

Aranda se convierte en la primera agencia de diseño ética en España

Publica en su página web los datos de facturación, beneficios, salarios, clientes, satisfacción de los empleados, etc.

La transparencia no es frecuente en el sector del diseño y la publicidad, donde más allá de alardear de clientes no resulta habitual compartir información para no dar ventaja a la competencia.

Pero la empresa barcelonesa Aranda ha decidido darle la vuelta a esta forma de trabajar para convertirse en la primera agencia de diseño ética en España. En su página web se puede consultar todo tipo de información sobre la compañía: desde cuánto facturó el año pasado a los sueldos de sus empleados o los metros cuadrados de su oficina. Se trata de la primera agencia del sector en nuestro país que proporciona tal nivel de transparencia.

Fundada en 2014, Aranda es una agencia de diseño en Barcelona que ofrece servicios de branding, diseño y estrategia digital, identidad visual, packaging, diseño editorial e ilustración. Entre sus clientes destacados figuran Estrella Galicia, ABANCA, Fotocasa, SEAT, Bacardí, Oquendo o VidaCaixa. Según se informa en su página web, la agencia facturó 296.657 euros en 2020, con un resultado de explotación después de impuestos de 98.495 euros (se pueden descargar incluso las cuentas anuales de los últimos ejercicios de la empresa).

Aranda cuenta con una plantilla de seis profesionales, cuyos salarios oscilan desde los 1.300 a los 3.000 euros mensuales, en función de la categoría. El 80 % de los empleados cuentan con contrato fijo: algo muy poco habitual en nuestro país que según el último informe de Eurostat está a la cabeza de la temporalidad de los contratos a nivel Europeo.

La agencia destinó el último año 11.000 euros a diversos beneficios sociales como formación, actividades de team building o comida disponible gratuitamente en la oficina.

En la página web de la agencia también se publican los resultados de la última encuesta de satisfacción realizada a los empleados. Además, se comparte información sobre la política de sostenibilidad de la agencia, que incluye desde trabajar con proveedores de alojamiento web ecológicos, a desterrar de sus oficinas el uso de cápsulas de café y de botellas de plástico.

Desde las condiciones laborales al origen de sus materias primas o el impacto medioambiental de su producción, la transparencia es un valor que cada vez más se exige a las marcas de todos los sectores. Por ejemplo, según una encuesta de tendencias de consumo globales realizada por IBM en 2020, el 71% de los consumidores pagaría hasta un 37% más por los productos de marcas que ofrezcan más transparencia. Sin embargo, esta tendencia no ha llegado todavía a las agencias de diseño y publicidad que trabajan para todas estas marcas, que comparten muy poca información

respecto a su actividad.

Aranda quiere liderar este cambio de paradigma posicionándose como una agencia de diseño ética. Según señala Alberto Aranda, fundador y director de la empresa: “Queremos construir una agencia honesta, empática y sostenible para poder trabajar para marcas alineadas con los mismos valores. Hace años que internamente compartimos estos datos con nuestro equipo; la diferencia es que ahora lo hacemos también con los clientes e incluso con la competencia. El consumidor valora más la transparencia, pero en el mundo de las agencias de diseño y publicidad aún no se ha producido este cambio”.

Acerca de Aranda

Aranda es una agencia de diseño ética y eficiente. Trabajan para construir un proyecto honesto, empático y sostenible que les permita trabajar con marcas alineadas con estos mismos valores. Proyectan desde la estrategia para comprender las necesidades de sus clientes, adaptarnos a sus prioridades y hacer que los procesos de trabajo creativo sean más sencillos.

Datos de contacto:

Comunicación Aranda
931270347

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

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>