

Sólo el 15% de los trabajadores está satisfecho con su sueldo

VIDA LABORAL / La voluntad de permanecer en la organización es lo que más compromete a los empleados con su trabajo. El sueldo continúa siendo la asignatura pendiente para fidelizar talento.

Montse Mateos, Madrid
Se dice que una persona está comprometida con su actividad laboral cuando todos los días va a trabajar, no al trabajo. Algo tan rutinario está lleno de complejidad, porque no todas las personas que están en su puesto de trabajo —en su formato presencial, remoto o híbrido— están trabajando, de ahí que las empresas hablen del compromiso como uno de sus grandes quebraderos de cabeza. La consultora de RRHH Critería, con el apoyo de Betterfly, una plataforma que gestiona y proporciona beneficios sociales a las empresas, ha preguntado a personas entre 18 y 65 años de compañías de más de 100 empleados en España y Latinoamérica, por qué están comprometidas con su trabajo. El resultado es el informe *Betterwork, una radiografía del compromiso organizacional 2023*.



La presencialidad es uno de los grandes ganchos que favorecen la fidelidad del empleado.

De un vistazo

Para la realización de este estudio se ha realizado un sondeo entre más de 600 personas en España que trabajaban en distintas modalidades y en compañías de distintos tamaños. Analiza el compromiso a partir de seis dimensiones. Las que más comprometen a los trabajadores españoles con su organización son la permanencia (46%), la recomendación (36%), el legado (30%), el disfrute (27%), el orgullo (27%) y el prestigio (25%).

En general, los empleados

manifiestan su voluntad de permanecer y crecer en el lugar de trabajo, por encima de la necesidad de cambiar de puesto para adquirir nuevas experiencias. No obstante, los datos revelan que su deseo de quedarse en la compañía tiene que ser estimulado con una sensación de legado y disfrute, es decir, de satisfacción por lo que aportan.

Una cuestión de edad

Un 72% de los consultados en España asegura que está com-

prometido con su organización. Una puntuación muy elevada, pero que varía dependiendo de la edad y la modalidad de trabajo.

Las generaciones de mayor edad reflejan, en general, un compromiso organizacional más profundo. La generación de los *Baby Boomer* es la que alcanzó el valor más alto, con 74 puntos, seguida por los *X*, con 72. Así, son los jóvenes *Millennials* y la *Generación Z* —los que menos predisposición tienen a permanecer en la organización. Por ejemplo,

sólo el 21% de los *Z* valora la permanencia, frente al 51% de los *X*. En cuanto a disfrutar con el trabajo, sólo el 11% de los más jóvenes valora este indicador de compromiso, algo que tiene en alta consideración el 30% de la *Generación X*.

Modelos de trabajo

Los datos reflejan que, por otra parte, los nuevos modelos de trabajo hacen un flaco favor al compromiso: la presencialidad es clave a la hora

Quienes trabajan de manera híbrida manifiestan un menor compromiso con la empresa

de impulsar ese contrato entre empleado y empleador. Quienes trabajan de manera híbrida muestran porcentajes más bajos de compromiso en todas las dimensiones, con diferencias de más de 12% respecto aquellos que acuden a trabajar a la oficina. Hay una salvedad: los trabajadores remotos muestran puntuaciones más altas en las dimensiones de orgullo y de recomendación.

El tamaño importa

Recomendación, prestigio y permanencia destacan entre los profesionales que trabajan para grandes compañías, superan en más de diez puntos respecto a quienes lo hacen en empresas más pequeñas. Que las grandes cuenten con una oferta más amplia de beneficios puede ser el motivo.

En legado —cuánto creen que aportan a los resultados generales de la empresa— y disfrute —cuánto disfrutan del trabajo que hacen— las diferencias entre las grandes organizaciones y las de menor tamaño son menos acusadas.

Sueldo y beneficios

Sólo el 15% de los trabajadores considera que el sueldo que recibe se ajusta a sus ta-

EL LEGADO

Que el empleado sepa qué aporta con su trabajo y cómo impacta en los resultados es uno de los factores que genera más **satisfacción y compromiso**.

reas. El sueldo y el clima laboral son determinantes en España a la hora de explicar el compromiso, por tanto, las empresas tienen aún una asignatura pendiente. También en los beneficios: sólo el 23% de los empleados reconoce que los que recibe son una buena razón para seguir trabajando en la empresa. Coincide que sólo el 15% de las personas que se confiesa que los beneficios que se ajustan a sus necesidades.

La permanencia

Conseguir que los empleados permanezcan en la empresa es un reto por el que las organizaciones tendrán que pagar un precio. La voluntad de permanecer en el lugar de trabajo es la dimensión más destacada en este informe: recibe un 46% de puntuaciones máximas. No sorprende que sea la mejor valorada por las personas de mayor edad: el 51% de *Generación X*, y 47% de *Baby Boomer* manifiestan su interés por permanecer y crecer profesionalmente en la empresa en que trabajan.

En el colectivo entre 25 y 43 años, las puntuaciones máximas fueron más bajas: 29% en *Millennials*, y 21% en los *Z*. La permanencia es la dimensión más valorada entre quienes trabajan de manera presencial, el 51% de las personas está muy dispuesta a hacer carrera dentro de la empresa para la cual trabajan. La diferencia respecto de quienes realizan sus tareas bajo un modelo híbrido es de 16%.

Las 5 claves para enganchar al empleado

Aunque en español se utiliza la palabra compromiso, los expertos en recursos humanos insisten en recurrir al término anglosajón 'engagement' en un intento de reforzar el concepto. Y, en cierto modo, el significado de 'engagement' va más allá de compromiso, se trata de conectar, de involucrar, de enganchar al empleado con los objetivos empresariales. 'BetterWork, Radiografía de compromiso organizacional 2023', recoge cinco

claves para estimular ese 'engagement':

- **Cultura.** Seis de cada diez personas afirman que se cumple el principio de trato igualitario entre personas de distinta nacionalidad. El respeto por el tiempo libre es el indicador peor evaluado, sobre todo por los más jóvenes.
- **Clima.** La relación con el responsable directo (39%) y el equipo de trabajo (37%) aparecen

como los aspectos mejor evaluados en cuanto al clima laboral. El reconocimiento al desempeño (20%), y las posibilidades de desarrollo laboral (17%) son los indicadores peor valorados, en términos generales.

- **Propósito.** La declaración expresa de un propósito en las empresas es el indicador que recibe mejor evaluación, aunque las cifras bajan al analizar las

iniciativas relacionadas con dicho propósito.

- **Beneficios.** Son fundamentales para posicionarse como marca empleadora, si se adecúan a las necesidades de cada persona. Ninguno de los indicadores evaluados superó el 23% de notas máximas.
- **Compensación monetaria.** Los indicadores vinculados a la remuneración son los que

muestran el desempeño más bajo de todos los evaluados, especialmente el que supone la comparación del salario propio con el que ofrecen otras empresas, por tareas similares (14%) y la percepción de percibir una compensación justa. Esto último se hace más evidente en la generación 'Baby Boomer' (4% y 7%, respectivamente). Además, quienes trabajan en remoto parecen estar más conformes con su sueldo (34%).