

Avance Comunicación cumple su treinta aniversario en el sector del marketing y la comunicación

Se fundó en 1991 como gabinete de prensa externo y ha cumplido 3 décadas de actividad ininterrumpida. La agencia ha lanzado un curso online de iniciación a la comunicación corporativa dirigido a emprendedores, estudiantes y profesionales interesados en la comunicación corporativa

Avance Comunicación, agencia de servicios de marketing y comunicación ha cumplido su 30 aniversario. Fundada en 1991, la agencia nació como gabinete de prensa externo, con el objetivo de intermediar entre las empresas y los medios de comunicación. El trato continuado con los clientes y el conocimiento de sus necesidades hicieron que la agencia fuese ampliando paulatinamente sus servicios hacia el diseño gráfico, creando su propio departamento creativo y hacia la organización de eventos. Posteriormente, la evolución tecnológica y el crecimiento exponencial de las herramientas digitales supuso, hace ya algunos años, la incorporación de otra de las líneas de actuación de la agencia: el marketing digital.

Según Noelia Perlacia, socia y DIRCOM de la agencia: "Sin duda, el gran mérito ha sido que, por encima de las circunstancias, la marca se ha mantenido viva durante tres décadas, sin cesar su actividad ni un solo día. Somos conscientes de lo inusual que es este hecho, gracias al tesón, el trabajo y la dedicación de todas y cada una de las personas que han pasado por la agencia en todos estos años".

La comunicación ha cambiado radicalmente en estas tres décadas. "En los años noventa, las acciones de comunicación solo estaban al alcance de empresas de cierto tamaño y con importantes presupuestos. Las relaciones públicas no estaban extendidas en el tejido empresarial y los soportes eran mucho más limitados, sin mencionar, por supuesto, la tecnología. Los tres grandes cambios en estos treinta años han sido la revolución tecnológica, de la mano de Internet; la democratización de la comunicación que ha dado acceso a todo tipo de empresas y sectores y el cambio total del papel de los públicos, que actúan de forma consciente, conociendo el poder de influencia de sus opiniones y decisiones", afirman los responsables de la agencia.

El último punto de inflexión en la trayectoria de la agencia se produjo en 2017, cuando dos de los empleados se pusieron al frente: "En ese momento, la agencia estaba gestionada por dos socios, que decidieron retirarse del negocio. Jorge González, director creativo de la agencia y yo, decidimos entonces ponernos al frente y dar continuidad a un proyecto en el que siempre hemos creído y con el que hemos crecido profesionalmente, ya que Jorge se incorporó a la agencia en 1996 y yo en 2000. Nos sentimos afortunados, por trabajar cada día en lo que nos apasiona y por seguir llevando adelante este proyecto, antes como trabajadores y ahora como gestores", explica Noelia Perlacia.

Curso Online de Comunicación Corporativa

La agencia ha creado su primer curso online de comunicación corporativa, dirigido a emprendedores y responsables de PYMES que quieran adquirir los conocimientos para conseguir que su marca sea

noticiable; a estudiantes de periodismo y publicidad o RRPP que se sientan atraídos por esta actividad y quieran conocer de cerca las técnicas más apropiadas y a profesionales de diversa índole que quieran dirigir su carrera hacia la comunicación corporativa.

El curso está compuesto por 12 módulos, en los que se tratan los diversos aspectos de la relación de las marcas con los medios de comunicación. "Si algo hemos podido constatar a lo largo de los difíciles meses de 2020, es la importancia creciente de la comunicación de las marcas, con mensajes apropiados, en los canales correctos, para mantenerse visibles y alcanzar una apropiada notoriedad y la confianza de sus públicos. Las marcas deben saber cómo permanecer en la mente de sus clientes", afirma Noelia Perlacia. "Este curso está basado en toda nuestra experiencia acumulada en estos años con clientes de toda índole. Ha sido un trabajo de varios meses para elaborar el contenido y plasmarlo en su formato online y esperamos que tenga una gran acogida".

Cambios estratégicos en 2021

El principal proyecto de la agencia para 2021 es una redefinición de la marca y del enfoque estratégico de la misma, hacia una total renovación en los próximos meses. "Todas las marcas deben mantenerse en constante evolución. Sería impensable que no nos aplicásemos a nosotros mismos las estrategias que recomendamos a nuestros clientes. Este proceso de renovación nos ayudará a estar presentes en el mercado 30 años más", afirman desde la agencia.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Recursos humanos](#) [Cursos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>