

Fútbol

¿Se merecen primas los empleados con sueldos millonarios?

El Real Madrid repartió la pasada temporada 56 millones de euros en premios a sus futbolistas por ganar títulos.

Expertos en retribución analizan el papel de la retribución por objetivos

PAZ ÁLVAREZ



El Real Madrid celebra la última Copa de Europa.

1

Madrid 29 SEP 2018 - 10:31 CEST

El **Real Madrid** no escatima a la hora de agasajar con premios a sus jugadores. En la temporada pasada, en la que ganó la Champions, la Supercopa de España, la de Europa y el Mundial de Clubes, y quedó tercero en LaLiga y no pasó de cuartos en la Copa del Rey, se gastó en primas más de 56 millones de euros (de estos, 54 millones se destinaron a jugadores y técnicos del primer equipo de fútbol) y 1,150 millones a personal no deportivo), según el último informe económico del club.

Si se suma esta cantidad a los 6,6 millones con los que bonificó al grupo de baloncesto, el total ascendió a 62,614 millones de euros. Una cifra relevante dentro de los 351,416 millones, de los cuales 326,473 millones se los llevó el fútbol, y que Florentino Pérez destinó a salarios de la plantilla del equipo blanco. El gasto total del personal del Real Madrid durante el ejercicio 2017-2018 ascendió a 430,751 millones de euros. El año anterior, los premios fueron incluso mayores: el club destinó a primas 67,857 millones (66,562 para los futbolistas y 1,295 millones para los baloncestistas). Cierto es que el Real Madrid tuvo en 2017 una de las mejores temporadas de su historia, alzando cinco Copas: LaLiga, la Champions, las Supercopas de Europa y España y el Mundial de Clubes, y el club recompensó a sus estrellas con suculentos bonos.

Una práctica, la de la remuneración por objetivos, consolidada dentro de las empresas, sobre todo en las grandes organizaciones, que compensan a determinados colectivos, sobre todo en el área comercial y la alta dirección, con este tipo de herramienta retributiva, siempre vinculada a resultados. “El Real Madrid aplica la

millones se destinaron a jugadores y técnicos del primer equipo de fútbol) y 1,150 millones a personal no deportivo), según el último informe económico del club.

Si se suma esta cantidad a los 6,6 millones con los que bonificó al grupo de baloncesto, el total ascendió a 62,614 millones de euros. Una cifra relevante dentro de los 351,416 millones, de los cuales 326,473 millones se los llevó el fútbol, y que Florentino Pérez destinó a salarios de la plantilla del equipo blanco. El gasto total del personal del Real Madrid durante el ejercicio 2017-2018 ascendió a 430,751 millones de euros. El año anterior, los premios fueron incluso mayores: el club destinó a primas 67,857 millones (66,562 para los futbolistas y 1,295 millones para los baloncestistas). Ciertamente es que el Real Madrid tuvo en 2017 una de las mejores temporadas de su historia, alzando cinco Copas: LaLiga, la Champions, las Supercopas de Europa y España y el Mundial de Clubes, y el club recompensó a sus estrellas con suculentos bonos.

Una práctica, la de la remuneración por objetivos, consolidada dentro de las empresas, sobre todo en las grandes organizaciones, que compensan a determinados colectivos, sobre todo en el área comercial y la alta dirección, con este tipo de herramienta retributiva, siempre vinculada a resultados. “El Real Madrid aplica la típica compensación por la consecución de un objetivo, como puede ser ganar determinados partidos, o superar alguna fase de la competición, que es lo mismo que hace cualquier empresa que supera ciertos hitos”, explica Rafael Barrilero, socio de [Mercer](#). La retribución variable es una herramienta que se fragua a partir de la batería de medidas adoptadas por el presidente Franklin D. Roosevelt para sacar a Estados Unidos de la crisis de 1929, creando un new deal económico y social. Bajo su mandato se reguló y obligó a hacer públicos los salarios de los ejecutivos. Recuperado el esplendor financiero del país, se fueron introduciendo nuevas variantes a la remuneración de la clase directiva, introduciendo poco a poco las controvertidas stock options, que en la década de los años cincuenta adquirieron un mayor protagonismo en las empresas estadounidenses.

“Es una herramienta que se utiliza desde la mitad del siglo XX, es algo habitual, sobre todo cuando las organizaciones empiezan a crecer a buen ritmo, necesitan aumentar su producción o entrar en nuevos mercados, y se le pide a la gente que lo haga mejor. Para ello necesitan pagar salarios altos, pero no quieren cargarse de costes fijos”, explica Susana Marcos, socia de la consultora [PeopleMatters](#). Esto mismo sucede en el deporte. Las cifras que se manejan en el Real Madrid en la contratación y retención de algunos de sus futbolistas resultan bastante apetitosas: el Real Madrid paga a Gareth Bale unos 15 millones de euros al año, más de 11 millones recibirá esta temporada el capitán Sergio Ramos, en la misma línea está el

salario de Luka Modric, que acaba de ser elegido por la FIFA el mejor jugador del año, o los 8,7 millones que cobra Karim Benzema. A estas cantidades hay que añadir contratos publicitarios y de imagen, además de los premios que el club les ofrece si ganan títulos. ¿No es una contradicción que un profesional, cuyo trabajo consiste en salir a un campo a jugar para ganar, reciba un plus por hacerlo bien? Sí y no, apunta la citada experta en retribución empresarial.

“Se entiende que por el salario fijo sales a jugar y haces lo que puedes, pero luego está el variable de la victoria, con la que además el club añade valor y prestigio, e incrementa las ventas”, añade Marcos. Es algo motivacional que la empresa reparta estas ganancias, a pesar de que los jugadores, por el buen sueldo que reciben deberían estar comprometidos.

“Ofrecer incentivos por ganar determinados partidos puede que no se entienda porque se supone que ya te pagan bien, pero si la entidad tiene unos mayores ingresos por los triunfos que consigue lo habitual es darle un poco más al jugador, aunque la máxima sea ganar”, explica el socio de Mercer, que compara esta situación con la de los comerciales. “Si no pones incentivos encima de la mesa, no se estimula la venta”.

Pero es en el mundo del deporte, sobre todo en el fútbol, donde saltan las alarmas. “Se trata de volver a pagar por la responsabilidad de hacer algo por lo que ya te remuneran, y eso es algo que cuando se trata de los futbolistas es peligroso, ya que son admirados por las nuevas generaciones y se está transmitiendo un mensaje pésimo a los jóvenes”, reflexiona Juan Mateo, director del [Instituto Superior de Negociación de la Universidad Francisco de Vitoria](#).

En su opinión, cree que se trata de una fórmula poco ejemplarizante, sobre todo para la gente joven que se fija en este modelo de profesionales, “al que si no le ponen un caramelo delante no hace bien su trabajo, y eso hace que haya una falta de compromiso y de responsabilidad”. Defiende además que debería existir en determinados colectivos, sobre todo en los más admirados, como es el caso de los futbolistas, una ética de mínimos. “Esto implica que tu obligación es marcar goles, y si se ha tenido un resultado extraordinario se puede compartir y premiar el esfuerzo, pero que no sea el dinero el motor de esas victorias, ya que eso es lo que ven los niños y los jóvenes, y lo que hace que se admire más a un futbolista que a un médico, que hace su trabajo y además se va a operar gratis a niños a África”, detalla Mateo.