

## **Los ‘dircom’ españoles cobran un 45% menos que la media europea**

**A igual categoría, el salario del especialista en comunicación es inferior  
que el de otras áreas de la empresa**

Si un baremo de la reputación de una actividad profesional es su nivel de retribución, la situación del director de comunicación en España es abiertamente mejorable. De hecho, los ‘dircom’ nacionales perciben un sueldo que es, por término medio, un 45,5% menor que el sus colegas europeos, y tampoco salen mejor parados si se compara su retribución con la de directivos de igual categoría pero con otras responsabilidades dentro de la empresa. Su salario medio es en nuestro país, por ejemplo, un 23% inferior que el de los directores comerciales.

La dificultad para encontrar referencias sobre el sueldo de los directores de comunicación en España —o, sencillamente, para hallar esta categoría profesional en los estudios sobre salarios que elaboran distintas entidades—, viene a corroborar la dificultad de este colectivo para incorporarse plenamente a la estructura de dirección de empresas y corporaciones. Según la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), además, existen hasta 70 acepciones distintas para nombrar esta actividad, lo que ilustra el grado de confusión existente en torno a la profesión.

### **Salarios medios**

En la actualidad, el sueldo medio de un ‘dircom’ de empresa español es de 54.500 euros anuales. Este dato procede de actualizar, aplicando el incremento real del IPC, la última referencia “oficial” sobre salarios aportada en 2002 por la Asociación Española de Empresas Consultoras en Comunicación y Relaciones Públicas (ADECEC) para los directores de división/vicepresidentes de agencias, que sería, según los expertos, la categoría equiparable.

Por otra parte, la retribución media de los responsables de comunicación de las empresas españolas —en la práctica, directores de comunicación de muchas entidades, según su tamaño— oscila entre 24.500 y 37.200 euros brutos anuales, según la Guía Salarial 2008 de la consultora de recursos humanos Adecco.

La retribución media de estos profesionales puede llegar hasta los 41.600 euros brutos anuales de máximo en las empresas grandes y 26.500 euros brutos anuales como mínimo en las medianas. Por sectores, industria —de 26.000 a 39.600 euros brutos anuales —, banca y seguros —de 26.400 a 38.900 euros brutos anuales — y sociedades de servicios —de 24.600 a 38.400 euros brutos anuales — son los que mejor retribuyen a sus responsables de comunicación.

La localización de la empresa también importa. Así, Madrid, Cataluña y Baleares, País Vasco y Navarra, Andalucía y Comunidad Valenciana son, por este orden, las comunidades autónomas donde los responsables de comunicación reciben mejores sueldos, de acuerdo al estudio de Adecco, que también resalta que ganan más los profesionales de mayor edad —hasta 44.000 euros los que superan los 50 años de edad— y quienes tienen una experiencia en el sector de más de cinco años.

En el rango de ‘responsables’ las diferencias de salario con otras áreas de las compañías también resultan desfavorables. Así, según el citado estudio, los responsables comerciales ganan, por término medio, entre 26.500 y 41.800 euros brutos anuales, casi un 21,7% más que sus homólogos de comunicación.

### **El caso europeo**

La situación en el resto de Europa es, sin embargo, muy distinta. Un estudio de la European Association of Communication Director elaborado en colaboración con la universidad alemana de St Gallen, describe que el ‘dircom’ prototípico en el continente tiene un salario medio de 100.000 euros anuales, y añade que el 70% desea seguir en el sector, en el que lleva, de promedio, diez años de carrera profesional.

La mayoría de los encuestados —1.100 profesionales de 29 países— expresaron un nivel de satisfacción alto con sus actuales trabajos y, según los autores del informe, “existe una correlación entre el salario y la satisfacción”. El informe también dice que, por lo normal, el ‘dircom’ europeo es varón, tiene entre treinta y cuarenta años y procede del marketing o el periodismo. Un último aporte en cuanto a los recursos económicos: disponen de una dotación presupuestaria anual que oscila entre 250.000 y 500.000 euros, descontada la publicidad, y que va a en aumento, según el 37,7% de los encuestados.

De acuerdo a estos datos, más de un 45,5% dista, por tanto, el sueldo medio de un ‘dircom’ nacional y el de uno europeo. Y también se observan diferencias con respecto a los sueldos de otras áreas de la empresa. El director comercial, según el Observatorio Salarial ICSA, percibe de media 76.500 euros anuales, un 23% más que el director de comunicación.

Mariano Rivero Puche, Secretario de comunicación e Imagen del sindicato UGT, estima que en nuestro país “el trabajo de los responsables de comunicación de las empresas o instituciones, tanto públicas como privadas, no está correctamente retribuido, ya que la comunicación no está considerada como un engranaje esencial de la estructura sino como algo accesorio”. El responsable sindical añade que “el salario de los responsables de comunicación españoles tendría que estar en consonancia con la alta dirección de la empresa, ya que la proyección de la empresa o institución, tanto a nivel interno como externo, es esencial en la sociedad actual”.

Al puesto que ocupa la dirección de comunicación en el organigrama de las empresas suele estar vinculada, de manera más o menos directa, su retribución, según Yolanda Román, directora de comunicación de Dircom, y “aunque la tendencia creciente es a depender del primer nivel, es decir, consejeros delegados y presidentes, con frecuencia se depende de otras áreas, especialmente marketing y dirección general”.

Para Román, la horquilla en la que se sitúa la retribución media del ‘dircom’ en España es muy amplia, “puede oscilar entre los 48.000 y los 100.000 euros brutos anuales pero, en todo caso, la media europea es más elevada”. Los sectores que mejor retribuyen a sus directivos de comunicación en nuestro país son, según DIRCOM, telecomunicaciones, banca y distribución.

Por otra parte, la Comisión de Reconocimiento Profesional, creada por esta asociación, persigue, entre otros objetivos, equiparar la retribución de los ‘dircom’ españoles al de otros directivos del mismo rango. La mera existencia de esta comisión parece certificar que estos profesionales no se sienten suficientemente reconocidos en el desempeño de su trabajo.

## **Estatuto**

El salario, de hecho, es sólo uno de los déficits de la profesión. En España, por ejemplo, no existe un estatuto propio del sector que regule de manera específica la singularidad de una actividad que, sin embargo, crece y se afianza cada año, emplea a más profesionales en gabinetes y agencias, y factura más en honorarios: cerca de 200 millones de euros en 2001, según datos de ADECEC.

Ésta es, precisamente, una de las conclusiones del Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la Gestión de Intangibles en España y Latinoamérica 2007, dirigido por el catedrático de la Universidad Complutense Justo Villafañe, que destaca la necesidad de un nuevo estatuto profesional que reclaman algunos directores de comunicación ya que, dice el estudio, sus cometidos se han ampliado de forma sustancial en los últimos ejercicios. Un dato que ilustra la creciente importancia estratégica del área de comunicación es que su plantilla media en las grandes empresas es ya de 15 personas.

## Convenio

En cualquier caso, el único convenio aplicable ahora a esta actividad profesional es el de publicidad, posiblemente por que en sus orígenes, en la década de los setenta, las empresas pioneras del sector de la comunicación y las relaciones públicas en España surgieron de la mano de agencias de publicidad, además de multinacionales y de la administración. Un convenio que, por otra parte, no se revisa desde el año 2002.

La Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP), que suscribe el convenio como 'patronal', también de los 'dircom', espera que este año se firme una nueva revisión que "ponga fin al largo período de seis años de ausencia de negociación". José de Cominges, asesor jurídico de la FNEP, afirma que "el convenio ha quedado obsoleto" no sólo en cuanto a las tablas salariales sino también en cuanto a su contenido, y "requiere una actualización acorde con los cambios socio-laborales experimentados en los últimos años" como, por ejemplo, en lo referente a conciliación familiar.

La tabla salarial de mínimos aplicable a los 'dircom' sería la correspondiente a los niveles 2 y/o 3 del convenio de publicidad, que establecen una retribución bruta anual de un máximo de casi 13.722,6 y 13.075,8 euros brutos anuales, respectivamente, para el ejercicio 2003. Incluso actualizando dichos importes a 2008 con el IPC real de estos últimos ejercicios, nos encontramos, según de Cominges, "con unas cantidades [16.125,5 y 15.346,35 euros brutos anuales, respectivamente] que no corresponden a los salarios de estos profesionales".

El mercado, lógicamente, ha obviado la 'precariedad' de las tablas salariales actuales, y los sueldos de estos directivos no tienen que ver con este baremo, "aunque es muy difícil verificar la realidad en nómina de dichas retribuciones, dado que esta información es de escasa accesibilidad", puntualiza el representante de FNEP.

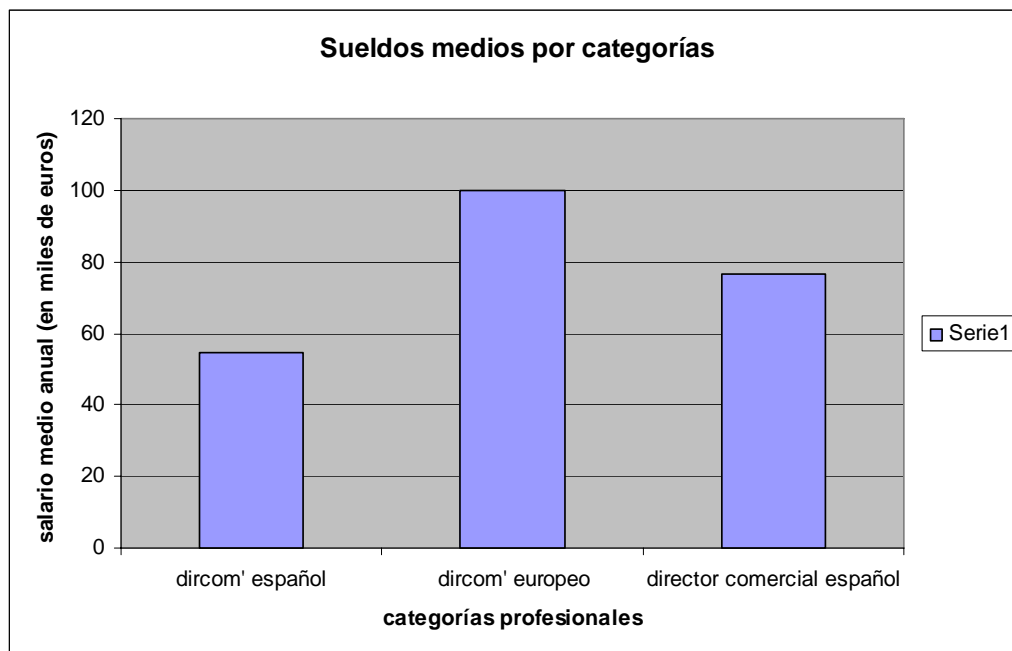
Para el nuevo convenio, la FNEP va a proponer la supresión del complemento por antigüedad que conllevará como compensación un aumento sobre las tablas salariales cuyo importe aún no ha concretado en el proceso de negociación. "Las empresas ya no priman la permanencia sino la productividad", justifica de Cominges, y otras actividades están eliminando este complemento en sus convenios colectivos.

Por su parte, las agencias de buzoneo, antes bajo el amparo del gran paraguas del convenio de publicidad, tienen desde el pasado julio su propio convenio colectivo, que no puede contravenir el de rango superior, es decir, el de publicidad, ni las denominadas materias inmodificables, como las normas de seguridad laboral. En todo caso, un paso que aporta autonomía a este segmento, que se dota de un espacio propio donde discutir y negociar esos aspectos concretos de su profesión que no comparte con otros. Y, a lo mejor, una línea a seguir por otras áreas, y, por qué no, por los 'dircom'.

Fuentes consultadas:

- Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM)
- Asociación Española de Empresas Consultoras en Comunicación y Relaciones Públicas (ADECEC)
- UGT
- Observatorio salarial ICESA
- Guía Salarial 2008 de Adecco
- Federación Nacional de Empresas de Publicidad
- Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la Gestión de Intangibles en España y Latinoamérica 2007, de Justo Villafrañe

Gráficos:



Fuentes:

Observatorio Salarial ICESA  
ADECEC  
European Association of Communication Director  
well-comm

<b>Responsables de comunicación</b>															
<b>Salarios mínimos y máximos anuales por sector de actividad</b>															
Industria		Comunicación cultura y deporte		Comercio y turismo		Transporte		Banca y seguros		Sociedades de servicios		Otros sectores		Construcción	
Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.
26	39,6	23,9	35,9	23,5	34,9	24,8	35,5	26,4	38,9	34,6	38,4	24	39,1	23,6	34,6
<i>En miles de euros anuales</i>															

Fuente: Adecco

<b>Salarios mínimos y máximos anuales por categoría laboral</b>		
	Mínimo	Máximo
Responsable de comunicación	24,5	41,8
Responsable comercial	24,5	37
Responsable de desarrollo de negocio	32,2	54
<i>En miles de euros anuales</i>		

Fuente: Adecco

<b>Responsables de comunicación</b>											
<b>Salarios mínimos y máximos anuales por comunidad autónoma</b>											
Madrid		Cataluña y Baleares		País Vasco y Navarra		C. Valenciana y Murcia		Andalucía y Extremadura		Otras Regiones	
Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.
25,6	39,7	25,2	37,4	24,5	35,5	22,8	32	22,2	33,8	22,8	32,8
<i>En miles de euros anuales</i>											

Fuente: Adecco

Prensa wellcomm  
Ainoa Santonja / Sara Moreno  
91 - 5500204  
[prensa@well-comm.es](mailto:prensa@well-comm.es)  
[www.well-comm.es](http://www.well-comm.es)