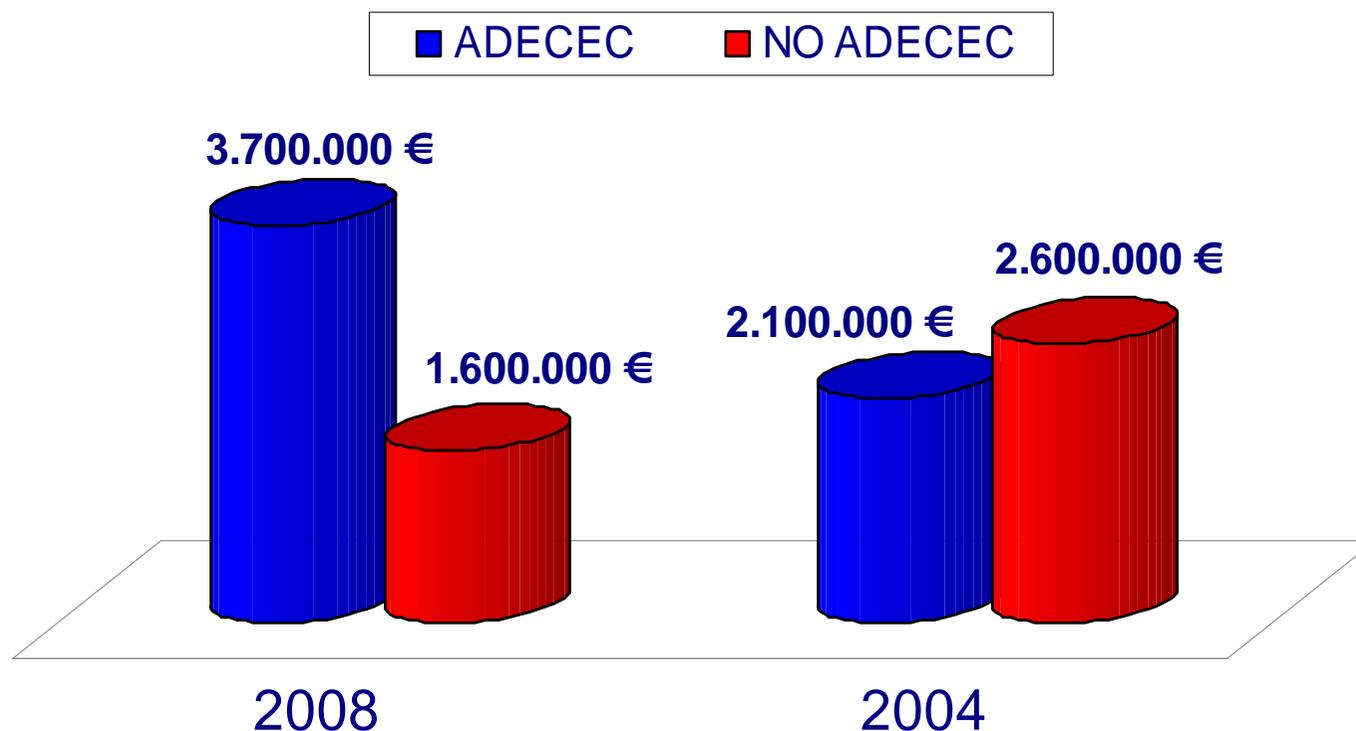
- Total consultoras: 1995
- Total ADECEC: 1992
- Total no ADECEC: 1998

A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

DATOS DE FACTURACIÓN TOTAL

- Las agencias de ADECEC incrementan un **43%**
- Las agencias de **no** ADECEC disminuyen un **24%**

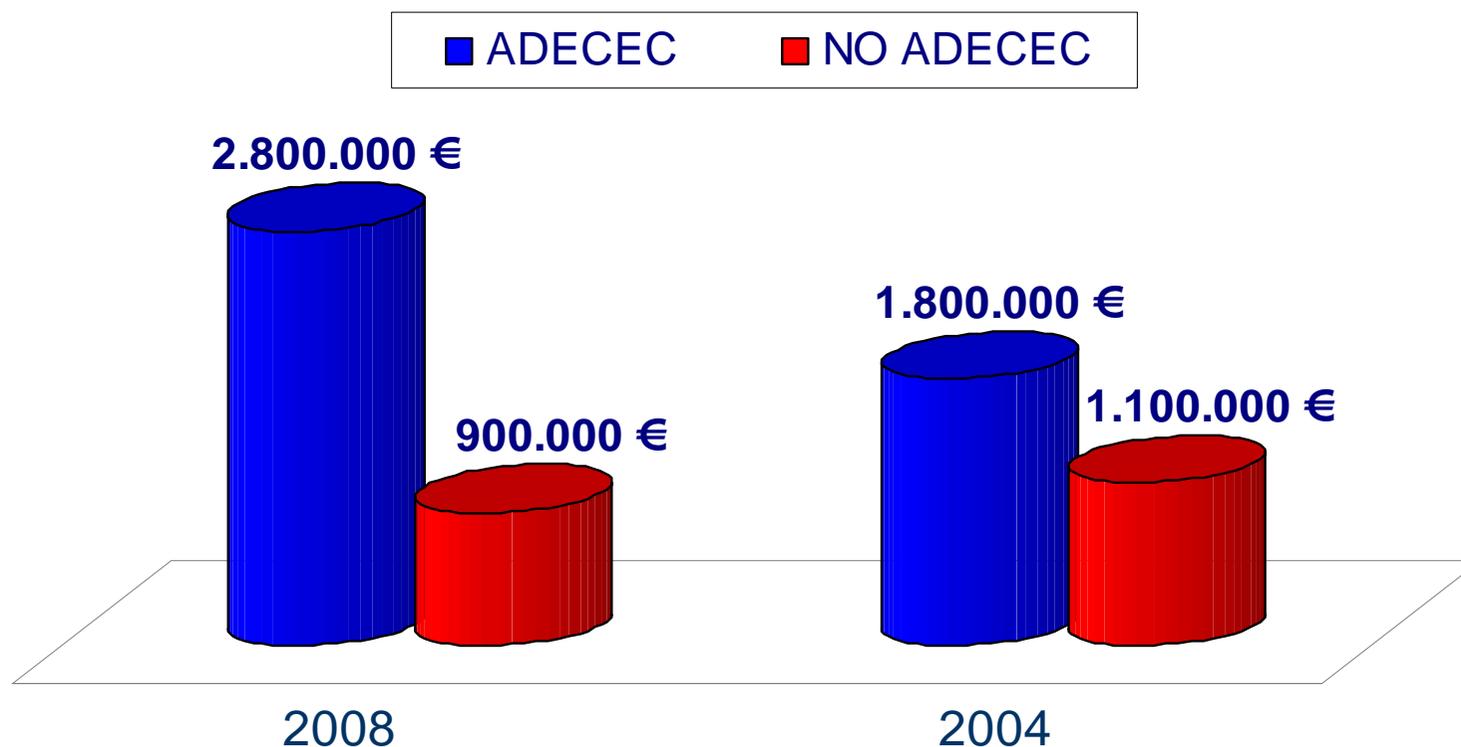


A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

DATOS DE FACTURACIÓN POR HONORARIOS

- Las agencias de ADECEC aumentan su facturación un **64%**
- Las agencias de **no** ADECEC disminuyen un **22%**



A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

DISTRIBUCIÓN DE LAS CONSULTORAS SEGÚN SU FACTURACIÓN POR HONORARIOS EN EL ÚLTIMO AÑO

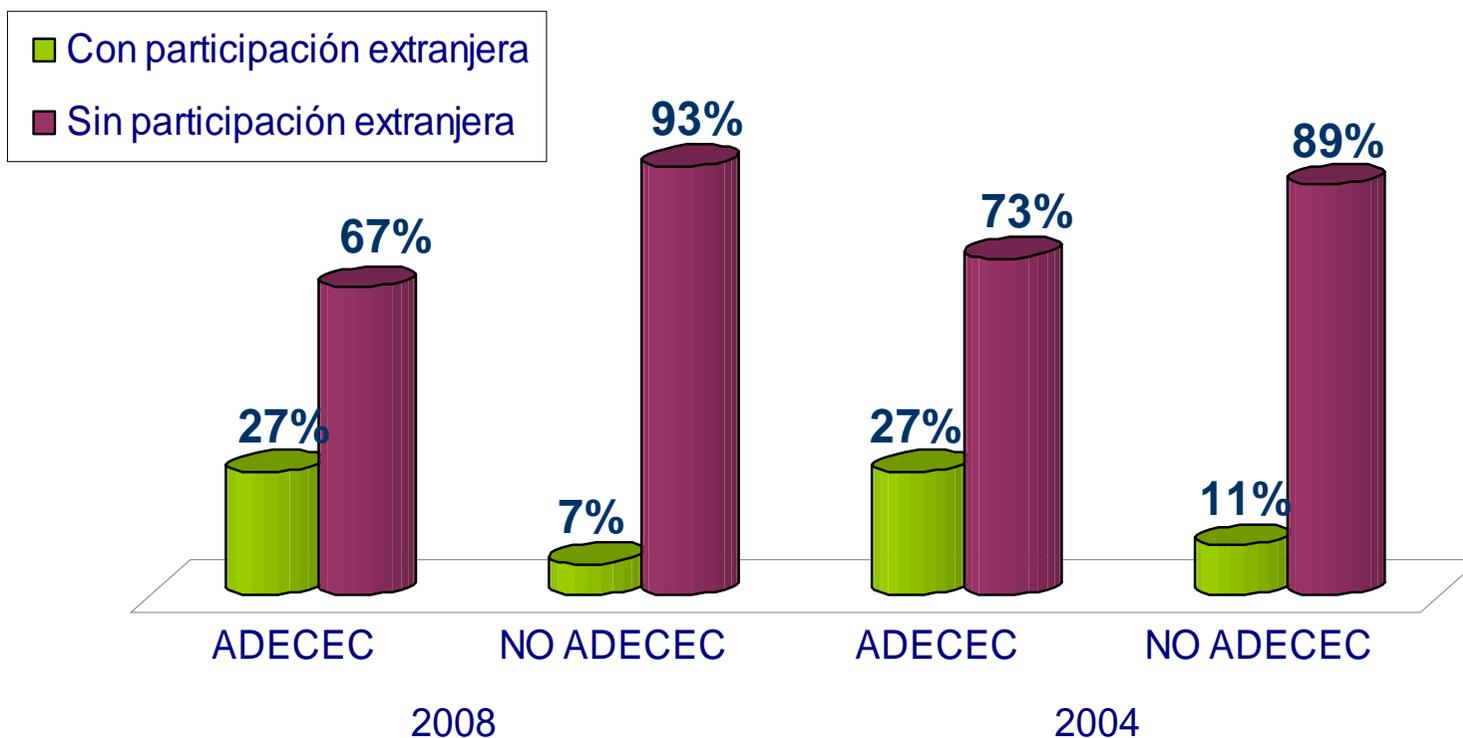
	Total	ADECEC	NO ADECEC
Menos de 0,6 millones de euros	51%	12%	→ 63%
De 0,6 a menos de 1,8 millones de euros	33%	→ 41%	30%
De 1,8 a menos de 3,0 millones de euros	8%	9%	2%
De 3,0 a menos de 4,2 millones de euros	1%	9%	2%
De 4,2 a menos de 5,4 millones de euros	3%	6%	2%
Más de 5,4 millones de euros	4%	22%	2%
Promedio de facturación por honorarios	1,2 M €	2,8 M €	0,9 M €

A. DATOS SOBRE LAS CONSULTORAS

CONSULTORAS

PARTICIPACIÓN EXTRANJERA

- El porcentaje de consultoras ADECEC con participación extranjera se mantiene desde 2004.



B. LOS PROFESIONALES

PROMEDIO DE PERSONAS QUE COMPONEN LA PLANTILLA

- Se mantiene con respecto a 2004:



Agencias ADECEC
26 empleados

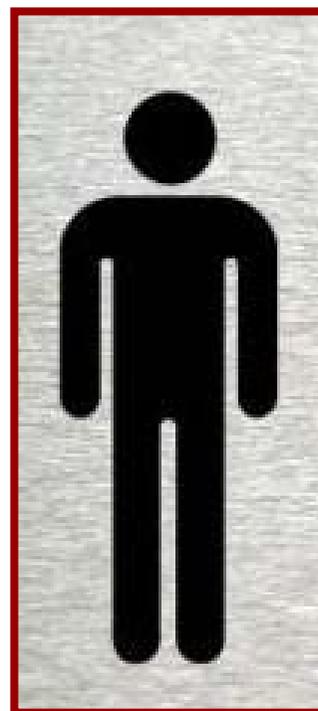
Agencias **no** ADECEC
12 empleados

B. LOS PROFESIONALES

DIFERENCIACIÓN POR SEXO EN EL GLOBAL DE LA CONSULTORA

- Se mantiene con respecto a 2004:

68%



32%

B. LOS PROFESIONALES

DIFERENCIACIÓN POR SEXO EN PUESTOS DIRECTIVOS



58%

(2004: 63%)



42%

(2004: 36%)

B. LOS PROFESIONALES

EDAD MEDIA TOTAL DE LOS TRABAJADORES

35 años

PROMEDIO DE ANTIGÜEDAD DE LOS EMPLEADOS

ADECEC: 3,3 años (2004: 4 años)

No ADECEC: 3,2 años (2004: 3,8 años)

B. LOS PROFESIONALES

PROMEDIO SALARIO BRUTO ANUAL

ADECEC: 24.200 €

(2004: 22.522 €)



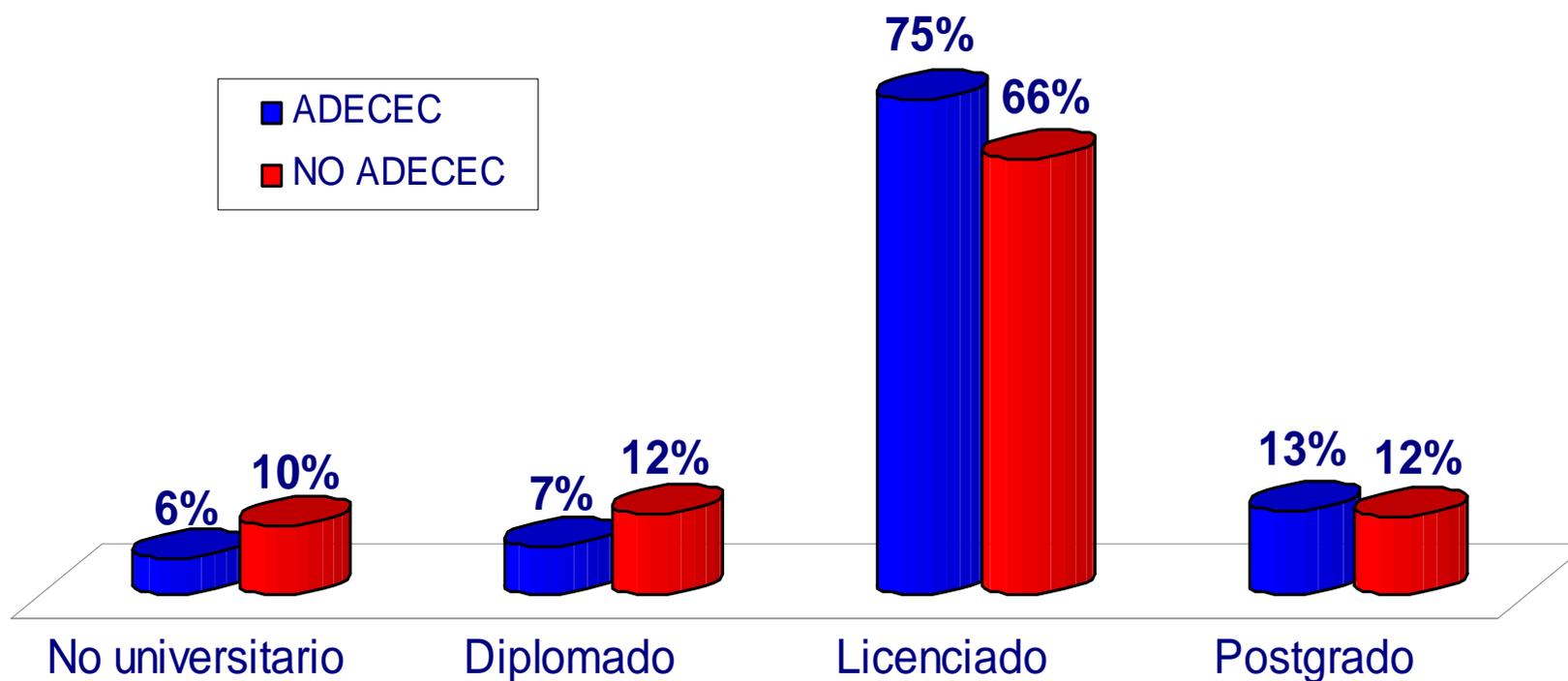
No ADECEC: 21.246 €

(2004: 22.060 €)

B. LOS PROFESIONALES

NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES

- La mayoría de los empleados son licenciados.
- Prácticamente todas las agencias exigen dominio del Inglés.



C. LA ORGANIZACIÓN

SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS

- El 81% de las consultoras subcontratan servicios a empresas externas.
- Criterios de selección de proveedor:

CALIDAD

88%

PRECIO

50%

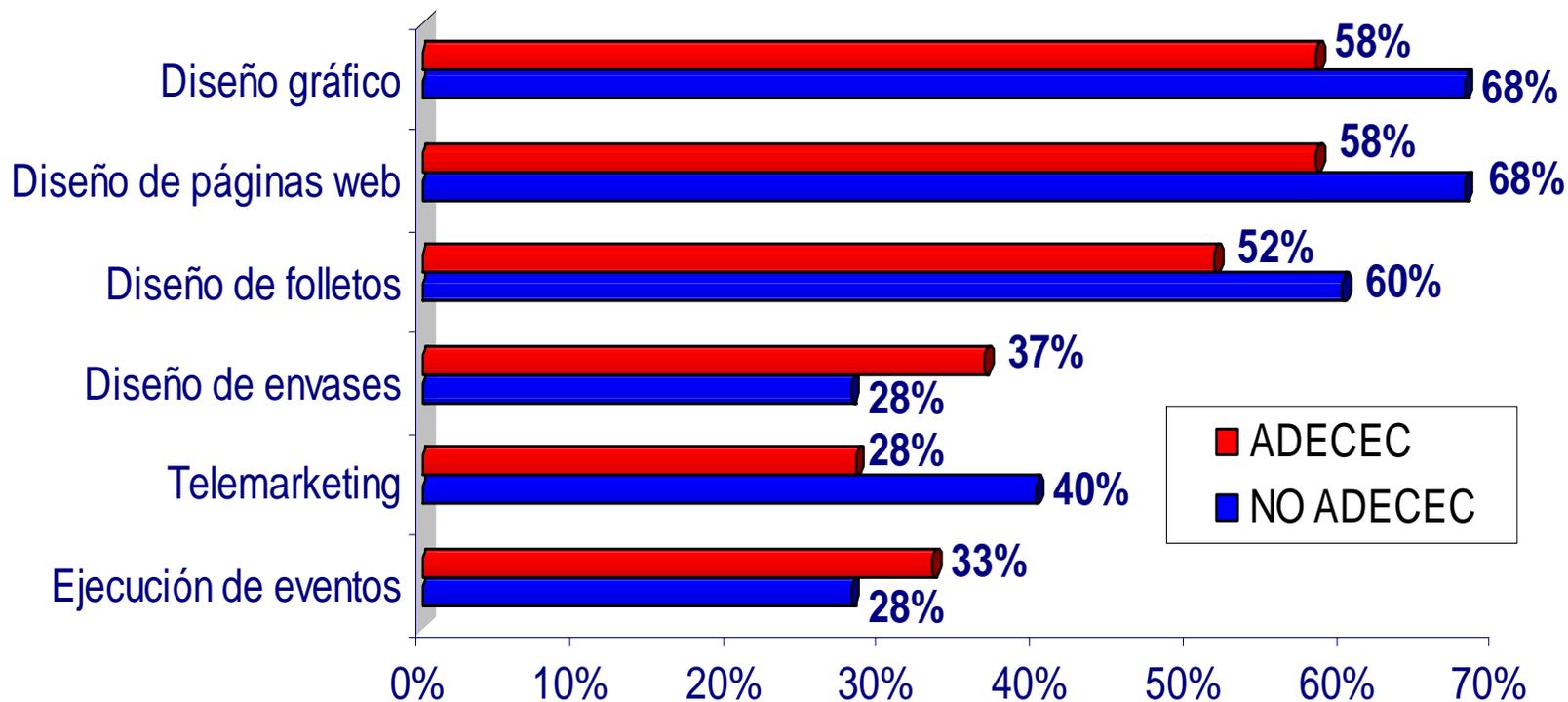
CUMPLIMIENTO
DE PLAZOS

49%

C. LA ORGANIZACIÓN

CONSULTORAS

SERVICIOS SUBCONTRATADOS



D. LOS CLIENTES

PROMEDIO DE ANTIGÜEDAD DE LOS CLIENTES

- Consultoras ADECEC: 4,1 años
- Consultoras no ADECEC: 3,7 años

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- El acuerdo cliente/agencia se formaliza con un **contrato formal** en el 81% de los casos



D. LOS CLIENTES

PORCENTAJE DE CONSULTORAS CON CLIENTES EN CADA SECTOR

- **Crecimiento general** de todos los sectores con respecto a 2004.
- Destaca el aumento de las entidades financieras como cliente.

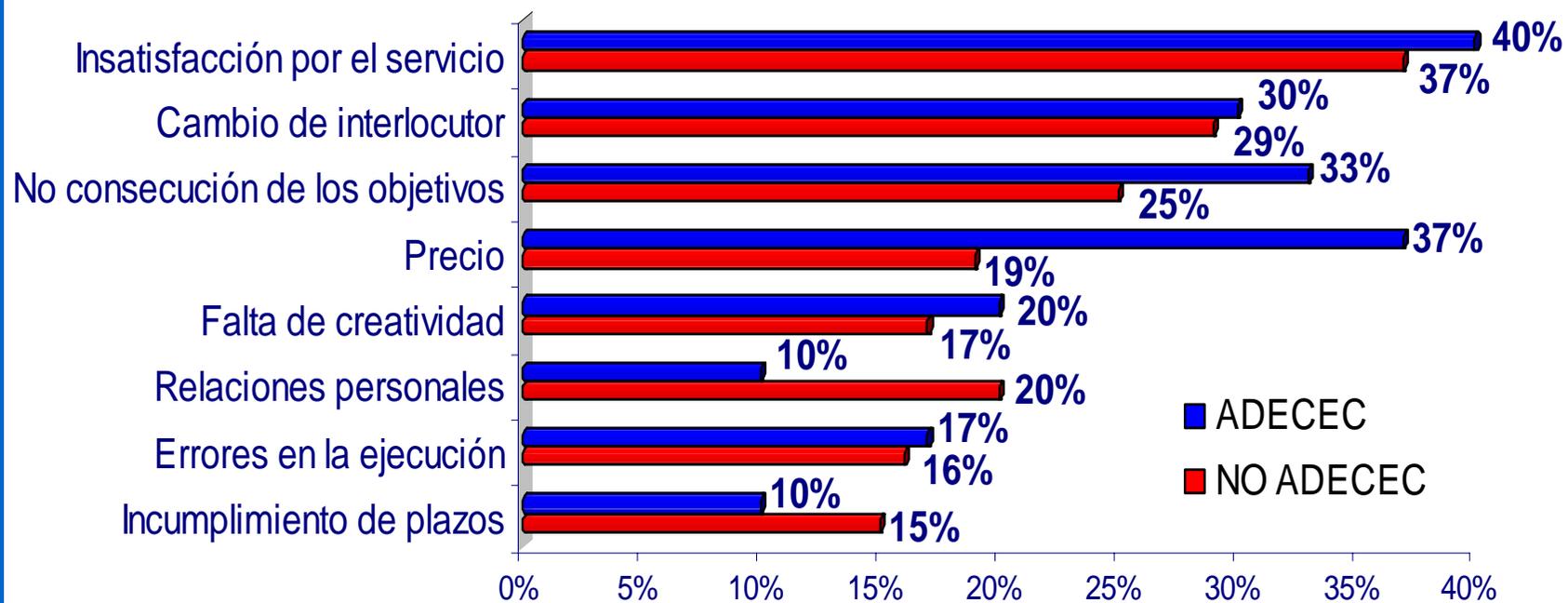
LISTADO DE PRINCIPALES CLIENTES

- ✓ Bancos, Cajas y Servicios Financieros
- ✓ Alimentación y Bebidas
- ✓ Telecomunicaciones
- ✓ Farmacia
- ✓ Servicios públicos y entidades
- ✓ Organismos oficiales
- ✓ Distribución
- ✓ Automoción

D. LOS CLIENTES

MOTIVOS PARA CAMBIAR DE CONSULTORA

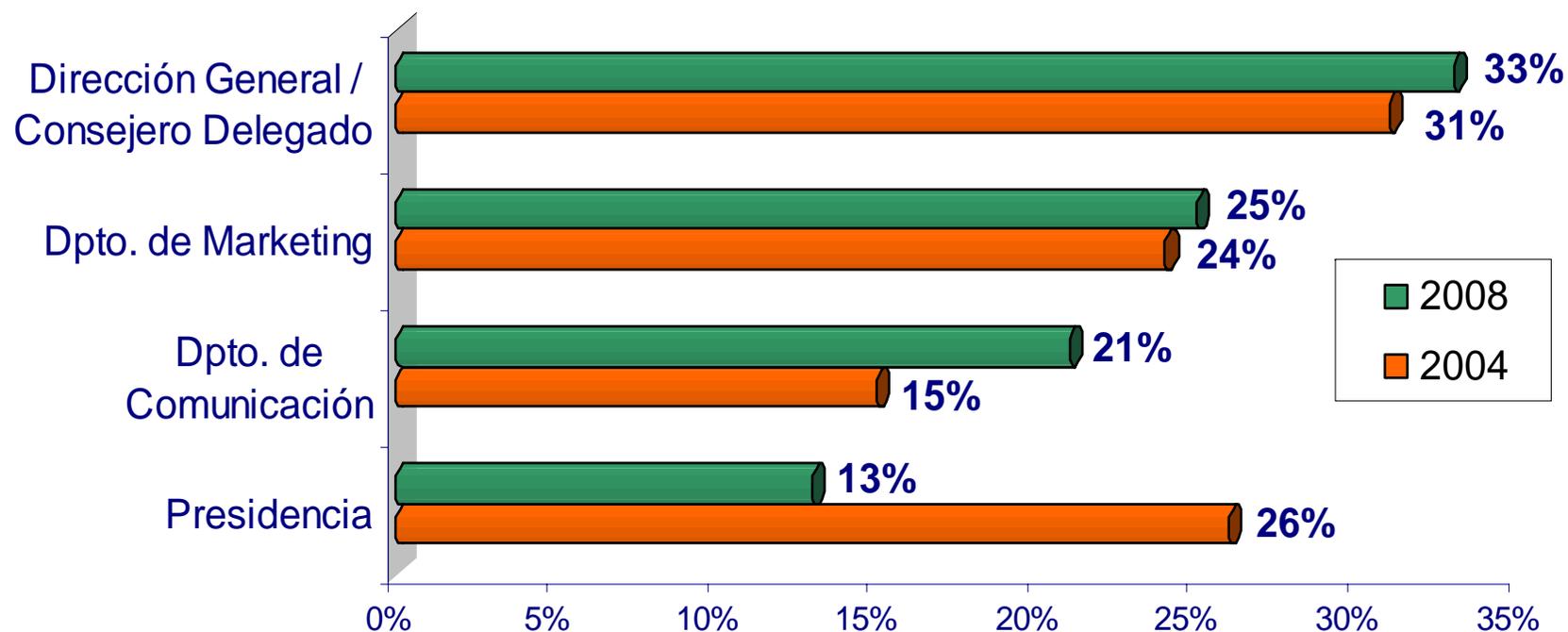
- El precio de las consultoras de ADECEC es uno de los principales motivos, con respecto a las no ADECEC.



D. LOS CLIENTES

DEPARTAMENTO QUE CONTRATA

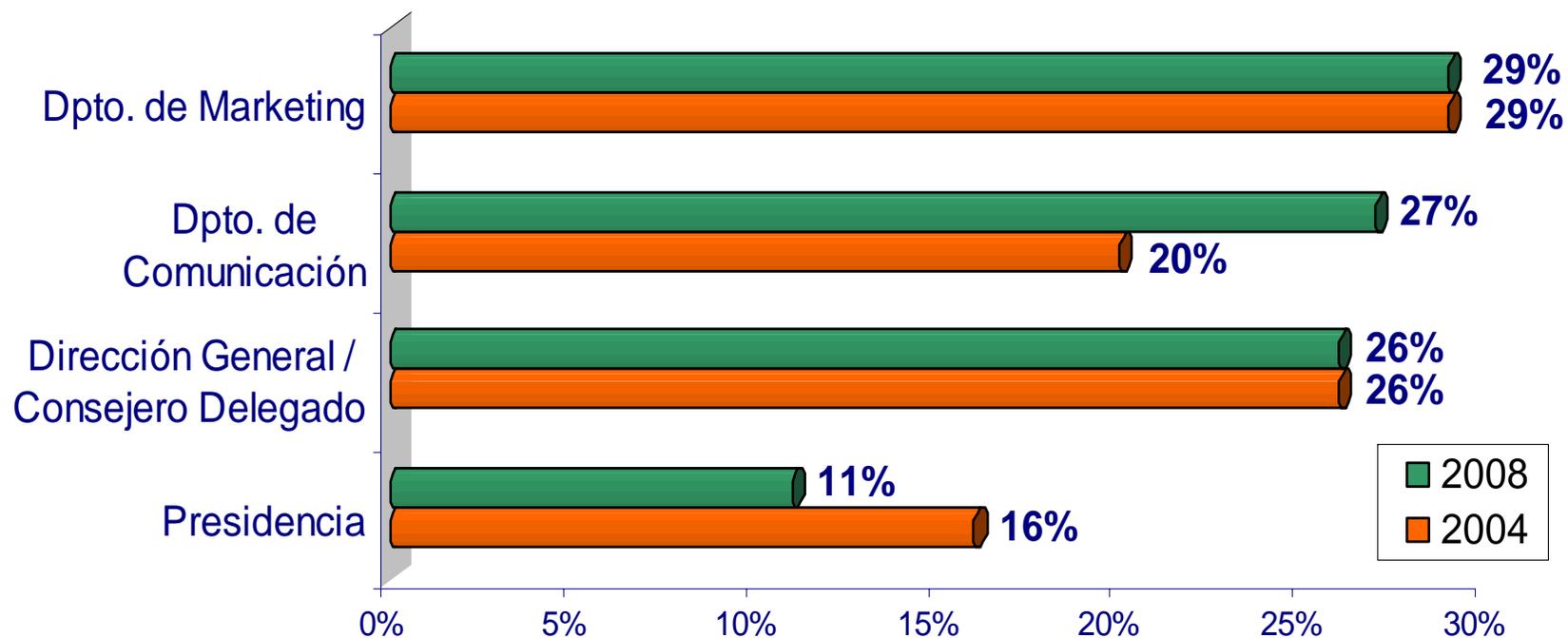
- Suele ser la Dirección General / Consejero Delegado.



D. LOS CLIENTES

DEPARTAMENTO CON EL QUE SE TRABAJA

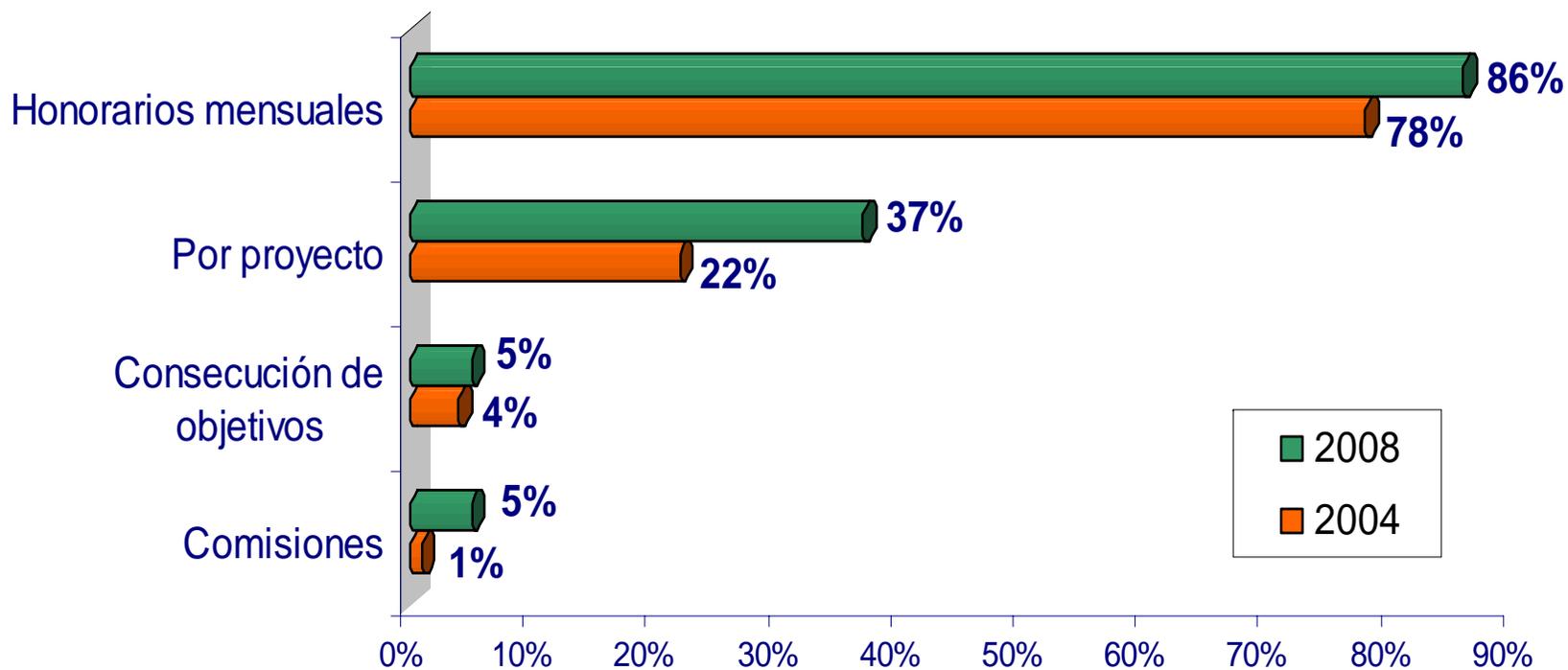
- Se suele trabajar con los departamentos de Marketing y de Comunicación, junto con la Dirección General.



D. LOS CLIENTES

SISTEMA DE FACTURACIÓN

- Por lo general, se factura mediante honorarios mensuales.



D. LOS CLIENTES

SISTEMA DE FACTURACIÓN

	Total	ADECEC	NO ADECEC
Honorarios mensuales	86%	→ 90%	84%
Por proyecto	37%	27%	→ 41%
Consecución de objetivos	5%	7%	4%
Comisiones (parte del presup. de com.)	5%	3%	5%
Otros	3%	7%	1%
NS/NC	2%	3%	1%

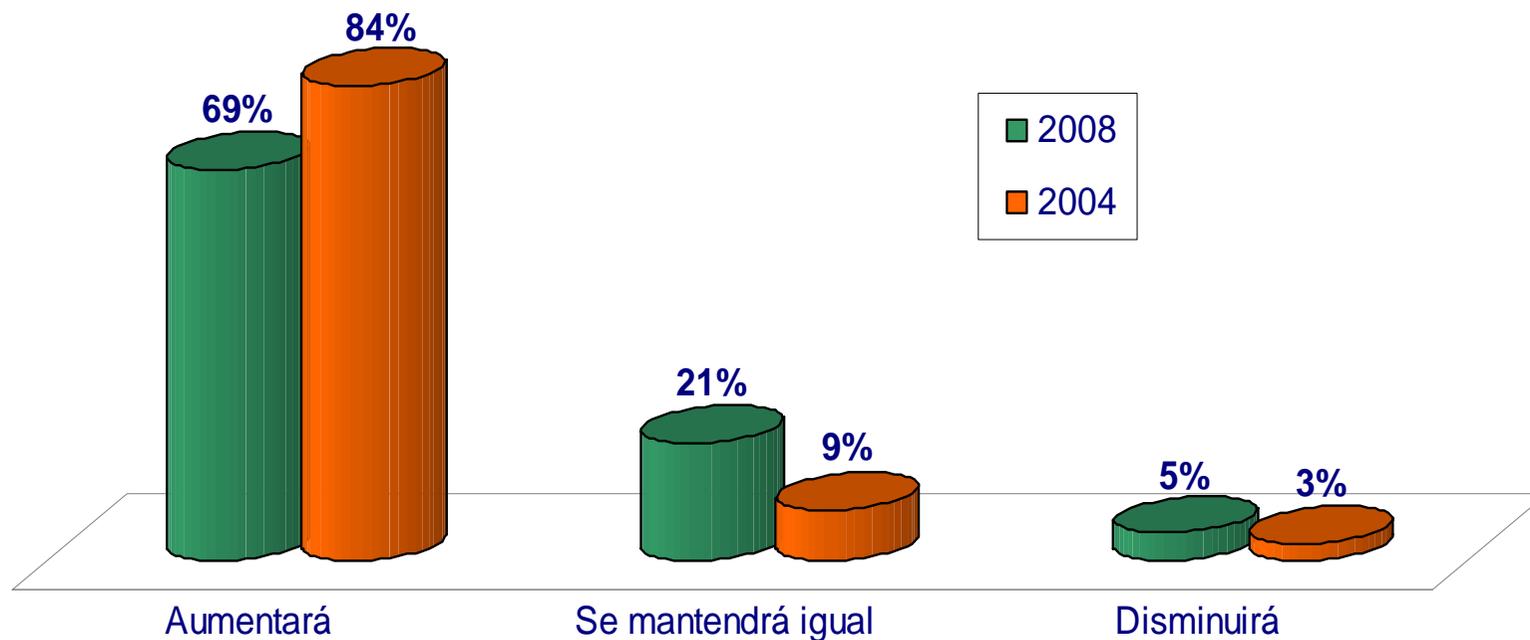
E. EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR.PP.



CONSULTORAS

PERCEPCIÓN DEL FUTURO DEL SECTOR

- La **previsión** es menos optimista que en 2004.



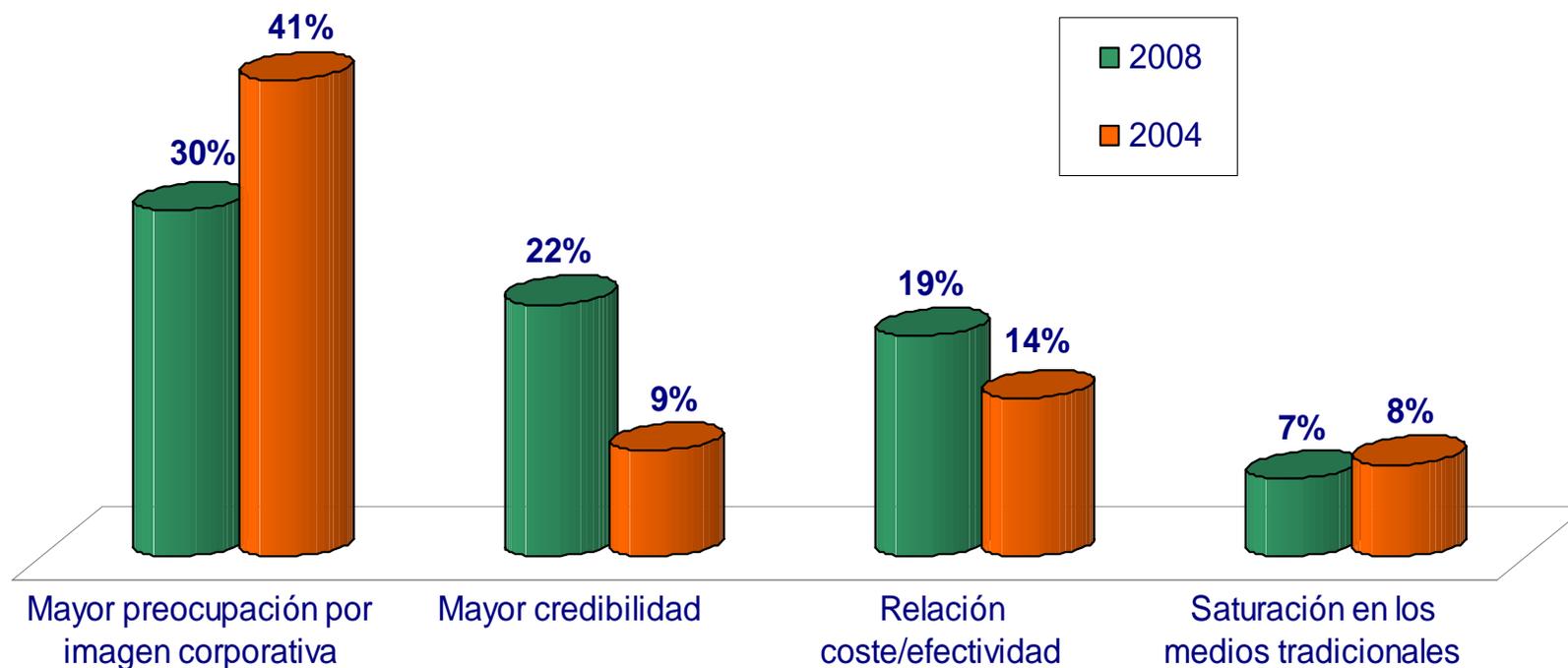
E. EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR.PP.



CONSULTORAS

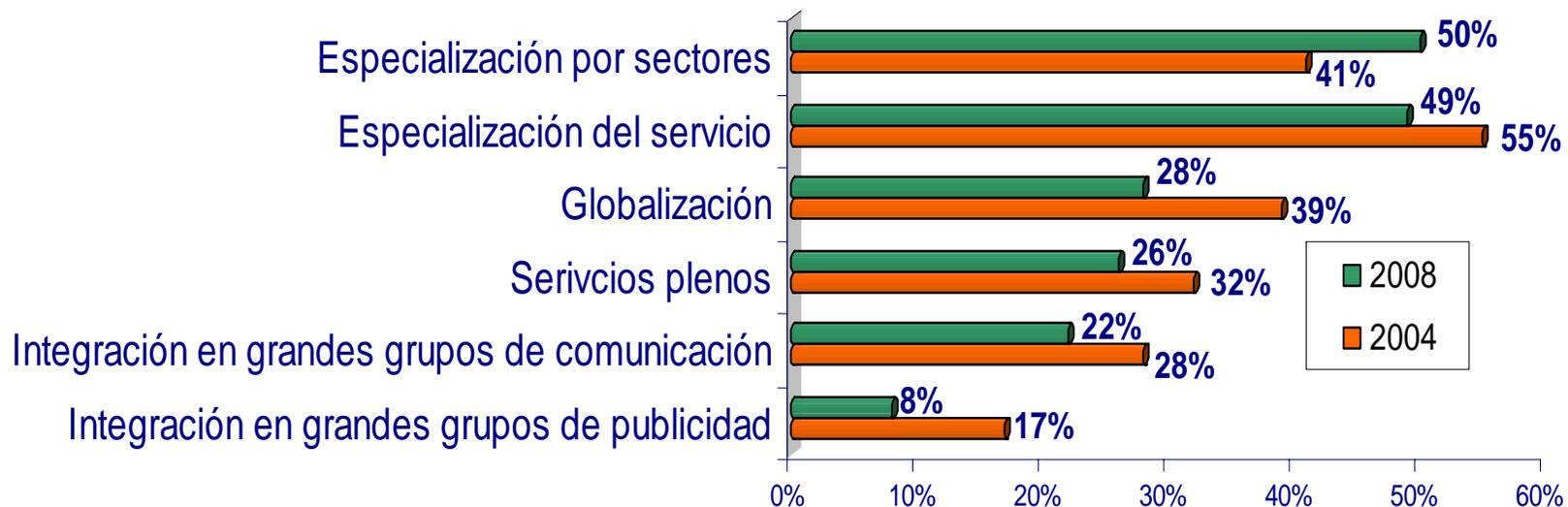
FACTORES QUE INCIDEN EN EL AUMENTO DEL SECTOR

- La **credibilidad** es el factor que más ha crecido desde 2004.



TENDENCIAS DEL SECTOR EN EL FUTURO

- Aumentan las consultoras que piensan que **la especialización por sectores es el futuro**, en detrimento de la especialización del servicio.



3

CONCLUSIONES

EMPRESAS

CONCLUSIONES EMPRESAS

- La media de inversión en comunicación ha disminuido un 15% siendo la media por empresa en 2007 de **361.667 €**
- Sus objetivos básicos son mejorar la reputación corporativa lo que directamente debe influir en el incremento de ventas.
- **8 de cada 10 empresas** tienen departamento interno de comunicación y la mitad de ellas contrata a una o varias agencias especializadas en áreas concretas.
- Comunicación corporativa, relaciones con los medios, realización de eventos y comunicación interna son sus misiones más importantes.
- Delegan en las agencias las labores de auditoría, diseño y ferias.

CONCLUSIONES EMPRESAS

- A la hora de elegir una agencia buscan **calidad, servicio y conocimiento del sector.**
- Lo hacen a través de un concurso en la mitad de los casos y tres cuartas partes firman un contrato anual.
- La relación con las agencias es muy fluida y comprometida.
- Cesan a la agencia cuando no se cumplen los objetivos o no se siguen los plazos.
- El sector cree casi la mitad que aumentará porque hay una mayor preocupación por la reputación corporativa y es necesario una mayor credibilidad

CONSULTORAS

CONCLUSIONES CONSULTORAS

- Los servicios clave que ofrecen son la comunicación corporativa y la relación con los medios.
- El **100% de las agencias de ADECEC** ofrecen consultoría estratégica, y la mayoría gestión de crisis, formación de directivos, auditorías de comunicación y ejecución de eventos.
- La competencia directa son las empresas de consultoría y la de marketing promocional.
- La **facturación por honorarios** ha aumentado en las agencias de ADECEC un 64% mientras que las no ADECEC han disminuido un 22% en 4 años.
- Dos tercios de las agencias de ADECEC y 9 de cada 10 de las no ADECEC, no tienen **participación extranjera**.

CONCLUSIONES CONSULTORAS

- Dos tercios son mujeres, mientras que a nivel directivo son algo menos de la mitad, si bien ha aumentado respecto a 2004.
- La edad media es de **35 años**, con una antigüedad media de **3,3 años**.
- Son licenciados en su mayoría con dominio del inglés en un porcentaje mayor las agencias de ADECEC frente a las no ADECEC.
- El **salario medio** es más alto entre los profesionales de **ADECEC (24.000 €/año)** habiendo disminuido en las plantillas de las agencias no ADECEC respecto a 2004 (21.000 €/ año).

CONCLUSIONES CONSULTORAS

- La **fidelidad de los clientes** es mayor en las agencias de ADECEC (4,1 años) frente a las no ADECEC (3,7). El cambio creen que se produce por la insatisfacción en el servicio y en el caso de las agencias de ADECEC por su mayor precio.
- La mayoría de las agencias trabajan con contrato en base a **honorarios mensuales**.
- La previsión del futuro es menos optimista que en 2004 y la **tendencia** es la **especialización**.

ASOCIACIÓN
DE EMPRESAS
CONSULTORAS
EN RELACIONES
PÚBLICAS Y
COMUNICACIÓN



SIGMADOS