

Diagnóstico del sector de Relaciones Públicas en CDMX

ALARP
Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas
MÉXICO
DIRECCIÓN ESTATAL
Ciudad de México

Contexto

La industria de las relaciones públicas en **Ciudad de México** se posiciona como uno de los ecosistemas más relevantes de América Latina. Concentra el mayor número de corporativos, medios de comunicación, agencias globales y tomadores de decisión del país.

En un entorno donde la reputación, la narrativa y la influencia son activos estratégicos, las relaciones públicas han evolucionado de una función táctica de medios a un **eje de negocio vinculado a la reputación, asuntos públicos, gestión de crisis y posicionamiento estratégico**.

La CDMX no solo lidera la operación del sector en México, sino que funciona como hub regional para Latinoamérica.

Formación de Talento

📊 **Data clave:**

- MX **61,996 estudiantes de comunicación en México**
- 📍 **30%–35% concentrados en CDMX**
  🎯 De ellos, **15% – 25% se orienta a RP y áreas afines**

→ **3,000 – 5,500 futuros profesionales en relaciones públicas**

🎓 **Contexto académico:**

- +20 universidades en CDMX con programas en:
  - comunicación
  - relaciones públicas
  - imagen y marketing

⚠️ **Problemática clave:**

- Formación generalista
- Enfoque aún tradicional
- Brecha entre academia y mercado real

Contexto



+60% DE AGENCIAS EN CDMX



HUB ESTRATÉGICO



ALTA CONCENTRACIÓN DE CORPORATIVOS Y MEDIOS

Tamaño del mercado



+$6,000 MDP



Crecimiento 10-12%



+28,000 profesionales

Número de agencias

+500 agencias

60-70% en CDMX

38% boutique

Estructura del mercado

Alta presencia de firmas globales como:

LLYC

Edelman

ATREVIA

Burson

JeffreyGroup



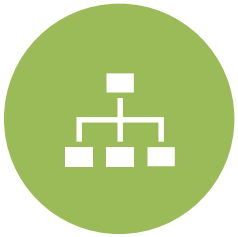
Estructura del mercado

Más de **28,000 profesionales de RP en México** de los cuales más del 75% se concentra en CDMX

Servicios más demandados



COMUNICACIÓN CORPORATIVA 75%



RELACIÓN CON MEDIOS 73%



CRISIS 53%



EVENTOS 40%

Industrias que más utilizan relaciones públicas

👉 **Importante: 62% de los clientes de agencias son empresas extranjeras**

- **Corporativos multinacionales**
- **Tecnología y startups**
- **Consumo y retail**
- **Salud y farmacéutica**
- **Energía e infraestructura**
- **Gobierno y asuntos públic**

Problemáticas



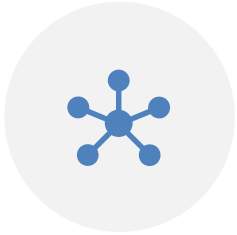
SATURACIÓN

- Más de 500 agencias → alta competencia
- Diferenciación basada en precio, no en valor estratégico



FALTA DE PROFESIONALIZACIÓN

- Brecha entre agencias globales vs. Freelancers
- Ausencia de certificaciones obligatorias



TRANSFORMACIÓN DE MEDIOS

- Disminución de medios tradicionales
- Fragmentación hacia:
  - Creadores de contenido
  - medios digitales
  - micro audiencias



CRISIS DE CREDIBILIDAD

- Desconfianza en medios y marcas
- Necesidad de narrativa auténtica y reputación integral

Asociaciones del Sector

PRORP

ASOCIACION MEXICANA DE PROFESIONALES DE RELACIONES PÚBLICAS

AMCO

Existe estructura… pero falta integración y liderazgo unificado

Problemáticas



RIESGO PAÍS EN COMUNICACIÓN



INTEGRACIÓN DIGITAL INSUFICIENTE

Conclusión

- El sector de relaciones públicas en Ciudad de México se encuentra en una **etapa de madurez con alta competencia y transformación estructural**:
- Es un mercado grande (+$6,000 MDP)
- Altamente concentrado en CDMX
- Con más de 500 agencias y 28,000 profesionales
- Dominado por corporativos globales
- Sin embargo, enfrenta un punto de inflexión:
- 👉 **Quienes sigan operando como "gestores de medios" desaparecerán**
  👉 **Quienes evolucionen a estrategas de reputación integral dominarán el mercado**

ALARP
Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas
MÉXICO
DIRECCIÓN ESTATAL
Ciudad de México

Hoy, el reto no es hacer relaciones públicas…
es **redefinir lo que significa influir, posicionar y construir confianza en un entorno complejo, digital y altamente expuesto**.

ALARP CDMX tiene la oportunidad de liderar esta transformación, profesionalizando el sector y elevando la conversación hacia un nivel estratégico, ético y de impacto real.



ALARP
Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas
MÉXICO
DIRECCIÓN ESTATAL
Ciudad de México