



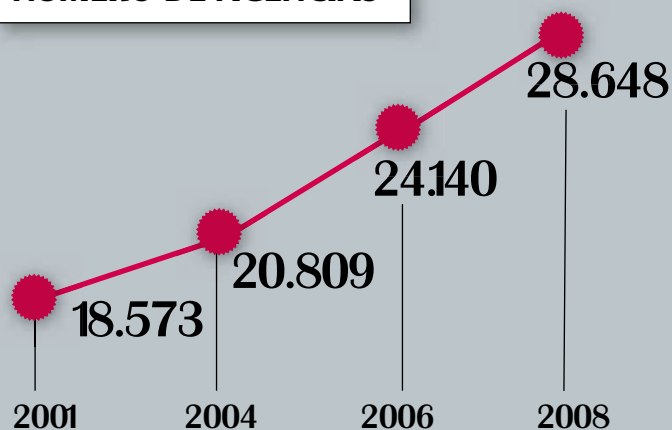
AGENCIAS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

Para llegar al número actual de empresas (28.649 en 2007 según el Instituto Nacional de Estadística), en los últimos cuatro años se ha producido un crecimiento progresivo a razón de unas 2.000 nuevas empresas al año. El 74% de las agencias de comunicación se concentra en cuatro comunidades: Madrid (31,5%), Cataluña (22,1%), Andalucía (11,4%) y Comunidad Valenciana (8,9%). El 94,8% son microempresas, con menos de 10 trabajadores y más de la mitad ni siquiera tiene asalariados.

LA ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN, POR SECTORES

Según un estudio de la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC), la comunicación financiera ha vivido un auténtico auge, recientemente, debido al gran número de OPAs, salidas a bolsa, fusiones y adquisiciones, entre otras operaciones. ¿Cuáles son los sectores de actividad que más contratan los servicios de una agencia de comunicación?

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE AGENCIAS



SECTORES DE ACTIVIDAD % DE CONSULTORAS CON CLIENTES POR SECTOR

Bancos, cajas y servicios financieros	52,4%
Alimentación y bebidas	41,9%
Telecomunicaciones	34,3%
Farmacia	33,3%
Servicios públicos y entidades	31,4%
Organismos oficiales	29,5%
Distribución	26,7%
Automoción	26,7%
Informática y ofimática	25,7%
Turismo y viajes	24,8%

FUENTE: 'LA COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN ESPAÑA' ADECEC, 2008

FUENTE: INE.

PERFIL EMPRESARIAL

En nuestro supuesto, el empresario montará una agencia de comunicación contando con un socio experto en tecnologías de la información. Entre los dos aportarán un capital de 15.000€ sin recurrir a otro tipo de financiación. Tras constituir una SL, se alquilará una pequeña oficina, que habrá que amueblar y dotar del equipamiento necesario. Se contratarán profesionales *freelance* según las necesidades.

EQUIPAMIENTO "HARDWARE".

Es la partida económica más elevada. Un equipamiento de gama medio-alta para una agencia de dos empleados cuesta entre 4.000 y 6.000 euros e incluye un ordenador con una buena tarjeta gráfica y una pantalla plana de por lo menos 17 pulgadas (mejor aún de 24), un escáner e impresora láser de alta calidad así como dispositivos de acceso a Internet, teléfonos y fax. Es recomendable, aunque no imprescindible, completar el equipamiento con algún elemento de fotografía y vídeo digital y un ordenador portátil.

PROGRAMAS INFORMÁTICOS Y SERVICIOS.

Para la actividad de relaciones públicas es suficiente contar con un paquete ofimático y, eventualmente, algún programa que facilite la gestión de la base de datos y la organización de eventos. Sin embargo, para un estudio de diseño o publicidad, la importancia del *software* va mucho más allá. Un paquete básico para el diseño gráfico y web no supera los 1.500-2.000 euros, pero hay *software* de diseño CAD y 3D, de edición de vídeo, retoque fotográfico, etc., cuyo coste oscila desde los pocos euros a varios miles.

HONORARIOS

A falta de criterios comunes para la fijación de precios, las diferencias de honorarios entre las distintas agencias pueden ser abismales. La experiencia, la creatividad, la eventual especialización o diferenciación de la agencia resultan determinantes, así como su posicionamiento, las características de la clientela y del servicio

solicitado, la situación local de la oferta y de la demanda y eventuales costes asociados. Para la publicidad y el diseño se emplea tanto la remuneración fija (honorarios en función de la carga de trabajo, los servicios o los recursos prestados), como la remuneración variable (comisiones en función de la consecución de objetivos o la eficacia de una campaña). El coste del diseño de una identidad corporativa (logotipo y papelería) suele situarse entre 1.200 y 2.000 euros. La remuneración de los servicios de relaciones públicas de agencias pequeñas se rige generalmente por el cálculo del tiempo, dedicación y recursos necesarios. Unos 2.000 euros mensuales es un *fee* representativo para muchas agencias.

PERSONAL

La media de trabajadores por empresa es de 4,3, con una participación masculina y femenina similar y una

tasa de estabilidad en el empleo no elevada. El salario medio está alrededor de 21.000 euros. Más del 80% de los empleados son licenciados, principalmente en Ciencias de la Información, Publicidad, Bellas Artes, pero también en Económicas o en Derecho. Es habitual contratar a profesionales *freelance*.

AYUDAS Y SUBVENCIONES

Además de las ayudas genéricas destinadas a los emprendedores, como la financiación preferencial (por ejemplo, los microcréditos del ICO o del Instituto de la Mujer) o las subvenciones para el fomento del empleo, los empresarios del sector pueden beneficiarse de las ayudas del Plan Avanza.



EL PRIMER EJERCICIO EN CIFRAS

CUENTA DE RESULTADOS

Ventas
Subvenciones atribuibles al ejercicio
Compras
Gastos de Personal
Gastos de Constitución y Establecimiento
Gastos comerciales (publicidad y relaciones públicas)
Otros Gastos (<i>freelances</i> , suministros, seguros...)
Dotación para la amortización

RESULTADOS

PRESUPUESTO DE TESORERÍA

Tesorería

COBROS

Prestación servicios
IVA repercutido ventas
Capital
Subvención

TOTAL TESORERÍA

PAGOS

Proveedores
Material de Oficina e Informático
Gastos de personal
Gastos comerciales (publicidad y relaciones públicas)
Gastos de Constitución y Establecimiento
IVA soportado
Otros Gastos (<i>freelances</i> , suministros, seguros, Hacienda...)

TOTAL PAGOS

SALDO TESORERÍA

BALANCE PREVISIONAL

ACTIVO

Reforma y Mobiliario
Equipamiento tecnológico
Aplicaciones informáticas
Amort. Acum. Para inmovilizado
Clientes
Tesorería

TOTAL ACTIVO

PASIVO

Capital (Aportación e Inmueble)
Resultado Ejercicio
Proveedores de inmovilizado
Hacienda Pública Acreedora por IVA
Personal, Seguridad Social y Hacienda

TOTAL PASIVO

RATIOS / Margen bruto sobre ventas: 94%

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	3500	1250	950	2500	3300	4700	2300	1700	2300	5500	6150	7250	41.400
	0	0	0	0	0	5000	0	0	0	0	0	0	5.000
	550	75	125	150	135	190	215	125	170	190	210	350	2.485
	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	1950	23.400
	1800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.800
	500	500	0	200	0	200	0	200	0	200	0	200	2.000
	3.550	650	750	1.100	950	1.100	650	650	900	1.525	1.400	2.450	15.675
	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	340
	-4.878	-1.953	-1.903	-928	237	6.232	-543	-1.253	-748	1.607	2.562	2.272	700

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
		6.761	3.213	1.446	-821	-2.766	3.816	3.044	446	-1.548	-1.381	-2.027	
	1.900	1.570	1.300	1.650	1.200	6.800	2.500	500	1.200	4.500	2.900	9.500	35.520
	245	88	67	175	231	329	161	119	161	385	431	508	2.898
	15.000												15.000
						5.000							5.000
	17.145	8.418	4.580	3.271	610	9.363	6.477	3.663	1.807	3.337	1.950	7.981	58.418

	2.200	1.800	300	300	300	1.800	300	300	300	300	300	300	8.500
	550	75	125	150	135	190	215	125	170	190	210	350	2.485
	1.784	1.784	1.784	2.282	1.784	1.784	2.282	1.784	1.784	2.282	1.784	1.784	22.903
	500	500		200		200		200		200		200	2.000
	1.800												1.800
		396	174	232	207	474	163	158	201	302	283	458	3.045
	3.550	650	750	929	950	1.100	473	650	900	1.445	1.400	2.450	15.247
	10.384	5.205	3.134	4.092	3.376	5.548	3.433	3.218	3.355	4.718	3.977	5.542	55.979
	6.761	3.213	1.446	-821	-2.766	3.816	3.044	446	-1.548	-1.381	-2.027	2.439	2.439

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300
	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
	-28	-57	-85	-113	-142	-170	-198	-227	-255	-283	-312	-340
	1.600	1.280	930	1.780	3.880	1.780	1.580	2.780	3.880	4.880	8.130	5.880
	6.761	3.213	1.446	-821	-2.766	3.816	3.044	446	-1.548	-1.381	-2.027	2.439
	16.832	12.937	10.791	9.346	9.473	13.926	12.926	11.499	10.577	11.716	14.291	16.479

	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
	-4.878	-6.832	-8.735	-9.663	-9.427	-3.195	-3.738	-4.992	-5.740	-4.133	-1.572	700
	6.300	4.500	4.200	3.900	3.600	1.800	1.500	1.200	900	600	300	0
	245	-63	-171	-57	-32	-177	-2	-41	-80	84	232	282
	166	332	497	166	332	497	166	332	497	166	332	497
	16.832	12.937	10.791	9.346	9.473	13.926	12.926	11.499	10.577	11.716	14.291	16.479

BAIL: 4.500 Euros

Margen (BAIL / ventas): 11%

Punto de equilibrio: 44.060 Euros (BAIL: Beneficio antes de intereses e impuestos)

PASIÓN POR LA COMUNICACIÓN

C DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZACIÓN Y CERCANÍA

El reto y la habilidad de **Isabel López y Amaya Vergara**, de la agencia de relaciones públicas C de Comunicación, es hacer atractiva la información. Han apostado por la especialización, que les permite desarrollar una relación estrecha con profesionales y medios del sector, convirtiendo, de esa manera, su experiencia en elemento de diferenciación. Su área de especialización (sector de la salud), tiene la dificultad añadida de que no se puede hablar explícitamente de los medicamentos.

Destacan como a veces es necesario emplear mucha diplomacia en su profesión: "En ocasiones, lo que para el cliente es asombroso, en realidad no tiene repercusión mediática". Y cómo no, contar con una pizca de buena suerte: "Una importante presentación coincidió con la dimisión de un alto cargo político, lo que repercutió notablemente en la asistencia". Aunque también se da el caso contrario: "La participación imprevista de un personaje público arrastró decenas de periodistas a otro evento".



Isabel y Amaya han optado por la especialización en el sector de la salud a la hora de posicionarse en el mercado de las agencias de comunicación.

Es lo que tienen en común estas empresarias, que han hecho de la comunicación su medio de vida.

La tarifa media de las agencias es de unos 2.000 euros. Es también habitual contratar a profesionales 'freelance'



¿SE HA IDO YA MAMÁ?, SOLUCIONES WEB CON DISEÑO

¿Se ha ido ya mamá? es un estudio de diseño, especializado en identidad corporativa, servicios gráficos y soluciones web. Su nombre refleja la pasión y el espíritu lúdico que inspiran el trabajo diario de **Cristina Viejo y Graciela García**,

pasión que les lleva a prolongar su jornada asistiendo a numerosos eventos de *networking*, que contribuyen a potenciar su actividad, relacionándose con otros profesionales (potenciales clientes y colaboradores). También dedican tiempo y esfuerzo a su propio blog sobre diseño e imagen. Siguiendo el espíritu Web 2.0, sin duda es otra buena forma de promoción.

Ambas emprendedoras usan las redes sociales para buscar clientes y colaboradores, y darse a conocer.