

ADECEC se transforma en ADC coincidiendo con su 30º aniversario

- La Asociación cumple 30 años con el reto de poner en valor la labor que desarrolla en materia de responsabilidad, transparencia e innovación en la comunicación de empresas e instituciones.
- El sector representa una facturación media de más de 346 millones de euros y evidencia la importancia de su labor, según un estudio conjunto con SCOPEN

Madrid, 07 de octubre de 2021. La Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, conocida hasta ahora como ADECEC, estrena, con motivo de su 30º aniversario, nuevo nombre e identidad visual. A partir de ahora, la Asociación pasa a denominarse ADC, Asociación de Consultoras de Comunicación. Con esta renovación, se busca reflejar la nueva realidad del sector y evolucionar a una Asociación más plural, abierta y adaptada a las necesidades de los profesionales y las consultoras que la integran.



A pesar del cambio de denominación, el propósito de ADC, tras treinta años de historia, sigue centrándose en defender los intereses del sector de la comunicación y las relaciones públicas en el más amplio sentido, poniendo en valor la indiscutible labor que desarrollan en materia de responsabilidad, transparencia e innovación en la comunicación de empresas e instituciones y abarcando todas las nuevas competencias que se cubren como la transformación digital, la innovación tecnológica y la creatividad.

La nueva identidad supone un paso más en la consolidación del servicio que la Asociación presta a sus asociados en temas legales, de formación o de representación -ante instituciones, administraciones, reguladores, asociaciones...- así como a sus profesionales en la protección de la propiedad intelectual y el valor creativo de su trabajo. Además, sigue siendo una plataforma de análisis y reflexión sobre la evolución de la práctica, los retos futuros del sector y el establecimiento de estándares éticos y mejores prácticas.

“El 30º aniversario de la Asociación nos parece la ocasión perfecta para llevar a cabo esta evolución. No se trata de tan sólo un cambio de marca, sino de una renovación de nuestros votos

para seguir promoviendo las mejores prácticas en el sector y velando por los intereses de nuestros asociados”, afirma Ludi García, presidenta de ADC.

Estudio sobre el valor de las consultoras de comunicación

Coincidiendo con el aniversario, ADC ha decidido llevar a cabo - junto a la consultora SCOPEN- un estudio para conocer, no solo el tamaño del sector y su representación en la economía española, sino de poner en valor su aportación y definir el margen de crecimiento a medio y largo plazo.

Según el informe, el impacto económico del sector es 346 millones de euros, siendo la facturación media por consultora de 3,8 millones de euros. El estudio, elaborado durante el primer trimestre de 2021 basándose en la facturación de 181 consultoras de toda España, refleja que, a pesar de su tamaño en términos de volumen total y facturación media, es un sector de alto valor estratégico por ser responsable de la gestión de la reputación, credibilidad e imagen de las principales instituciones y corporaciones de España.

El desequilibrado balance entre el peso económico – lo que releva un sector de muy bajas remuneraciones- y la responsabilidad e impacto de los trabajos llevados a cabo pone en evidencia el enorme margen de crecimiento del sector, que en el mundo representa más de 13.000 millones de dólares de facturación.

“Este análisis deja patente que ofrecemos un servicio de consultoría clave y fundamental para el posicionamiento reputacional de nuestros clientes. Sin embargo, evidencia una contradicción de mercado sobre la remuneración de nuestro trabajo. Esto nos debe hacer reflexionar sobre el esfuerzo que debemos hacer -como consultoras y como asociación- para que el cliente rompa los límites presupuestarios de nuestros servicios”, precisa García.

A pesar de la crisis por la Covid-19, un 79% de las empresas consultadas ha incorporado nuevos profesionales a sus plantillas como consecuencia de la importante demanda de servicios de comunicación de las empresas que cada vez valoran más la consultoría estratégica, tecnológica y creativa de las agencias. La comunicación corporativa, de producto y de crisis son los servicios más demandados.

Por su parte, César Vacchiano, presidente de SCOPEN, apunta: “Aunque la facturación de las consultoras se redujera levemente en 2020, principalmente por motivo de la pandemia, se espera una recuperación estimada de más de un 10% para 2021. De cara al futuro, las consultoras deberán enfocarse en su posición como socios estratégicos de las marcas y centrar sus esfuerzos, especialmente, en el área digital, en la que se observa un crecimiento constante.”

Tres décadas de defensa de la profesión

Fundada en 1991 por 18 empresas bajo la presidencia de Joaquín Maestre, pionero e impulsor de las Relaciones Públicas en nuestro país, en la actualidad cuenta con 27 agencias asociadas.

En su historia, la Asociación ha contado con la presidencia de grandes profesionales del sector como Juan-Cruz Más (Comunicación Empresarial S.A.), Agustín de Uribe-Salazar (Gabinete

Uribe), José Antonio Lisbona (Citigate Sanchis), Carlos Paniagua (Paniagua Consultores), Eloísa Alonso (Hill+Knowlton) - primera mujer en encabezar la Asociación-, Teresa García Cisneros; (Ketchum), Almudena Alonso (Burson Cohn & Wolfe) y la actual presidenta, Ludi García (Hotwire) quién ostenta este cargo desde diciembre de 2020.

A lo largo de tres décadas de historia, ADECEC ha llevado a cabo un gran número de acciones para impulsar la profesión. Desde el desarrollo de programas de formación hasta la elaboración de publicaciones de gran valor para el sector, como guías e informes de distintas temáticas. Cabe destacar el propio código ético de la Asociación, un decálogo avalado por instituciones internacionales equivalentes, que establece los estándares por los que se deben guiar los profesionales de la comunicación, o la guía de buenas prácticas en los concursos presentada recientemente junto con DIRCOM y AERCE.

Renovación de la Junta Directiva

Tras el cambio de marca, la Junta Directiva de ADC ha llevado a cabo algunos cambios. Alberto de Oliveira, de Planner Media, se incorpora como nuevo vocal. Silvia Albert, de comma, pasa a ser vicepresidenta 1ª, y Ana Zumalacarregui, de True, secretaria. La Junta queda pues conformada de la siguiente manera:

- Presidenta: Ludi García (Hotwire)
- Vicepresidencia 1ª: Silvia Albert (comma)
- Vicepresidencia 2ª: Cristina Hernández (MAS Consulting)
- Tesorero: Olivier Vallecillo (Newlink)
- Secretaría: Ana Zumalacarregui (True)
- Vocales: Asunción Soriano (Atrevia), Francisco López (BCW), Antonio Sánchez (Hill+Knowlton Strategies), Mónica González (AxiCom), Alberto de Oliveira (Planner Media)

Sobre ADC

[La Asociación de Consultoras de Comunicación \(ADC\)](#) se fundó en enero de 1991 bajo el nombre de ADECEC, auspiciada por un grupo de profesionales, representantes de las principales empresas consultoras de Relaciones públicas en España, con el objetivo de difundir la práctica de la Consultoría de Comunicación y Relaciones públicas en nuestro país.

Para más información:
Patricia Marín / comm.mng@adecec.com
ADC / 682 682 952 /