

INFORME TENDENCIAS EMPLOYEE EXPERIENCE 2022



Up

Making
every day better

El informe Employee Experience 2022

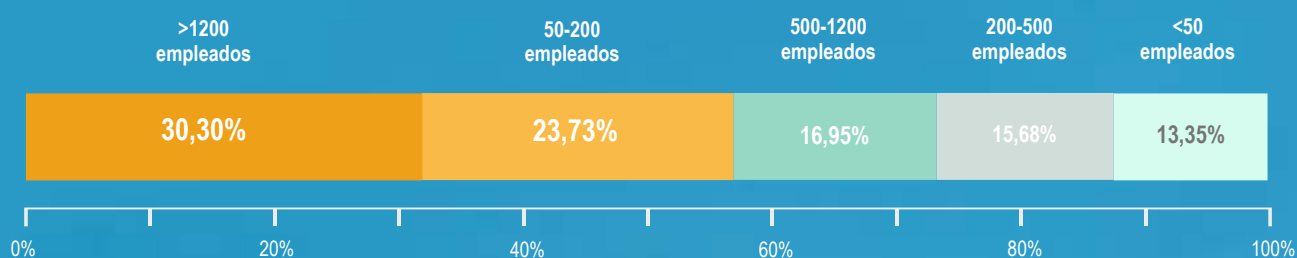
Up Spain lanza el informe Employee Experience 2022 con la intención de ayudar a los departamentos de personas en la atracción y fidelización de talento.

Up Spain presenta el estudio Employee Experience 2022 que recoge el estado y percepción de los empleados españoles con respecto a su empresa, el negocio y todos aquellos elementos que afectan al engagement, en el presente y futuro.

El informe es un elemento de consulta y orientación para los departamentos de personas que quieran conocer, de primera mano, todos los factores que inciden directamente en su plantilla.

El objetivo es plantear soluciones de futuro próximo, englobado como las tendencias en materia de compensación y beneficios en los próximos años en las empresas españolas, dependiendo de la generación de cada uno de los miembros de la plantilla.

Este estudio recoge las impresiones y opiniones de más de 1000 empleados y representa a compañías de diversos tamaños:



Descubre el informe ▼

ÍNDICE



1.
Beneficios que se valoran después de la pandemia

2.
El empleado en el centro

3.
La compensación y el reconocimiento en un futuro no muy lejano

4.
Conclusiones

5.
Metodología

«Bienvenidos a la nueva era»

Nos encontramos, tras más de año y medio de pandemia, con un escenario algo más reconfortante que el que nos dejaba la crisis sanitaria durante los meses de abril y mayo de 2020.

Atrás queda el recuerdo de las calles vacías; si bien se trata de una alegría contenida porque todavía esto no ha llegado a su fin, es cierto que el optimismo despunta y, paso a paso, recuperamos el terreno cedido en los últimos meses.

Pensar en obras como Casablanca, El Padrino, Ciudadano Kane o Pulp Fiction o en grandes guionistas de la talla de **Mario Puzo, Francis Ford Coppola, Orson Welles o Quentin Tarantino** y ninguno de ellos se hubieran acercado a la realidad que vivimos en 2020.

Pero eso ya es pasado. Ahora toca mirar hacia delante con la misma ilusión y energía con las que todos y cada uno de los empleados hemos seguido dando el do de pecho desde nuestras casas. Ya existían entonces muchas dudas y sombras sobre el impacto del teletrabajo y si realmente podría ser una alternativa laboral real. La crisis sanitaria, de golpe y sin anestesia, obligó a todas las compañías a ponerlo en marcha sí o sí. Y no es ningún secreto que, a veces, la percepción de los empleados sobre la aplicación de las políticas de teletrabajo difiere de la que pueda tener la dirección; pero como escribía Antonio Machado y luego cantó Serrat:

“Caminante, no hay camino, se hace camino al andar”.

Y si hay un departamento que sabe mucho de remar, incluso a contracorriente, ese es sin lugar a duda **Recursos Humanos**. En su histórico, y en un pasado no muy lejano, nos encontramos con un departamento que tiene como segundo nombre resiliencia. Tras regulaciones de empleo, temporales o no, bajas y demás situaciones complicadas, ha demostrado que nunca da la espalda a los empleados que necesitan apoyo y soporte en esta nueva realidad.



La visibilidad del departamento de Recursos Humanos ha crecido exponencialmente y, por fin, desde muchas empresas se ve como una pieza estratégica. Al igual que el cliente está en el centro, las empresas son conscientes de la importancia que tiene cuidar a “su cliente interno”, a su capital más importante, a su equipo, a las personas.

Esta preocupación por las personas, esta visión de poner al empleado en el centro rompe con el ya manido y caduco “café para todos” que hemos vivido en el ámbito empresarial desde tiempo inmemoriales.

Up Spain lleva acompañando a las empresas desde hace más de 30 años y ha logrado transformar los beneficios tradicionales en experiencias únicas, que permitan a los departamentos de Recursos Humanos identificar y satisfacer a los empleados de la empresa actual, que tiene una gran diversidad generacional.

Los cambios no conllevan mayor carga administrativa ni más coste. Simplemente, se trata de escuchar al empleado, igual que nosotros hemos escuchado a nuestros clientes. **Una vez más, Up Spain se siente cerca de sus clientes y usuarios y continúa innovando y cumpliendo con su filosofía “haciendo cada día mejor”.** **Somos capaces de llevar el engagement, tan importante entre empresa y empleado, al siguiente nivel.**

Bienvenidos a una nueva era:
engaging people.

En Up Spain escuchamos de forma activa a nuestros clientes para adaptarnos a sus necesidades, lo que conlleva un profundo proceso de Transformación Digital, liderado por Ana Isabel Iglesias, CEO de Up Spain.



Ana Isabel Iglesias

CEO Up Spain

«La Transformación Digital, ya sea acometida en parte o por toda la empresa, supondrá una serie de profundos cambios en procesos, personas, en los recursos y en la tecnología, lo que implica necesariamente cambio y evolución.»



**Making
every day better**

A close-up photograph of two hands, one slightly larger than the other, cupping a small, textured gold heart. The hands are positioned against a bright blue background. The heart is the central focus, held gently in the palms.

1.

Beneficios que se valoran después de la pandemia

***Cómo hemos cambiado
Lo realmente importante
permanece***

Tras todos los movimientos vividos, con modificación de objetivos, hojas de ruta e incluso cambiando la forma de relacionarse, tanto con el mercado, como con los empleados, **es momento de hacer balance y ver si lo que teníamos establecido sigue siendo válido.**

Los beneficios sociales han sido, son y serán una pieza clave para los empleados y las empresas, no sólo por las ventajas fiscales que muchos tienen, sino por el valor que los nuevos beneficios aportan a los empleados.

La diversidad generacional que vivimos nos obliga a tener un espectro muy alto de beneficios que permitan satisfacer las necesidades de todos los empleados, independientemente de su edad y sexo.

***Digitalizar todo por digitalizar
es volver al “café para todos”,***

es no escuchar a nuestros empleados y darles solamente lo que nos interesa a nosotros o más nos conviene.

Una de las grandes ventajas de esta época es poder ofrecer exactamente lo que un empleado desea, ya sea un cheque, una tarjeta o pago móvil. Todas estas soluciones aportan un nivel de satisfacción amplio que hace que los empleados consideren indispensables. No hay que olvidar que, en el tema del ahorro y la gestión, cada maestrillo tiene su librillo.

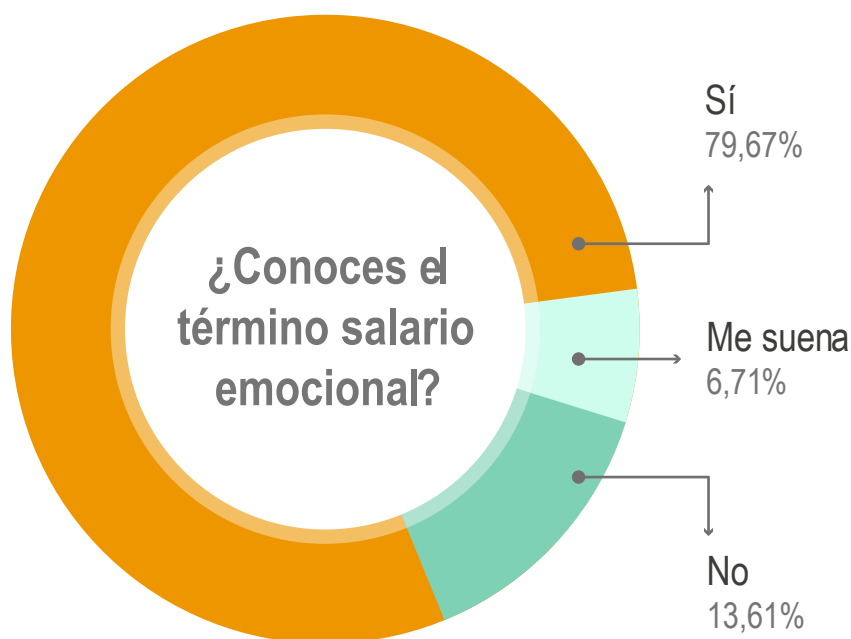
Como cada empleado es un mundo, hay que escuchar; y por descabellado que sea, ver con qué sueña o qué desea un empleado. A partir de ahí, sólo hay que transmitir esa idea a Up Spain y nosotros pondremos en marcha nuestra 'máquina de inventos' para crear nuevas soluciones que den valor a nuestro cliente en su estrategia de atracción y fidelización de talento y hagan al usuario disfrutar de una experiencia única.

1.1 El salario emocional, a escena

Si hay un término que está en boga es el salario emocional. Las empresas y los empleados lo valoran mucho, ya que es un factor diferencial en el ámbito laboral.

Llamamos salario emocional a todas aquellas retribuciones no económicas que el trabajador puede obtener de la empresa y cuyo objetivo es incentivarle de forma positiva.

En un mundo dominado por los KPI, la presencia de un elemento como el salario emocional permite a las empresas engalanar su oferta, su clima laboral y, por ende, su propuesta de great place to work.



Más de un 85% de los encuestados conoce este término, que se está convirtiendo en estratégico en las políticas de employer branding.

Un 79,67 %

identifica perfectamente este concepto y tiene más o menos claro todo lo que gira en torno a él.

Un 6,71 %

sabe de su existencia, pero no tiene muy claro qué abarca este término.

Un 13,61%

desconoce o no tiene nada claro qué significa o qué hay detrás del concepto de salario emocional.

► EL SALARIO EMOCIONAL PARA LA RETENCIÓN DEL TALENTO

La sociedad, y la vida en general, continúan su inevitable cambio hacia unos nuevos conceptos de comportamiento humano. Esta adaptación a los actuales tiempos y prioridades de las personas afecta muy directamente a las empresas y mundo laboral.

Un ejemplo claro de este cambio de tendencia y preferencias es que **los empleados ya no ven el dinero como el único factor a la hora de elegir o rechazar un trabajo**, cada vez están dando más importancia a cuestiones no económicas que les ofrezcan una mejor calidad de vida. Estos factores que nada tienen que ver con la remuneración a final de mes son los que engloban el concepto denominado **salario emocional**.

► ANTE UN CAMBIO EN LA GESTIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH

Si una empresa quiere ser moderna hoy en día tiene que tener una visión de los recursos humanos actual y adaptada a las necesidades que sus trabajadores demandan. **El empleado moderno quiere más tiempo para sí mismo y para su familia**. Por tanto, el horario flexible enfocado a la conciliación de la vida personal y las vacaciones son fundamentos básicos en una gestión de RRHH que quiera dar importancia al salario emocional.

Otro aspecto que valoran las nuevas generaciones de trabajadores es la progresión y la formación interna. Saber que puedes entrar en una compañía y empezar desde abajo para acabar teniendo un puesto de mayor responsabilidad, es una de las mejores formas de **motivación y retención** que posee un departamento o un responsable de RRHH. Además, trabajando la relación con los empleados de esta forma, se reducen costes relacionados con la contratación y se mejora la productividad al disminuir notablemente el absentismo y la rotación.

«Saber que puedes entrar en una compañía y empezar desde abajo para acabar teniendo un puesto de mayor responsabilidad es una de las mejores formas de motivación y retención»



► BUEN ENTORNO DE TRABAJO Y MEJOR AMBIENTE

Nadie puede dudar que un equipo de trabajo unido, comprometido y donde todos se lleven bien es más productivo que otro en el cual cada miembro mire por lo suyo.

Un espacio de trabajo cómodo adaptado a las nuevas tecnologías y un trato con los superiores amable y asiduo son sinónimos de una cultura laboral eficaz, que va de la mano del concepto de salario emocional.

Por otra parte, **el teletrabajo está cada vez más presente en las empresas actuales**. No solo hablamos de días sueltos en los que por motivos personales o de salud tienes que trabajar desde casa, sino de que la jornada laboral se realice íntegramente a distancia.

Muy demandado entre los trabajadores más tecnológicos, **el teletrabajo se convertirá, más pronto que tarde, en un aspecto cotidiano en la mayoría de las organizaciones**.

Todos estos factores y muchos más como la guardería, beneficios sociales, la gamificación o el reconocimiento al esfuerzo y al trabajo bien hecho, son los que, aparte del salario económico (pilar fundamental a la hora de elegir o no un empleo), pueden decantar la balanza en un proceso de selección.



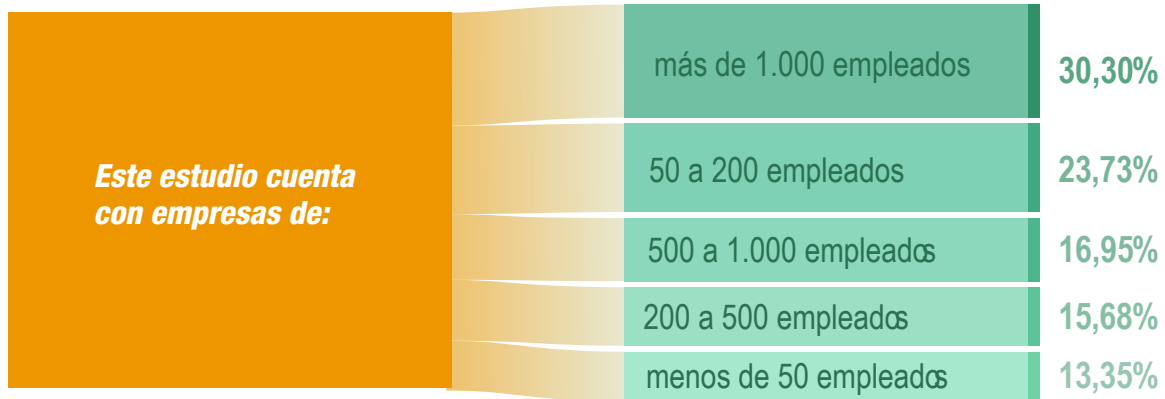
JOAQUÍN BAU

***Human Resources Director
BMW Ibérica***

«El salario emocional supone todo el valor intrínseco, desarrollo del profesional, estilo de liderazgo, empleabilidad de sus trabajadores, y reconocimientos no tangibles»

1.2 Recursos Humanos, departamento encargado de gestionar los beneficios sociales

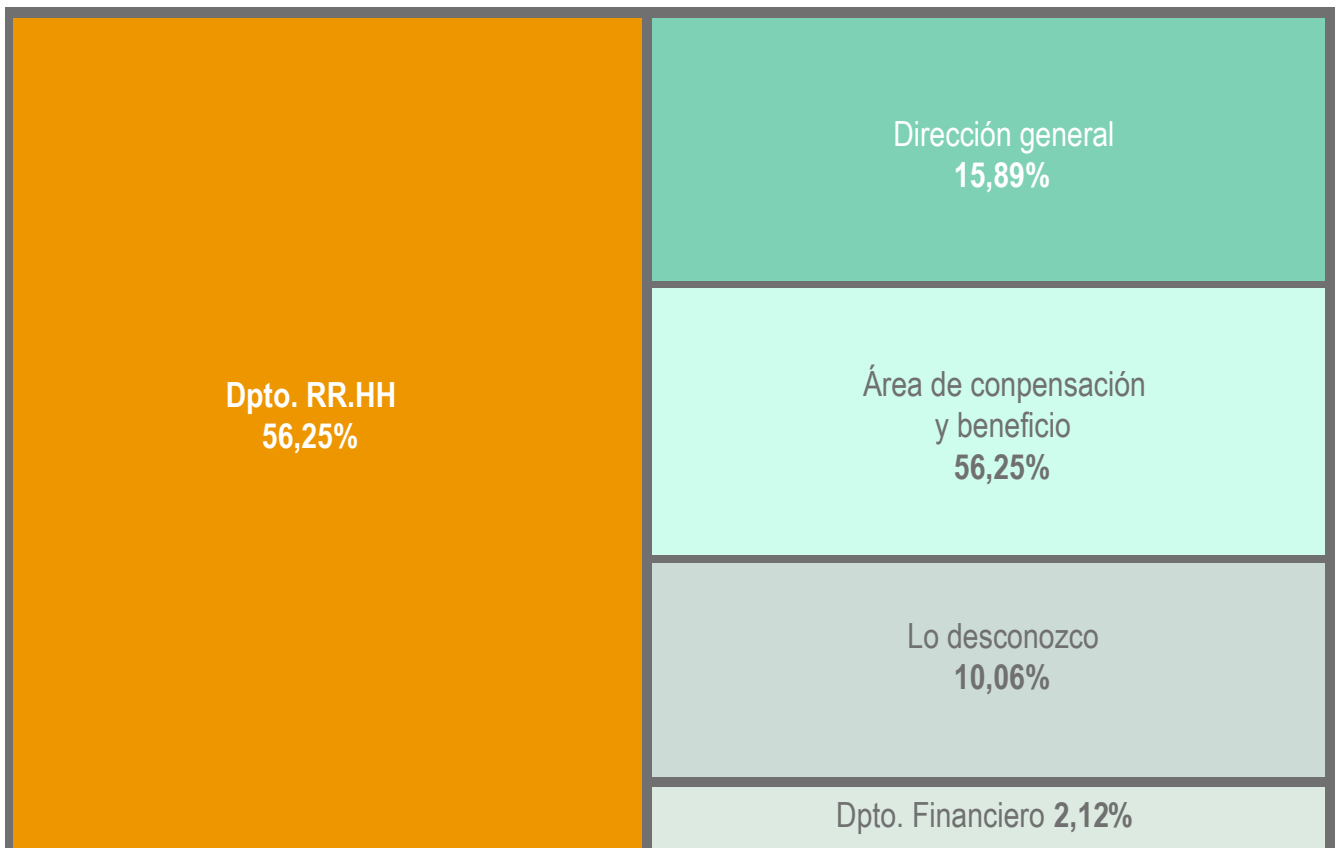
Dependiendo del tamaño de la compañía, hay funciones que recaen en un departamento o en otro.



Los más de 1.000 encuestados han situado, con un 56,25%,

al departamento de RRHH como encargado de liderar los beneficios sociales y su gestión dentro de las compañías.

La dirección general y el área de compensación y beneficios se sitúan con un 15% cada uno, mientras que el departamento financiero, prácticamente, no es protagonista en esta faceta.





Mónica Torre

***Directora de RRHH
Up Spain***

«Que las personas estén alineadas con el proyecto de la Compañía, depende en gran medida del salario emocional. El salario emocional apela directamente a la cultura, al propósito y al respeto al mayor activo de las compañías, las personas.»

1.3 El valor tangible de los beneficios sociales, la retribución flexible en una nómina

Hay dos formas de implantar los beneficios sociales en las compañías:

- ▶ Como **ayuda social**
- ▶ O a través de la **retribución flexible**.

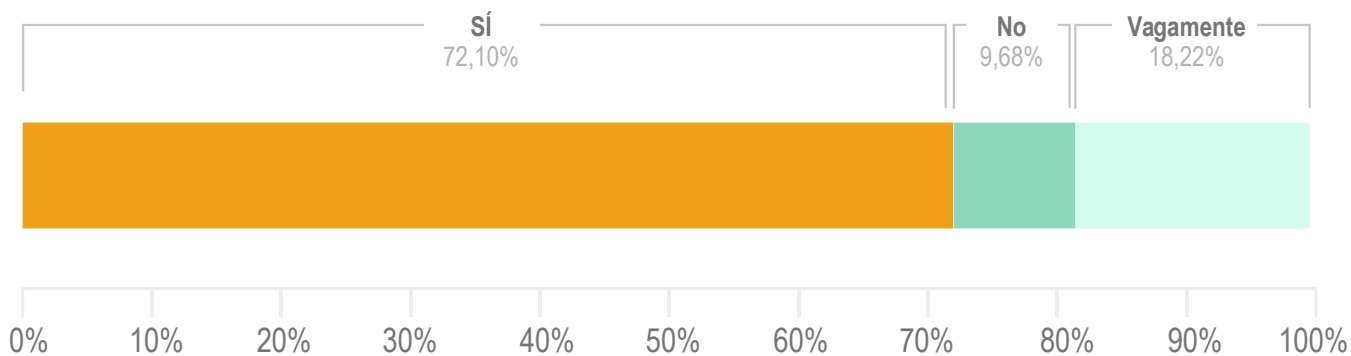
Es importante para poder valorar la efectividad de

algo, conocer cómo nos afecta y así saber si se está aplicando correctamente y si nos compensa.

Según el estudio realizado, un **90,32%** conoce cómo afectan los beneficios sociales, la retribución flexible o las soluciones exoneradas y los sabe identificar en su nómina. De estos, un **18,22%** afirma tener un conocimiento relativo.

Sin embargo, un **9,68%** de los encuestados no sabe identificar estos puntos en su nómina.

¿Sabes identificar los beneficios sociales, la retribución flexible o los productos exonerados en tu nómina y cómo afectan?



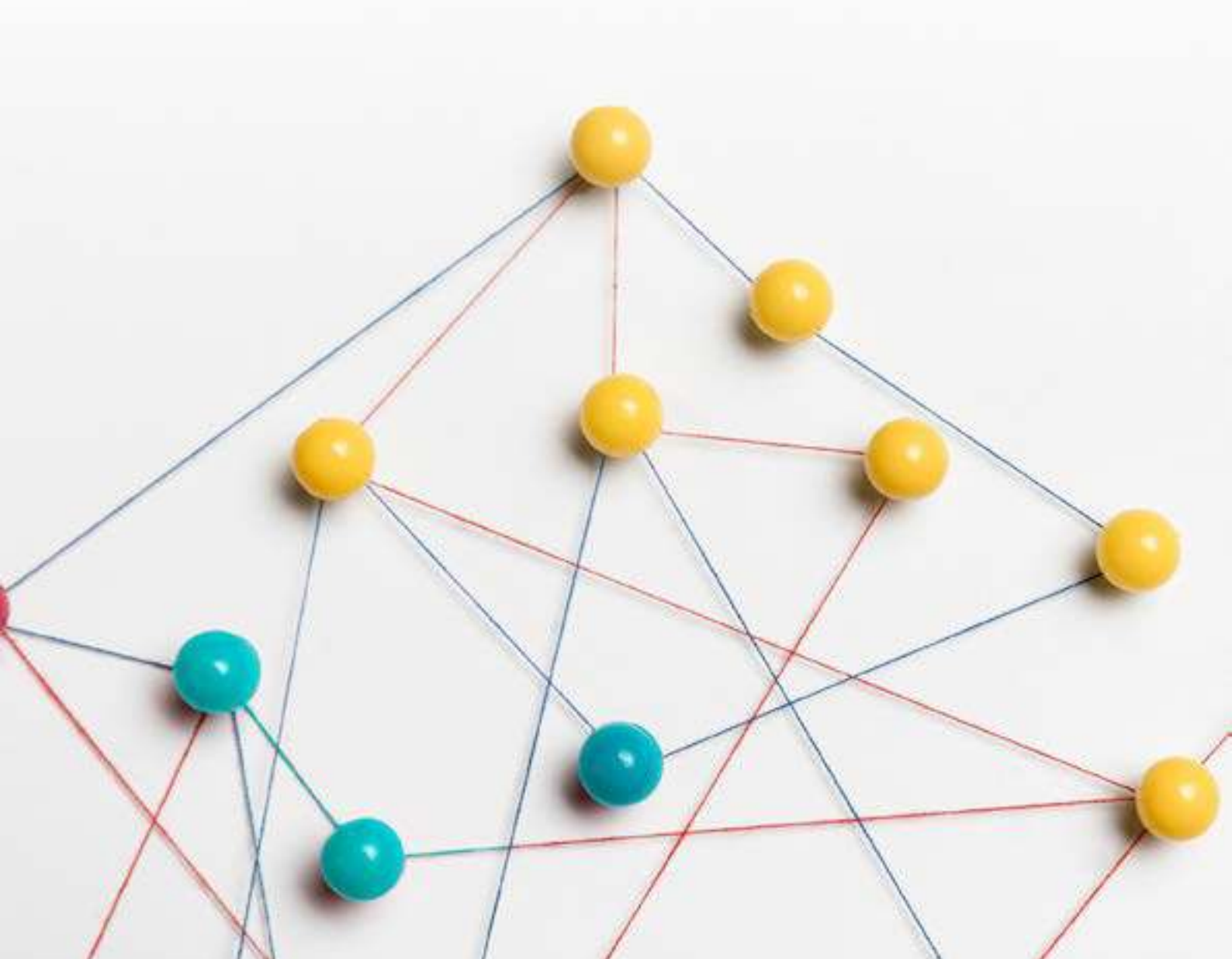
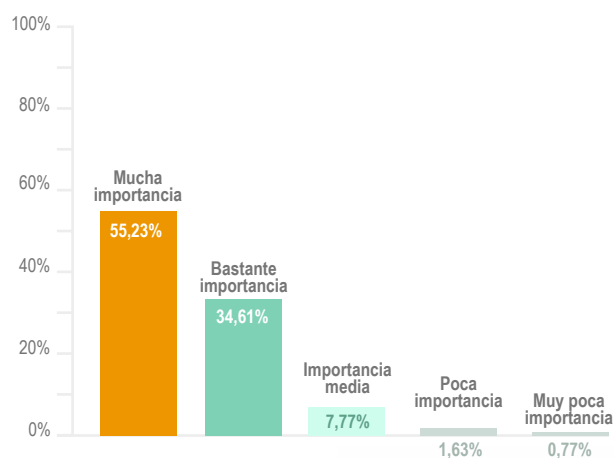
1.4 La importancia de un plan de beneficios

La existencia de un plan de beneficios es un elemento importante para los empleados de las empresas españolas.

«Solamente un 2,40% no le da importancia»

- ▶ Un 7,77% de los encuestados le otorga una importancia media.
- ▶ Para un 34,61%, disponer de un plan de beneficios es bastante importante.
- ▶ Y para más de un 55%, se trata de un elemento clave.

¿Qué importancia le das a que tu empresa cuente con un plan de beneficios?



El 97,60%

**DE LOS EMPLEADOS
CONSIDERA IMPORTANTE
DISPONER DE UN PLAN
DE BENEFICIOS**



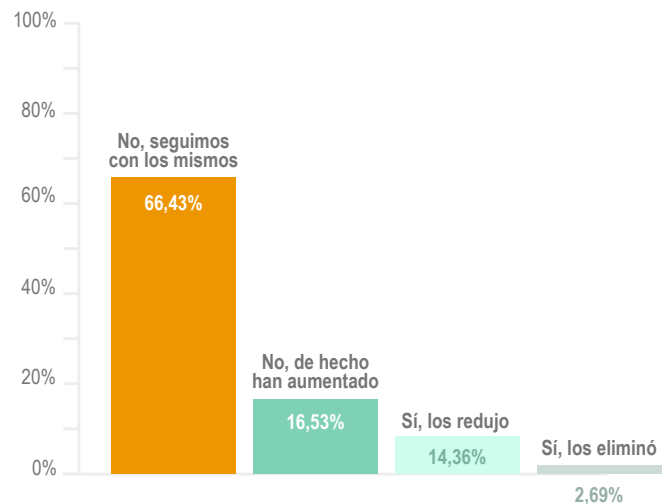
1.5 Los beneficios y su gestión durante la pandemia

Queda claro que los beneficios son un elemento estratégico de las compañías en sus políticas de employer branding y negocio. No hay ninguna duda de la importancia de este factor a la hora de decantarse por una empresa u otra.

«Pese a la gran crisis, el 66% de las compañías mantuvo los mismos beneficios que tenía establecidos antes de la crisis sanitaria»

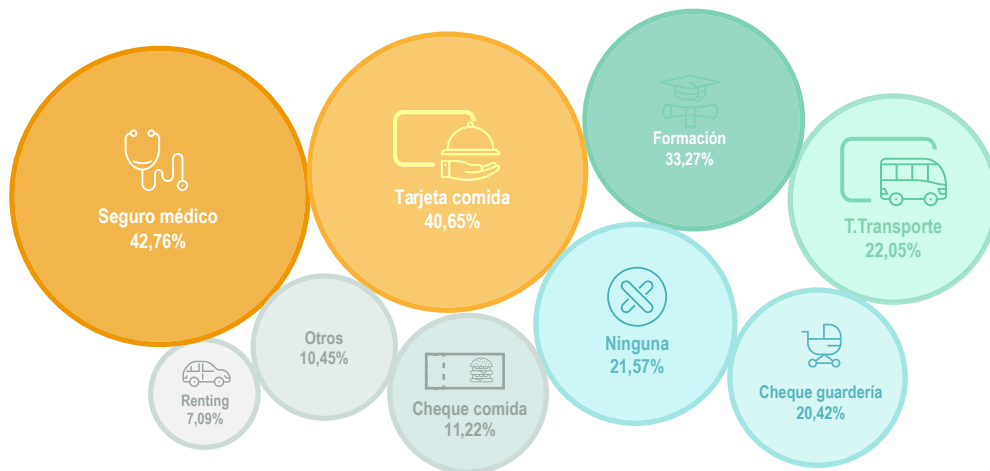
Un 16,53 % no solo no redujo, sino que aumentó los beneficios, especialmente la cuantía en el producto comida. La puesta en marcha de www.gourmetadomicilio.es permitió a los empleados seguir disfrutando de su comida favorita mientras teletrabajaban en sus hogares. Por el contrario, solo un 14,36% redujo sus beneficios; y un 2,69% se vio obligado a eliminarlos temporalmente.

¿Tu empresa ha reducido o eliminado los beneficios sociales a empleados durante el confinamiento o la situación actual?



1.6 ¿Qué beneficios disfrutan ahora mismo los trabajadores?

De un tiempo a esta parte, los beneficios se presentan como un elemento de atracción y fidelización de talento que va mucho más allá del salario. Todavía hay mucho margen de mejora y de inclusión de novedades, pero está claro que lo que hay, gusta. **Y se usa.**



Los beneficios más populares son, sin lugar a duda, el seguro médico y la tarjeta de comida, elegidos por más del **40%** de los encuestados, seguidos de la formación, con un **33,27%**. La tarjeta transporte se sitúa en cuarta posición con un **22,05%**, mientras que el

cheque guardería se encuentra en quinto lugar (**20,42%**), seguido por el cheque comida que obtiene más del **11%**. Después, se encuentran beneficios como el renting, el seguro de vida, el plan de pensiones, la fruta en la oficina, la financiación de empleados o el gimnasio.



2.

El empleado en el centro



Como hemos podido comprobar, las empresas se esfuerzan cada vez más en ofrecer a los empleados un entorno agradable para poder desarrollar su carrera, poder aprender y disfrutar de su día a día.

Las empresas buscan compartir sus experiencias, contando casos inspiradores del cuidado de las personas y de la exigencia en resultados. La manera

en la que hacen negocio determina su sostenibilidad; la sostenibilidad empieza generando entornos de confianza dentro de la compañía.

Los empleados se sienten importantes, parte de una familia. Hay empresas que son referentes en la gestión de las personas, y transmiten su apuesta de valor para destacar en un mercado competitivo y superar sus objetivos empresariales.



Lara Bellido

**Directora Comercial
Up Spain**

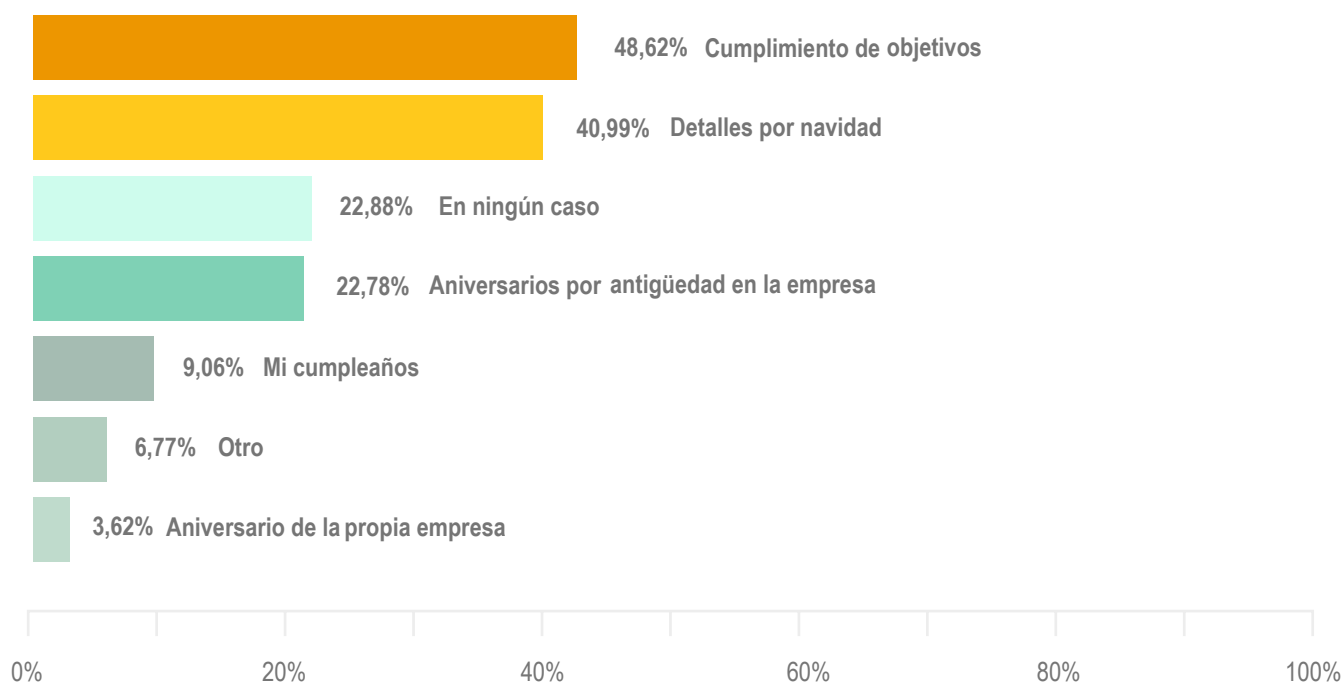
«El elemento clave de éxito en las compañías es que todos estemos comprometidos y para ello es fundamental un clima de confianza. Como empresa, somos los responsables de generar ese entorno de confianza brindando a nuestros equipos de mayor autonomía, flexibilidad y empoderamiento. Nuestros empleados serán más felices, productivos y se sentirán mucho más reconocidos. **Los empleados felices crean clientes felices**»

2.1 Dentro de esa evolución y con el empleado en el centro, las empresas diseñan remuneraciones adicionales con las que atraer y fidelizar el talento

El cumplimiento de objetivos es la más popular, con un 48,62%. Le sigue muy de cerca (40,99%) el detalle de Navidad.

Algo alejado de las dos respuestas más destacadas, nos encontramos con el aniversario dentro de la compañía, el cumpleaños y el aniversario de la propia empresa.

¿Tiene tu empresa una remuneración adicional por una fecha o momento señalado en concreto?

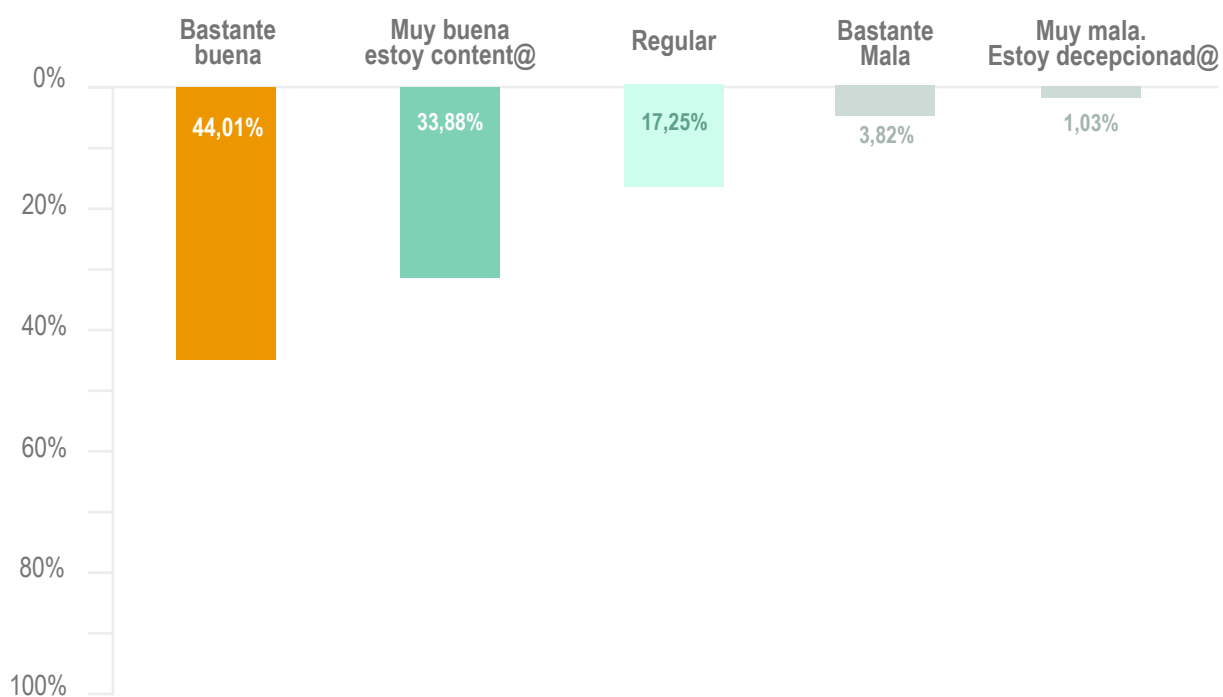


2.2 La percepción de la gestión de la pandemia desde la visión del capital humano

El avance de la COVID-19 en España se caracterizó por sucesivas olas de contagios, seguidas por debates sobre su gestión con escasa argumentación científica.

A esto se le suma el hecho de que las empresas no se encontraban preparadas para estas circunstancias y se vieron obligadas a poner en marcha medidas para adaptarse a ellas.

¿Cómo consideras la gestión de la pandemia en tu empresa?

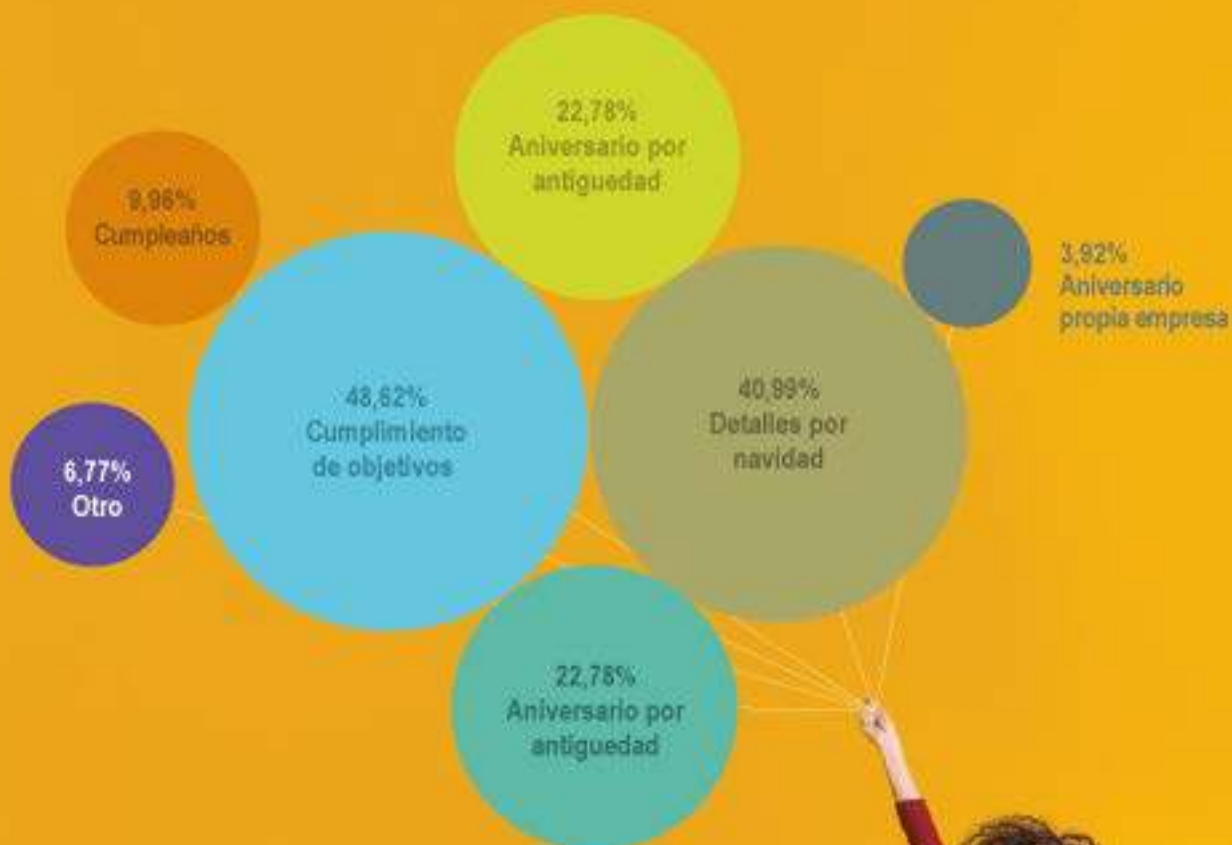


El 48,62%

DE LOS EMPLEADOS

RECIBEN UN RECONOCIMIENTO

POR CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS



2.3 ¿Han reaccionado las empresas durante la pandemia?

Tal y como señalaba el Ministerio de Sanidad en relación con la protección de las personas trabajadoras con riesgo de exposición a la COVID-19, **las empresas tuvieron que partir de una serie de premisas:**

- ▶ El coronavirus era un virus desconocido anteriormente en la patología humana.
- ▶ Las medidas de aislamiento, en los casos investigados, constituyen la primera barrera de protección tanto de la persona trabajadora afectada como de las restantes susceptibles de contacto con el paciente.

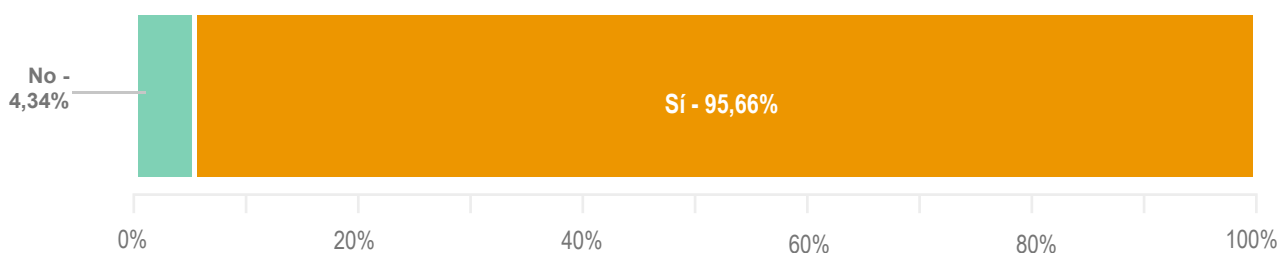
El objetivo de los protocolos era **facilitar la información necesaria** sobre la aplicación de la normativa laboral en relación con las diferentes situaciones en las que podían encontrarse las empresas y las personas trabajadoras.

El 77,89% considera que la gestión de la pandemia ha sido más que buena.

El 95,66% de las empresas contó con un protocolo anticovid-19



¿Tu empresa ha contado con un protocolo antiCOVID-19?



▶ **El 95,66% de los encuestados afirma que su empresa contó con un protocolo antiCOVID-19.**

▶ El 4,34% no lo tuvo

2.4 El impacto de la pandemia en el negocio y el empleo

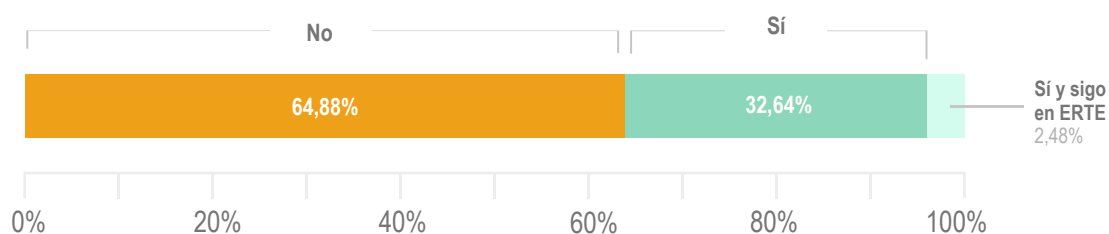
En momentos de dificultad, a priori circunstanciales, muchas empresas se preguntan si sería posible reducir temporalmente sus costes laborales. El ERTE permite este ajuste pasajero, pero conviene conocer sus implicaciones.

Durante la recesión (2008-2013), los Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) aumentaron exponencialmente en países como España, siendo en algunos casos el paso previo al cierre de la empresa. La coyuntura económica era, en efecto, muy adversa, y las compañías no contaban con garantías de que la situación remitiera a corto plazo.

El Expediente de Regulación Temporal de Empleo, más conocido como ERTE, es una medida de flexibilización laboral que habilita a la empresa para reducir o suspender los contratos de trabajo.

Este procedimiento queda circunscrito a un periodo de tiempo debidamente acotado. Cuando llega a su fin, la empresa está obligada a recuperar las condiciones contractuales previas a la implementación del ERTE, así como a **mantener los puestos de trabajo de los empleados que se han visto afectados**.

Durante estos meses ¿Has sufrido un ERTE en tu empresa?



► **64,8%** afirma que no ha sufrido un ERTE durante la pandemia.

► **32,6%** afirma que sí se ha visto afectado.



2.5 ¿Cuál es el foco en el que se centran las empresas?

Las empresas españolas vuelven a mostrarse optimistas sobre las perspectivas de la economía y la evolución de sus propios negocios de cara al próximo año, aunque muestran preocupación por el encarecimiento del precio de las materias primas, la inflación y el alza de los costes laborales.

El sentimiento positivo crece a medida que aumenta el tamaño de la empresa y se percibe especialmente en la industria y la hostelería.

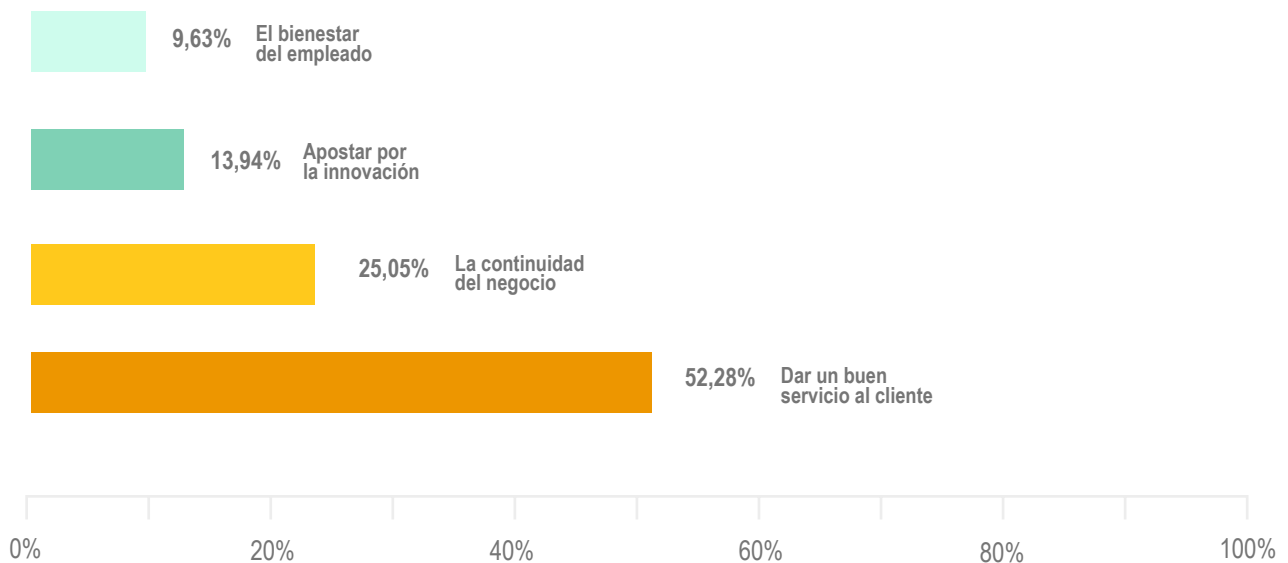
A nivel general, las empresas del sector industrial son las más optimistas, con previsiones de mejora de la actividad económica, el empleo, el consumo y la inversión.

«Siempre se dice que la cara es el espejo del alma; pues bien, los empleados son el reflejo de una empresa y su estado de ánimo»

Creemos importante conocer qué perciben los empleados en estos instantes, y el resultado es bastante claro:

- ▶ **>52%** afirma que actualmente su empresa está centrada en la continuidad del negocio, en arrimar el hombro y crecer.
- ▶ **25%** de los encuestados dice que su empresa apuesta por dar un buen servicio a los clientes.
- ▶ **13,94%** apuesta por la innovación como foco para las empresas.
- ▶ **9,63%** piensa que el bienestar para el empleado es la opción menos valorada

¿Qué crees que es lo que más le preocupa a la empresa en estos momentos?





JOAQUÍN BAU

*Human Resources Director
BMW Ibérica*

«Compensación (salario fijo, variable) beneficios, políticas de desempeño y reconocimiento, políticas de desarrollo y oportunidades de carrera y conciliación. Todo envuelto por la remuneración intrínseca y empleabilidad que supone el trabajar en una empresa, es decir, el employer branding»

2.6 ¿Ha venido el teletrabajo para quedarse?

La pandemia cambió todo lo establecido hasta la fecha, incluso obligó a abordar de forma urgente la reforma del artículo 13 del Estatuto de los Trabajadores, que ya se había quedado obsoleto e insuficiente, aprobando el Real Decreto Ley 28/2020.

Tras su tramitación parlamentaria, el 11 de julio de 2021 entró en vigor la nueva Ley de Teletrabajo.

El texto introduce pocos cambios respecto al anterior Real Decreto. La principal novedad es el endurecimiento de las sanciones para las empresas que incumplan la obligación de firmar un acuerdo de teletrabajo adaptado a la Ley.

► DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE TELETRABAJO Y TRABAJO A DISTANCIA

El artículo 2 entra a diferenciar lo que se considera teletrabajo respecto del trabajo a distancia ocasional y trabajo presencial. De cara a la aplicación de la norma el teletrabajo se llevará a cabo mediante el uso de sistemas informáticos o telemáticos.

«El teletrabajo a distancia será el que se presta en el domicilio del empleado o lugar escogido durante su jornada o parte de ella, con carácter regular»

► ¿A QUÉ TRABAJADORES AFECTA LA LEY DEL TELETRABAJO?

La nueva Ley de Teletrabajo se aplica a los trabajadores en Régimen General.

Para que sea considerado trabajo a distancia o teletrabajo, al menos un 30% de la jornada deberá realizarse en esta modalidad, dentro del periodo de referencia de 3 meses o el porcentaje equivalente, en función de la duración del contrato (artículo 1 de la norma).



2.7 El teletrabajo antes de la pandemia

Un 46,90 %

de los encuestados reconoce que en su empresa no había instaurado una política de teletrabajo, lo que demuestra que **la pandemia nos cogió a todos desprevenidos**.

A pesar de que el teletrabajo era un habitual de proyectos y análisis sobre el futuro de las relaciones laborales en las empresas, la realidad es que todavía quedaba un largo camino por recorrer antes de la pandemia.

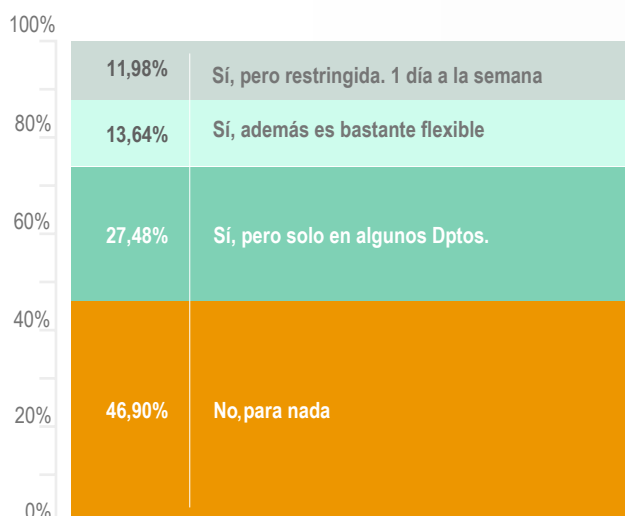
Un 27,48 %

afirma que en su compañía sí tenían una política de teletrabajo, pero solo en algunos departamentos

Un 13,64%

asegura que sí contaban con una política de teletrabajo y, además, bastante flexible.

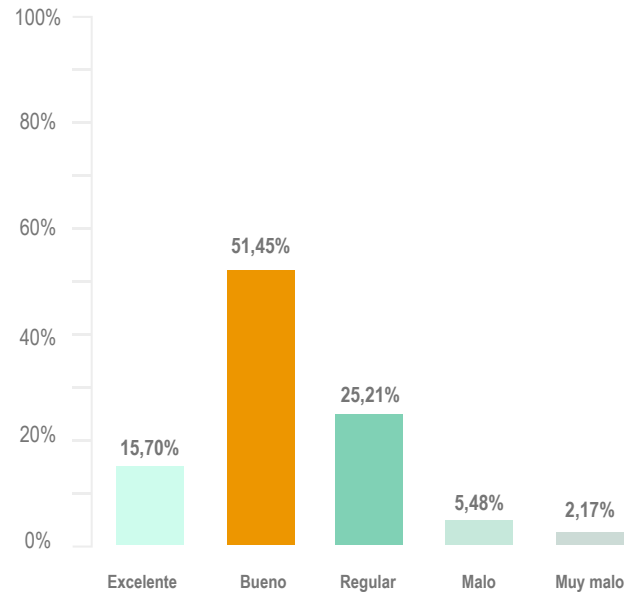
¿Tenía tu empresa una política de teletrabajo instaurada antes de la crisis sanitaria de la COVID-19?



A la hora de teletrabajar ¿en qué medida consideras que dispones de un buen puesto de trabajo en casa?

▶ **68%** considera que es bueno o excelente (51,45% y 15,70%, respectivamente)

▶ **25%** lo valora como regular, frente al casi 8% que lo define como malo.



2.9 ¿Qué nivel de involucración tienen las empresas con los puestos de teletrabajo?

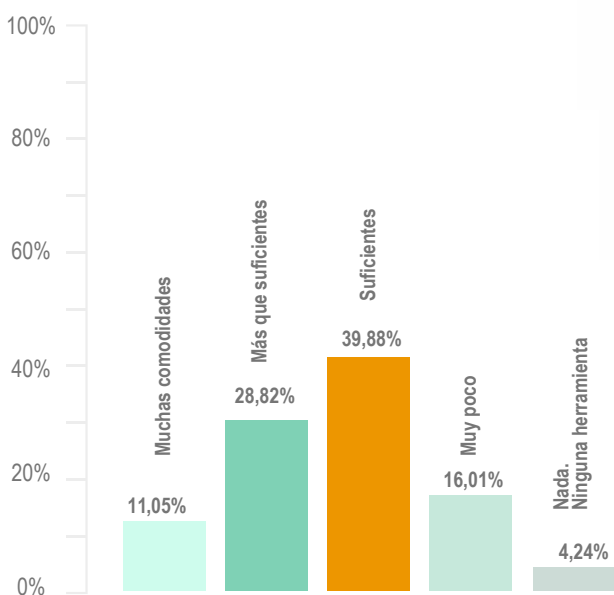
Ahora bien, esta situación ¿se debe a las facilidades que da la compañía o es cosa del propio trabajador el adecuar un espacio de un hogar para trabajar?

► El **11%** de los empleados considera que su empresa le da muchas comodidades, mientras que un **28,82%** afirma que su compañía le ha facilitado comodidades de forma excelsa.

El porcentaje más elevado lo encontramos en aquellos empleados que afirman que su empresa le ha facilitado lo suficiente, con un **39,88%**.

Por último, un **20,25%** suspende a su empresa a la hora de valorar si facilita herramientas adecuadas para teletrabajar de manera óptima.

¿En qué medida crees que la empresa te ha facilitado las herramientas que necesitas para teletrabajar de manera óptima?





MOISÉS ARRIMADAS

Director de RRHH y Transformación

«Cada día cobra más importancia la Experiencia de Valor al Empleado (EVP). Para muchos es el punto de partida de cualquier estrategia de marca del empleador, y el primer paso para generar compromiso y motivación. Es crítico definir al detalle cada uno de los atributos que el mercado laboral y los empleados percibirán respecto a la experiencia prevista que las organizaciones prometemos. Y ojo, tenemos que cuidar, definir e implementar tanto las partes tangibles como los sentimientos abstractos que genera, tanto presentes y futuros.»

«¿Por qué debería trabajar/ sigo trabajando para esta empresa?»

«Ello implica que la EVP debe ser una descripción y una ambición en uno. En definitiva, la EVP es en realidad ese conjunto de factores que guían las actividades de los empleados hacia la Misión de la empresa, y cada día, en tiempos de propósito, VUCA-RE, y guerra de talento, pasa a ser una pieza fundamental de la estrategia de Gestión de Personas.»

«Brecha digital en tu empresa»

A estas alturas, y más en las circunstancias actuales, todos conocemos las enormes ventajas que ofrecen las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), como son el mayor acceso a la información, la reducción de costes en el sector laboral o la mayor conectividad entre las personas.

Aunque pensamos que gracias a la tecnología todos podemos estudiar, trabajar (presencialmente o desde casa), comunicarnos o comprar online, la realidad no es igual en todo el mundo. De hecho, **casi la mitad de la población mundial no tiene acceso a la red**, según advierte la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

La desigualdad en el acceso a Internet y las TIC afecta al 52 % de las mujeres y al 42 % de los hombres del mundo.

Esta grieta se vuelve más profunda cuando hablamos a nivel mundial. Los datos evidencian el abismo tecnológico que separa a unos países de otros.

Además, sale a la palestra otro concepto distinto pero relacionado: la alfabetización digital. Este término hace referencia al proceso de aprendizaje que permite a una persona adquirir competencias para entender y aprovechar el potencial educativo, económico y social de las nuevas tecnologías.

► ¿POR QUÉ SE PRODUCE?

En un principio, el desequilibrio digital se percibió como algo pasajero que desaparecería según fuera incrementándose la popularidad de la tecnología y, de hecho, se atribuyó al subdesarrollo. La fractura persiste hoy en día a pesar de la comercialización masiva de dispositivos electrónicos con acceso a Internet. Algunas de sus causas son **el alto precio de los dispositivos, la falta de conocimiento sobre su uso o al déficit de infraestructuras para su acceso.**



Cuando hablamos de brecha de acceso hacemos referencia a las posibilidades que tienen las personas de acceder a este recurso. Aquí entran en juego, entre otras, las diferencias socioeconómicas entre las personas y entre los países, ya que la digitalización requiere de inversiones e infraestructuras muy costosas para las regiones menos desarrolladas y para las zonas rurales.

Por su parte, **la brecha de uso hace referencia a la falta de competencias digitales que impide el manejo de la tecnología.** En este sentido, y por poner un ejemplo, la UIT señala que hay 40 países en los que más de la mitad de sus habitantes no saben adjuntar un archivo a un correo electrónico.

En ocasiones, se poseen las competencias digitales para manejarse en Internet, pero no los conocimientos para hacer un buen uso de la red y sacarle el mayor partido posible, por ejemplo, en lo relativo al acceso a información de calidad.

La UIT estableció hace unos años el Índice de Acceso Digital (IAD), que mide la capacidad global de los ciudadanos de un país para acceder y utilizar las TIC. Este índice tiene en cuenta diversas variables agrupadas en torno a cinco categorías como son calidad, infraestructura, conocimiento, accesibilidad y utilización.

» Consecuencias de la brecha digital

La discriminación tecnológica constituye una forma de pobreza y exclusión social, al privar a una parte de la ciudadanía de recursos esenciales para desarrollarse y generar riqueza. En la pandemia esta brecha se ha puesto de relieve al encontrarse numerosos estudiantes y trabajadores con dificultades para teletrabajar y seguir las clases online.

Alguna de sus consecuencias son **la incomunicación, el aislamiento y la disminución de oportunidades para encontrar trabajo** o acceder a un empleo de calidad.

» Teletrabajo y brecha digital

Muchas empresas mantienen el formato de trabajo a distancia del confinamiento. Lo que parece la solución perfecta para reducir el número de contagios, no está al alcance de todos ya que es en las zonas rurales donde se encuentra el verdadero desafío para llevarlo a la práctica.

Para disminuir la brecha digital, en muchos lugares se han puesto en marcha iniciativas a nivel mundial para facilitar el acceso a la tecnología como programas de alfabetización digital, **el proyecto Alianza para un Internet Asequible y las iniciativas Free Basics y Starlink.**

» Ventajas de abordar la brecha digital

Hay que aprovechar los datos y usarlos para afrontar el futuro. Solo de esta forma los líderes podrán guiar a las organizaciones hacia un futuro donde no solo se puedan cumplir objetivos establecidos por la gerencia sino también incrementarlos.

Los datos son y serán importantes para prácticamente cualquier trabajo, pero en el de dirigir son esenciales.

» La era de la información

Vivimos en la era de los datos. Todo se puede medir. La transformación digital ha hecho que se puedan analizar informaciones que hace años ni se podían imaginar. Esa masiva cantidad de información generada hay que procesarla de una manera óptima y sacar conclusiones que ayuden a los responsables de gerencia a la toma de decisiones.

Además, esas decisiones a lo largo del 2020 se han multiplicado. Desde que arrancó la pandemia **el número de decisiones de los empresarios ha crecido considerablemente** puesto que no se esperaban estas consecuencias.

Se tuvieron que tomar decisiones muy forzadas y sin poder meditarlas mucho cuando la población se tuvo que confinar durante varias semanas. Aquí, y dependiendo del tipo de trabajo, el dominio de consecuencias empezó por si el teletrabajo era una opción. Si lo era perfecto, si no habría que optar por otras alternativas como despidos temporales o ERTES, entre otras.

Tomar decisiones es una cosa, pero tomarlas con rapidez y confianza es otra. También es cierto que hubo organizaciones que llevaban años preparándose en cuanto a transformación digital y potenciación de la flexibilidad horaria y las decisiones que tuvieron que aplicar esas empresas fueron más enfocadas a su expansión y contratación de nuevos trabajadores que a despidos.

Como hemos dicho, **la información es clave.** Los datos son poder y usarlos en consecuencia es básico para triunfar en un mundo masivamente competitivo en cualquier sector.



» Los datos internos como fuente infinita de información

El departamento de recursos humanos y el de informática deben ir de la mano en cuestiones relacionadas con la información interna de los trabajadores.

La información sobre los empleados es inmensa y muy valiosa. Hablamos de habilidades, rendimiento, opiniones, ubicación, cómo están interactuando con los compañeros, necesidades futuras, bajas, productividad... Es decir, un sinfín de datos que, gracias a la transformación digital y a potentes programas de análisis se pueden analizar para obtener información y así obrar en consecuencia.

Ese análisis de información interna, de todos esos datos, ha de servir para mejorar cuestiones relacionadas con la cultura y la forma de trabajar.

Porque ¿qué pasaría si el teletrabajo se consagrara como una manera de trabajar a largo plazo? ¿Cómo serían entonces la productividad y la cultura?

¿Cómo medir el rendimiento? ¿Llevaría esto a una fuerza laboral más dispersa? ¿Y si en varios meses ya hubieramos dicho adiós a la pandemia?

Muchas preguntas, demasiadas, sin respuesta. Obviamente no se trata de acertar todas y cada una de las cuestiones que puedan surgir en el medio plazo de una empresa. El objetivo ha de ser disponer de información para tomar decisiones de manera rápida y eficaz, es decir, planificar diferentes escenarios.

El uso de datos internos para la planificación proporciona a los líderes una visión incomparable de lo que necesitan para lograr un crecimiento y una transformación a medio y largo plazo.

Los datos también ayudan a comprender necesidades y a atajarlas en tiempo y forma. Por no hablar de lo necesario que es disponer de indicadores relacionados con la salud, tanto mental como física, de los empleados.





JUAN TINOCO

***HR Director Southern Europe
Hero Group***

«El contexto que vivimos no ha hecho sino acrecentar la importancia que tiene la Experiencia de Empleado y, en base a ella, la Propuesta de Valor a éste para poder ser competitivos en tiempos de tanta incertidumbre.»

3.

LA COMPENSACIÓN Y EL RECONOCIMIENTO EN UN FUTURO NO MUY LEJANO



Un trabajador que se siente **valorado y cuidado** es un trabajador satisfecho, eficiente y productivo. Por eso, las compañías apuestan cada día más por motivar y cuidar a sus equipos con incentivos y elementos que les aporte un valor añadido.

Las empresas, y en concreto los responsables de Recursos Humanos, se encuentran ante el reto de

«encontrar nuevas fórmulas que les permitan aumentar la satisfacción, el bienestar y la confianza de los empleados como vías para incrementar su productividad y atraer o fidelizar talento»

3.1 El bienestar del empleado

Se habla de empresas saludables, de hábitos saludables, de un entorno healthy pero, ¿es una acción de marketing o es una realidad?

El término bienestar laboral es bastante nuevo, pero todos los que están activos saben a que se refiere este bienestar. De un tiempo a esta parte **se empezó a dar la importancia que necesita al bienestar de los trabajadores en la empresa.**

Antiguamente era más importante la productividad de la empresa que las condiciones laborales de los trabajadores. Había que trabajar mucho para producir más y mejor. La eficiencia era lo que primaba y los beneficios de los trabajadores quedan renegados en un segundo plano.

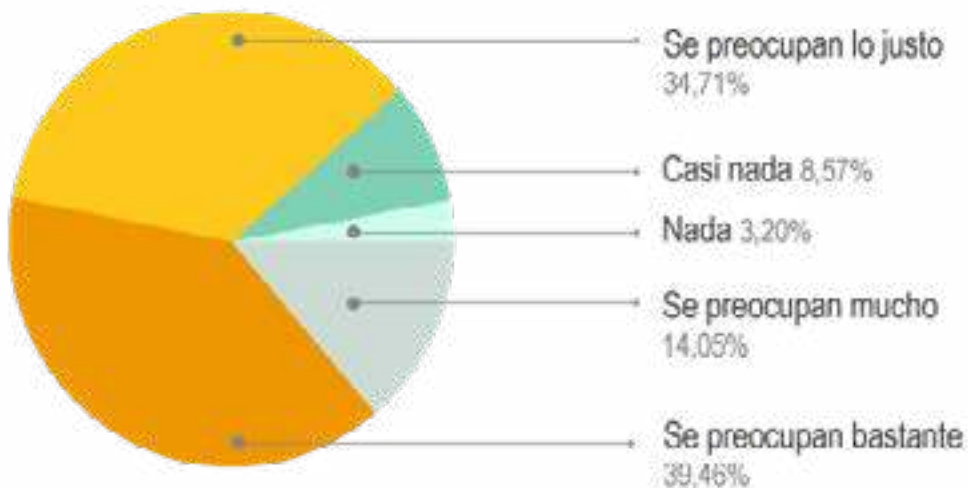
Nos encontrábamos con jornadas laborales infinitas, con un salario bajo, pocas vacaciones y sin pagas extra. Los tiempos cambian y las empresas apuestan por soluciones que inciden directamente en el bienestar de los empleados.

No hay mejor forma de aumentar la productividad que sentirse bien con el trabajo que uno hace.

«Es clave que las tareas que desarrollas te gusten, te motiven y que el clima laboral sea inmejorable.»



¿En qué medida crees que la empresa cuida o se preocupa por tu salud y/o bienestar ?



Más de un 53 %

de los trabajadores españoles considera que su empresa se preocupa bastante por su salud y bienestar.

Un 34,71 %

afirma que su empresa se preocupa lo justo

Un 11,57%

suspende a su empresa, al considerar que no se preocupa casi nada o nada por el bienestar de los empleados.

3.2 El bienestar del empleado

Según la Organización Mundial de la Salud:

“La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”.

En dicha definición, se establece por tanto la importancia no solo de la ausencia de enfermedades en las personas, sino a su vez, la relevancia de encontrarse bien consigo mismo y su entorno.

Esto es posible mediante la adopción de conductas y actitudes, denominadas hábitos de vida saludable, que llevadas a cabo de manera constante y regular benefician nuestra salud y favorecen nuestra calidad de vida.

El 74,28 % de los trabajadores afirma seguir algún tipo de rutina para cuidar su salud física, nutricional o mental.

¿Sigues algún tipo de rutina para cuidar tu salud física, nutricional o mental?



3.3 Los empleados reclaman atención y cuidado de la salud

Las empresas ponen en marcha programas con soluciones destinadas a la promoción de la salud global de los trabajadores, descubriendo los mejores consejos, dietas y rutinas destinadas al cuidado físico, salud mental, cardiovascular y a obtener una alimentación saludable.

Para las empresas, las soluciones de bienestar suponen una fórmula impecable para incrementar la productividad de los trabajadores, mejorar el clima laboral y la percepción de la empresa.

Experimentar y medir cómo la mejora del bienestar personal impacta directamente en el compromiso y el sentimiento de pertenencia es fundamental para los departamentos de personas.

De momento, un 32% de las empresas cuenta con un plan de bienestar. Es importante resaltar que este porcentaje va en aumentando.



«Comunicación interna en la empresa»

El contexto de una empresa es un ecosistema natural donde conviven personas en el que la correcta y organizada convivencia y la **comunicación interna** son factores clave para lograr el mayor rendimiento posible.

Cada vez más empresarios se dan cuenta de la **importancia de la comunicación interna**, esto se debe a que los empleados son un activo para la empresa y mantenerlos motivados ayuda a la productividad de esta. Por ello, es necesario cambiar la idea del liderazgo tradicional.

La comunicación es importante en cualquier ámbito, sin ella no transmitimos nada... Esto llevado al contexto empresarial se traduce en un factor decisivo para una mejor comprensión de las ideas y con ello **mejorar el rendimiento y productividad**. Por eso, tener un **plan de comunicación interna** en una empresa es importantísimo.

La comunicación se establece como un recurso fundamental para mejorar las condiciones de trabajo de todas las áreas de una empresa. Si ya es importante comunicar desde la empresa al exterior, que es un segmento muy trabajado por las actuales compañías, mucho más necesario y directo es todo aquello relacionado con la comunicación interna.

Lo que pasa dentro de una empresa, en cada departamento, ha de ser una información fluida, transparente y que posea las fuentes necesarias para poder transmitirla.

Las ideas o filosofía de una empresa también beben del modo y forma con el que se realiza la comunicación interna entre las partes interesadas.

«La comunicación interna aporta un valor incalculable para la mejora del rendimiento, además de favorecer unas mejores condiciones de trabajo».



Uno de los graves problemas que sufren una gran parte de las empresas es que gastan más tiempo y dinero tratando de educar a los consumidores sobre su marca, productos y servicios olvidándose de hacer lo mismo con su propia fuerza de trabajo, es decir, con su propio cliente interno.

Tener empleados mal informados sobre lo que está pasando internamente en la empresa representa un peligro considerable para la consecución de la estrategia de una organización y el futuro o los objetivos que se desean alcanzar.

La desinformación en el entorno laboral es uno de los primeros rasgos negativos entre los empleados, siendo un actor partícipe en el bajo rendimiento.

¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE?

▶ Con lo expuesto hasta ahora es muy fácil establecer el grado de importancia de la comunicación interna.

Es un factor básico y repercute enormemente en los diferentes procesos de negocio de una empresa.

La comunicación interna es responsabilidad de los departamentos de Recursos Humanos, Marketing o Relaciones Públicas, pero todos los departamentos de una organización pueden contribuir a ella.

A medida que pasa el tiempo, una estrategia de comunicación interna va cumpliendo objetivos y estableciendo nuevos retos con el fin de **lograr la máxima eficiencia posible**.

» Utilidad

Existe una gran utilidad en todo esto: el deseo de informar y de ser informados en todo aquello relacionado con la empresa.

Un sistema de comunicaciones internas que funcione bien es eficaz para **motivar a los empleados a esforzarse continuamente por alcanzar el objetivo** común de la organización.

La comunicación interna define como la empresa se comunica y establece el camino bidireccional de la información.

» Ventajas

Son todas ventajas lo que ofrece la comunicación interna, mejorando abiertamente la gestión de una empresa:

Promueve y mantiene la información

La primera ventaja es obvia, mantiene al personal informado. Los empleados desean información sobre la empresa para la que trabajan, los proyectos en los que están trabajando y los objetivos generales de ambos.

Aquellas empresas con una comunicación ineficaz y oscura, pierden rendimiento y el compromiso de los empleados.

Crea y desarrolla la cultura empresarial

En cierto sentido, la función principal de las comunicaciones internas es ayudar a que la cultura de su empresa sea transparente y cercana.

Mostrar las ideas y los valores de una empresa de un modo transparente ayuda a crear la cultura de empresa. La cultura empresarial se conforma por ambas partes, el lado de la empresa necesita la comunicación interna para mostrar todo su mensaje.

Crea compromiso

La información hace que el empleado sepa de la empresa y pueda expresar sus opiniones. Esto lo hace sentir parte de todo y **mostrar una mayor empatía y compromiso con la empresa.**

Este compromiso deriva en lealtad y en una mayor capacidad de retención del talento.

» Mejora el ambiente de trabajo

Un entorno de trabajo saludable debe ser siempre un objetivo principal de una empresa. Un sistema de comunicaciones internas eficaz fomenta **un entorno de trabajo abierto, comunicativo y transparente**, generando una ventaja competitiva de gran valor.



«Mostrar las ideas y los valores de una empresa de un modo transparente ayuda a crear la cultura de empresa.»

» Tipos de comunicación interna

Puede desarrollarse diferentes clasificaciones de comunicación interna atendiendo a distintos matices y conceptos. Pero creemos que la más comprensible y eficaz es la siguiente:

Comunicación descendente:

Este tipo de comunicación es aquella que fluye desde los “altos mandos” de una organización hacia los más bajos. Los mensajes comienzan en los niveles superiores de la jerarquía organizacional y se mueven hacia abajo hacia los niveles inferiores. Posee ciertas ventajas: **mantiene una disciplina organizativa y jerárquica**, asegura una mayor eficiencia porque las instrucciones y la información provienen de las fuentes de más nivel. También este tipo de comunicación acusa ciertas desventajas entre ellas una posible distorsión del mensaje si este recorre diferentes niveles de organización.

Comunicación ascendente:

En este caso, la información y los mensajes comienzan en la parte de debajo de la escala jerárquica organizativa. Este tipo de comunicación se caracteriza por fomentar la retroalimentación y las opiniones. A medida que crece la confianza, las relaciones entre empleados y directivos se fortalecen. Entre sus desventajas destaca la facilidad

con la que el mensaje pueda ser desatendido, riesgo de distorsión del mensaje o el retraso o lentitud con el que la información recorre el camino ascendente.

Comunicación horizontal:

Es la transmisión de información entre personas, divisiones, departamentos o unidades dentro del mismo nivel de jerarquía organizativo. Una gran ventaja es que **disminuye los malentendidos entre los departamentos que trabajan en el mismo proyecto**, lo que aumenta la eficiencia y la productividad. La comunicación horizontal facilita el trabajo en equipo al aumentar la satisfacción laboral y la motivación. Una desventaja de este tipo de comunicación es que puede resultar, para los altos mandos, un problema controlar el flujo y calidad de la información.

Por lo tanto, estamos viendo que existen diferentes formas de canalizar la comunicación interna, cada una de estas formas de comunicación deben ser desarrolladas **bajo una estrategia capaz de ser lo más completa y efectiva posible**.

De estas estrategias de comunicación interna se desglosa el éxito y eficacia. Veamos un poco más sobre la importancia de este tipo de comunicación y cómo generarla del mejor modo posible.

» Herramientas para desarrollar una óptima comunicación interna

Conocer la importancia de la comunicación interna es muy importante pero es aún más significativo saber cómo canalizar este tipo de información e ideas a lo largo de la empresa.

Las nuevas tecnologías han ayudado a crear una serie de alternativas muy novedosas y efectivas para poder dar un formato más que óptimo a la comunicación interna. Veamos algunos ejemplos de herramientas para facilitar la comunicación interna en las nuevas empresas:

- **Intranet.** En la época de las nuevas tecnologías y el Big Data una buena intranet ayuda a establecer contenido categorizado y facilita la búsqueda de importante y valiosa información.
- **Newsletter.** Indispensables en la rutina de las empresas. Son ideales para enviar a los empleados noticias interesantes sobre el sector para que se mantengan al día, eventos a los que asiste la empresa, valores o conceptos que se quieren transmitir, testimonios o novedades en la empresa.

- **Redes sociales corporativas.** Esta herramienta ayuda a los empleados a interactuar y colaborar provocando un Buzón de sugerencias. Esta nos ayuda a recoger las ideas, feedback u opiniones de los empleados, sabiendo cosas que pueden ser de gran ayuda para la empresa. Puede ser en formato físico o virtual. Su opinión es vital para la evolución y el desarrollo de la empresa.
- **Reuniones.** Es una de las herramientas de comunicación más utilizada por los empresarios. Sirve para que los altos cargos interactúen con el personal, y así acercarse al equipo. Pudiendo informar, capacitar, motivar o coordinar nuevos objetivos. La previa planificación de estas y la buena decisión del lugar de su realización son puntos a favor.



JOAQUÍN BAU

***Human Resources Director
BMW Ibérica***

«La **comunicación interna** es un vehículo para informar, y hacer campaña sobre no sólo los asuntos propios de una empresa en cuanto a RRHH sino a negocio. **Es un elemento clave para vivir la empresa en toda su extensión como trabajador.** Desdeñada por algunos, es la herramienta más potente para hacer partícipes a los empleados de los logros o del devenir de una institución.»

3.4 El papel de la comunicación interna

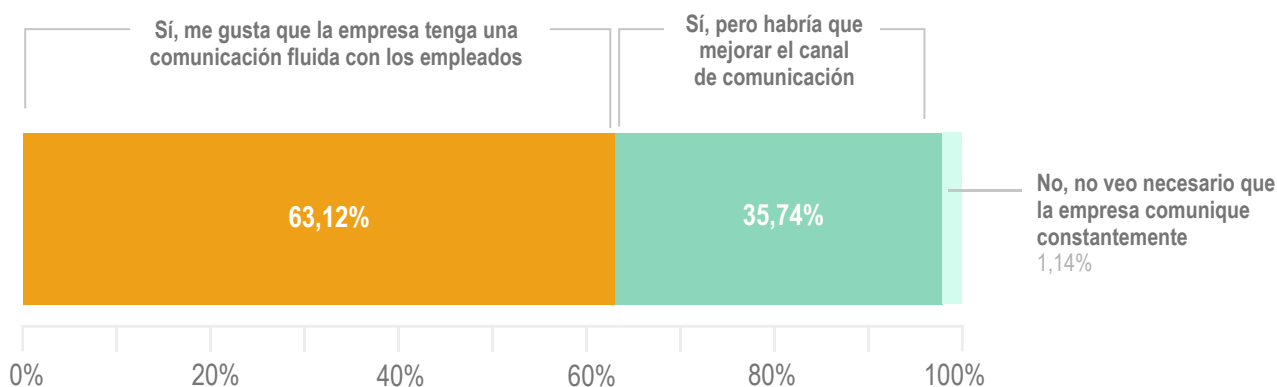
La comunicación interna es una de las mejores herramientas de las que dispone una empresa para vertebrar su estrategia. La comunicación interna, tanto en el plano horizontal como en el vertical, es esencial para que todos los miembros que la componen sepan cuál es la visión de la empresa, su misión y sus objetivos.

La comunicación interna también es clave para el clima laboral. La falta de comunicación repercute negativamente

en los empleados. El uso adecuado y continuo de los canales de divulgación se refleja directamente en el ambiente laboral, la motivación, fidelización y atracción del talento.

El flujo de comunicación generado durante la pandemia ha sido muy satisfactorio para los empleados y el 63,12% apuesta porque las empresas tengan una comunicación fluida con la plantilla.

¿Crees que es bueno seguir con este flujo de comunicación en las empresas?



«El 98,86% de los empleados y de las empleadas apuesta por tener un buen flujo de comunicación»



«La comunicación interna ha sido sin lugar a duda el gran elemento de cohesión entre empresa y plantilla durante la pandemia.

Al final, desde el departamento de comunicación y marketing hemos querido crear una vacuna de contenidos y storytelling que permitiese llegar a cualquier colaborador e, incluso, que nuestros clientes pudiesen aprovechar para sus organizaciones.»

MARIANO ZÚÑIGA ROGER | Director de Marketing y Comunicación de Up Spain



LORENZO RIVARÉS

**Director de Recursos Humanos
Internacional de Grupo EULEN**

«El compromiso y la satisfacción de los empleados depende de dos factores fundamentales:

Primero de las medidas y procedimientos que utiliza en la gestión de su personal.

Y **segundo** de cómo consigue que esas medidas y procedimientos sean entendidos por su personal. El compromiso de los empleados permite a la empresa conseguir sus objetivos y la satisfacción permite a los empleados vivir su Experiencia de Empleado acorde con sus expectativas.

Por tanto, la comunicación interna es uno de los ejes estratégicos del departamento de recursos humanos en cualquier compañía.

Por ejemplo, una empresa puede tener el mejor sistema de compensación del mundo, ejemplar tanto en su competitividad como en su equidad, pero si no lo comunica a sus empleados, este esfuerzo no va a impactar ni en el compromiso ni en la satisfacción de los mismos.»

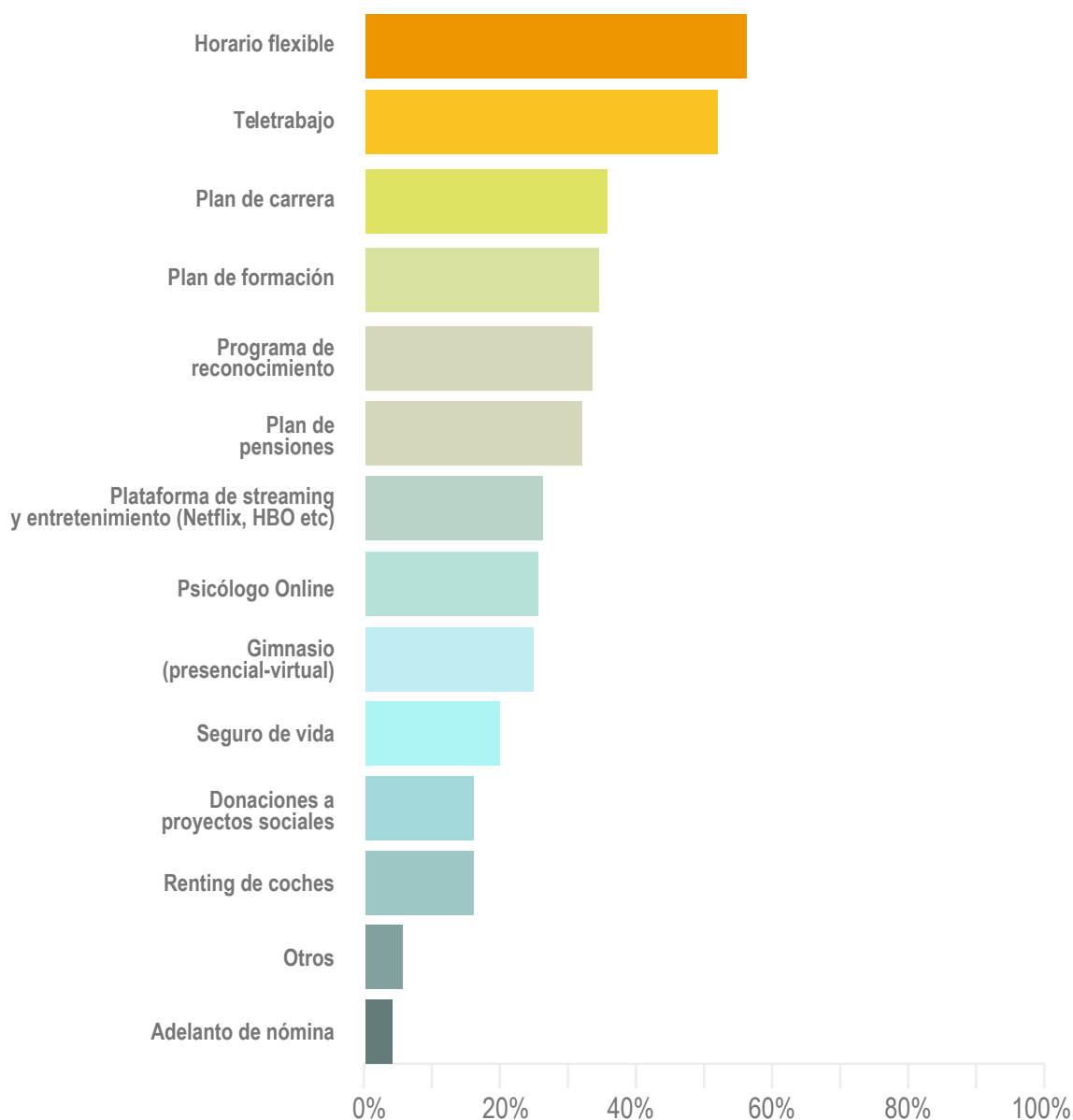
3.5 ¿Qué nuevos elementos incluirías en tu salario emocional para mejorar tu bienestar laboral/personal?

La opinión de los empleados es fundamental para conocer sus necesidades de primera mano. Está claro que los beneficios son fundamentales para los empleados, pero **no tiene las mismas necesidades una persona de 24 años que una de 43 o una de 58 años.**

En estos puntos nos encontramos a viejos conocidos de los departamentos de RRHH y otros que han aparecido después de la pandemia.

El horario flexible y el teletrabajo son los dos grandes elementos para la plantilla. De los encuestados, el **57%** y el **52%**, respectivamente, eligió estos componentes como sueños cercanos. Justo después, se encuentran el plan de carrera, el plan de formación, los reconocimientos y el plan de pensiones, todos ellos superando el **30%**.

¿Qué tipo de retribución no económica mejoraría tu bienestar laboral/personal?



EL BENEFICIO SOCIAL DEL EMPLEADO

1. **Horario Flexible**
2. **Teletrabajo**
3. **Plan de carrera**
4. **Plan de formación**
5. **Programa de reconocimiento**



«Beneficios sociales para el empleado»

El bienestar de los empleados se ha convertido en una herramienta estratégica para las empresas. Esto se debe a que cada día las empresas son más conscientes de que la calidad de vida, la reducción del estrés y la conciliación laboral son clave para aumentar la productividad de sus empleados y su fidelidad, y para combatir el absentismo laboral, entre otras cosas.

¿Cómo conseguir el bienestar de los trabajadores?

Una de las formas por las que están apostando hoy día las empresas, y que está dando grandes resultados, es otorgando beneficios sociales a sus empleados.

► ¿QUÉ SON LOS BENEFICIOS SOCIALES?

Los beneficios sociales pueden definirse como las remuneraciones o los beneficios que perciben los empleados de una empresa, a parte de su sueldo, por su trabajo. Estos beneficios no están relacionados con aumentos de sueldo o con pagas extra,

«Son beneficios que tienen un claro objetivo: mejorar la calidad de vida y cubrir algunas de las necesidades externas o internas de los trabajadores».

► VENTAJAS DE LOS BENEFICIOS SOCIALES PARA EMPLEADOS

A continuación, detallamos las ventajas que otorgan los beneficios sociales para los empleados:

1. Aumento de la productividad

Son muchos los estudios que ratifican que los trabajadores motivados son mucho más productivos, y es indiscutible que los beneficios sociales no solo generan más compromiso, también aumentan la motivación de los empleados.

2. Ventajas fiscales

Muchas empresas optan por aumentar salarios en lugar de ofrecer beneficios sociales a sus empleados, sin embargo, los beneficios sociales suponen un importante ahorro para el empleado y cuentan con la exención de IRPF como principal característica fiscal.

3. Mejoran la imagen de la empresa

Los beneficios sociales mejoran considerablemente la imagen de la empresa y hacen que esta se convierta en un destino de interés para futuros empleados.

4. Tributan a la seguridad social

Los beneficios sociales cuentan como parte del salario del empleado y por tanto dichos beneficios tributan a la seguridad social.

5. Favorecen la conciliación laboral

La mayoría de los beneficios sociales tienen el objetivo de mejorar la calidad de vida de los empleados y, a la vez, tienen un impacto positivo en la conciliación laboral. Apostar por la conciliación laboral de los empleados es favorable para la empresa porque se reduce el absentismo laboral y aumenta considerablemente la productividad.

► TIPOS DE BENEFICIOS SOCIALES

Existen muchos tipos de beneficios sociales. En este apartado tan solo hacemos una recopilación de algunos de los más habituales. Los citamos a continuación:

Seguros médicos

Es uno de los beneficios para trabajadores más habituales. Ayuda a que estos **mantengan su salud** en mejor estado, previniendo más ausencias al trabajo.

Dietas

Las dietas son otro de los beneficios más comunes en las empresas. Muchas son las que ofrecen **cheques/tarjetas para comida** o descuentos. Si bien normalmente no cubren todo el gasto, si supone un gran ahorro para el trabajador a final de mes.

Formación

La formación de los empleados es beneficiosa tanto para el propio empleado como para la empresa. El negocio podrá disfrutar y **'explotar' los nuevos conocimientos adquiridos por el trabajador**. Además, al trabajador le ayudará a sentirse valorado por la apuesta que se ha hecho en él.

Actividades de ocio

Es una tendencia al alza. Este beneficio conlleva realizar actividades de ocio que **ayuden a reducir el estrés y mejoren el estado físico y mental de los trabajadores**. Por ejemplo: clases de yoga, de pilates, o incluso el abono a un gimnasio, etcétera.

Reconocimientos empresariales:

Los reconocimientos empresariales consisten en otorgar títulos como "el empleado del mes", "el empleado más proactivo", etcétera. Estos títulos **incentivan a los trabajadores y aumentan su bienestar** dentro de la empresa, consecuencia del reconocimiento.

Facilitadores de vida

Este beneficio reúne todas las acciones que buscan facilitar la vida de los empleados. Por ejemplo: servicio de lavandería en el trabajo, escuelas infantiles o comedores. Ya existen organizaciones que apuestan por estos beneficios sociales, aunque son más propios de grandes empresas.





LORENZO RIVARÉS

***Director de Recursos Humanos
Internacional de Grupo EULEN***

«Son los beneficios que la empresa paga al empleado más allá de su salario monetario, y que comprenden parte de su compensación total. Por una parte suelen ser económicamente beneficiosos para el empleado al poder estar exentos en parte del pago de Impuesto sobre la Renta, y por otra parte muestran los valores de la empresa.

Por ejemplo: aquellas empresas que protegen la vida familiar pueden pagar a sus empleados parte de la guardería de sus hijos más pequeños».



4.

Conclusiones

1. Beneficios que valoran los empleados

A continuación, se exponen las conclusiones finales obtenidas en este punto:

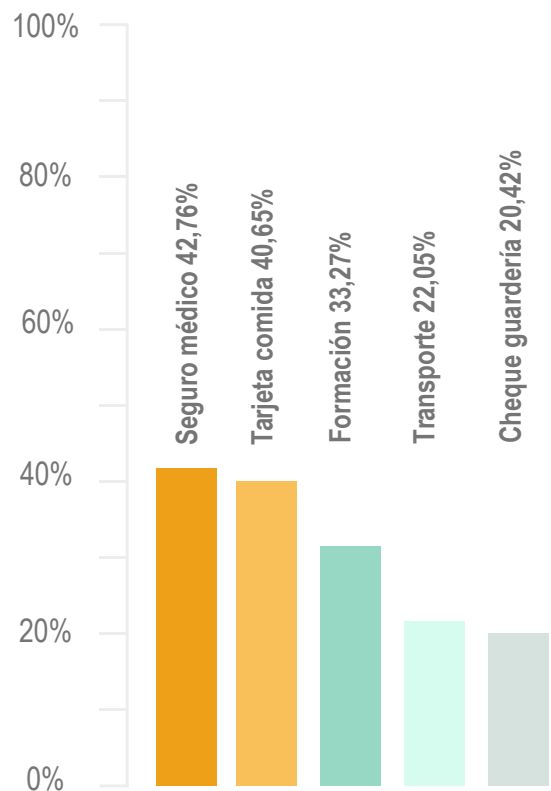
Salario emocional

Los empleados ya no ven el dinero como el único factor a la hora de elegir o rechazar un trabajo, cada vez están dando más importancia a cuestiones no económicas que les ofrezcan una mejor calidad de vida.



Qué beneficios disfrutan ahora mismo los trabajadores

Los beneficios más populares son, sin lugar a duda, el seguro médico y la tarjeta de comida, elegidos por más del 40% de los encuestados, seguidos de la formación, con un 33,27%. La tarjeta transporte se sitúa en cuarta posición con un 22,05%, mientras que el cheque guardería se encuentra en quinto lugar (20,42%), seguido por el cheque comida que obtiene más del 11%. Después, se encuentran beneficios como el renting, el seguro de vida, el plan de pensiones, la fruta en la oficina, la financiación de empleados o el gimnasio.



2. El empleado en el centro

De la información obtenida y analizada se extraen las siguientes conclusiones.

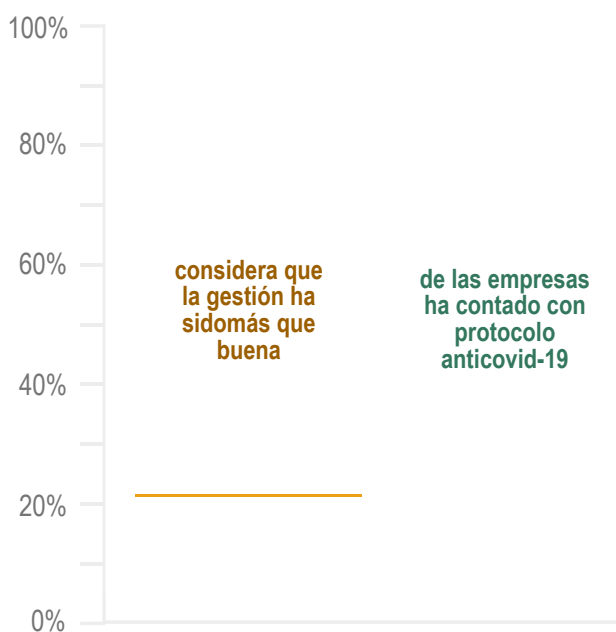
Remuneraciones adicionales para atraer y fidelizar talento

▶ **48,62%**

de los empleados recibe un reconocimiento por cumplimiento de objetivos



Percepción de la gestión de la pandemia desde la visión del capital humano



Cuál es el foco en el que se centran las empresas

▶ **>52%**

afirma que actualmente su empresa está centrada en la continuidad del negocio, en arrimar el hombro y crecer.

¿Qué nivel de involucración tienen las empresas con el teletrabajo?

▶ **39,8%**

de los empleados aprueba con suficiente las herramientas facilitadas por la empresa para teletrabajar

3. La compensación y el reconocimiento en un futuro no muy lejano

El bienestar del empleado, protagonista en 2022

Más del 53% de los españoles considera que la empresa se preocupa por su salud y bienestar. Sin embargo, más del 67% afirma que la empresa no tiene un programa de salud o bienestar.



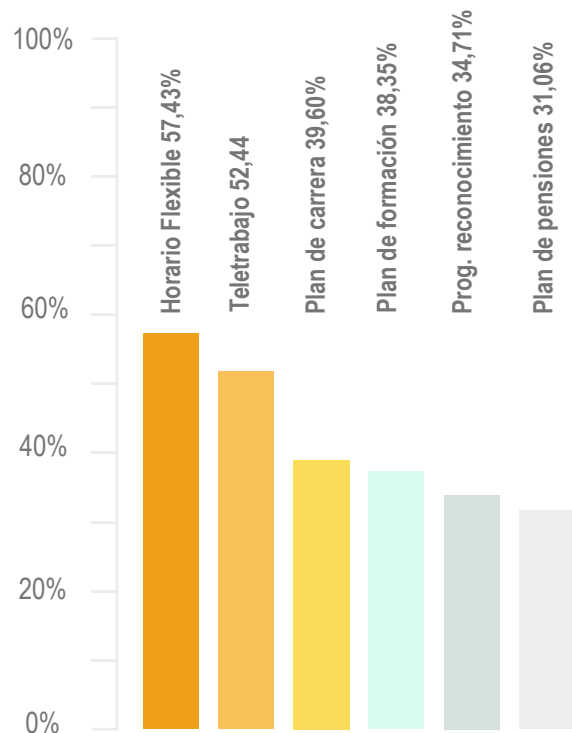
EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

▶ **98,8%**
de los empleados apuesta por tener un buen flujo de comunicación



¿Qué nuevos elementos incorporarías en tu salario emocional para mejorar tu bienestar en 2022?

El horario flexible y el teletrabajo son los dos grandes elementos para la plantilla. De los encuestados, el 57% y el 52%, respectivamente, eligió estos componentes como sueños cercanos. Justo después, se encuentran el plan de carrera, el plan de formación, los reconocimientos y el plan de pensiones, todos ellos superando el 30%. el cheque comida que obtiene más del 11%. Después, se encuentran beneficios como el renting, el seguro de vida, el plan de pensiones, la fruta en la oficina, la financiación de empleados o el gimnasio.



5.

METODOLOGÍA



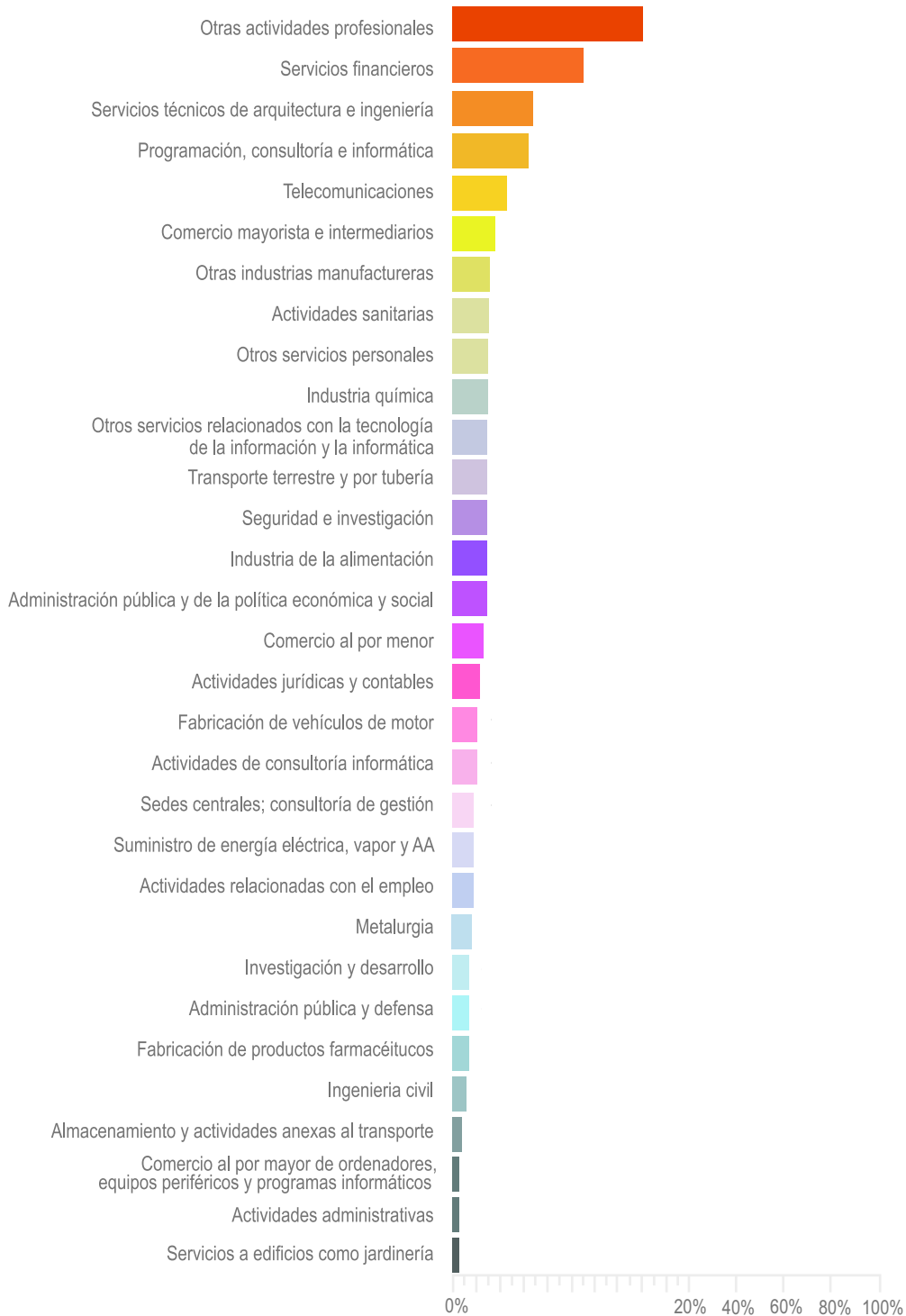
▶ PERIODO DE ACTIVIDAD
de marzo a junio de 2021

▶ NÚMERO DE ENCUESTAS VÁLIDAS:
1.049

▶ NÚMERO DE RESPUESTAS RECOGIDAS:
1.232

▶ N° DE PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO:
24

▶ SECTORES:





Si quieres ampliar información o tienes
alguna duda, puedes contactar con nosotros:

comunicacion@up-spain.com

www.up-spain.com

913 814 332