

Los buenos deseos del año o cómo hacer una oferta de valor al empleado más sana



Susana Marcos
Socia en PeopleMatters

Ahora que nos espera un año por estrenar, nos hacemos propósitos para superar la felicidad que alcanzara el anterior. Salud, dinero y amor, decimos. Repasamos lo que nos importa y lo que es superfluo, lo que nos hace sentirnos bien y lo que quisiéramos no haber vivido jamás, las personas que siguen incondicionales a nuestro lado y quiénes estarían mejor en otra galaxia. Retomamos así el trabajo preguntándonos si las horas que pasamos en él merecen de verdad el esfuerzo, el tiempo, el talento y la aportación que somos capaces de dar. ¿Te lo has preguntado alguna vez? ¿No lo hacemos todos los días?

La respuesta a estas preguntas es fácil. Sí, todos los seres humanos nos preguntamos si vale la pena lo que hacemos. A diario, cada minuto. Buscamos satisfacer nuestras necesidades y expectativas, atajamos para encontrar la forma de recibir sensaciones placenteras con todo lo que hacemos. Primero intentamos cubrir las básicas de alimento, higiene, seguridad y respeto, pero en seguida pedimos mucho más a la vida: saber que contamos, que formamos parte de algo más grande, que tenemos posibilidades de progresar, y que de hecho, lo hacemos. Que

podemos ser nosotros mismos, que contribuimos, que trabajamos para vivir y no vivimos para trabajar. No todo es dinero. La búsqueda de la felicidad nos hace estar activos, despiertos, abiertos a nuevas experiencias y retos, dispuestos a prestar (que no regalar) nuestras energías para volver a encontrar un nuevo estado de equilibrio.

Como empresas y como empleados tenemos una nueva oportunidad -y la responsabilidad- de poner el énfasis en los factores que hacen de las compañías lugares sanos y fuertes

Siendo esto casi una obviedad para cualquiera que lo piense dos minutos, resulta complicado llevarlo al entorno de las organizaciones. Los intereses de las partes, los entramados psico-sociológicos y las habilidades y capacidades de aquellas, no siempre se ordenan y priorizan para obtener la máxima satisfacción y equidistancia en el conjunto. El algoritmo perfecto que los conjuge, como si se tratara de aplicar un método de mínimos cuadrados a la ecuación de regresión

de las variables que a empresa, empleados y sociedad nos producen el necesario bienestar, es inexistente. Sin embargo, las empresas que no hacen bien este cálculo y pretenden obtener su beneficio a costa de poner en riesgo los factores que afectan a la satisfacción de sus empleados –incluso los más básicos– arriesgan profundamente su salud y están condenadas al fracaso a largo plazo. Salarios de pobreza, inseguridad en el empleo, escaso respeto por el tiempo y la vida privada de los empleados, relaciones basadas en el beneficio inmediato, falta de participación, feedback y pertenencia... son descriptivos de un buen número de “negocios” cuya contribución a la creación de valor para la sociedad es más que discutible, y que producen miles y miles de personas que pierden la confianza en uno de los motores más importantes de crecimiento y futuro de un país: sus organizaciones empresariales. Aunque llevamos décadas sabiendo positivamente que operar solo pensando en el enriquecimiento del accionista es un enfoque del pasado y nunca acertado, seguimos viendo el surgimiento de empresas insanas que pretenden hacer negocio a costa de las personas.

Aunque llevamos décadas sabiendo positivamente que operar solo pensando en el enriquecimiento del accionista es un enfoque del pasado y nunca acertado, seguimos viendo el surgimiento de empresas insanas que pretenden hacer negocio a costa de las personas

Los trabajadores se han organizado para exigir a sus empresas dar una respuesta justa y equitativa que les compense en reciprocidad por su tiempo, su talento, su esfuerzo y sus resultados

Tampoco hay que descontar al otro agente de la ecuación, el trabajador. Una sociedad con tendencias tan hedonistas como la actual, ha venido empoderando a los trabajadores a todos los niveles, reconociendo y reforzando su papel en el crecimiento de los negocios y poniendo un fuerte foco en la cobertura de todo tipo de necesidades con el fin de tenerles contentos, por muy peregrinas que estas pudieran a veces parecer. Los trabajadores se han organizado para exigir a sus empresas dar una respuesta justa y equitativa que les compense en reciprocidad por su tiempo, su talento, su esfuerzo y sus resultados. Las empresas, sobre todo las más grandes y consolidadas, han respondido enriqueciendo la oferta de valor al empleado casi sin límite, como si solo de ello dependiera su capacidad de captación, fidelización o su reputación. Esto ha tenido efectos muy positivos sobre el potencial de atracción y retención de las empresas, pero ha tenido un efecto más limitado sobre la mejora de la productividad, la motivación y el compromiso efectivo de los empleados con el éxito empresarial. En muchos casos, una oferta de valor por encima de la contribución real ha producido plantillas sorpresivamente inconformes, sobrealimentadas y fuera de la realidad de la economía real, “atrapadas” con esposas de oro.



**Más allá
del salario...
el salario
emocional**



Roberto Roig Balaguer

Director de Empresas VidaCaixa

**Seguimos viendo
el surgimiento de
empresas insanas
que pretenden
hacer negocio
a costa de las
personas**

Nos espera todo un nuevo año para cumplir con los propósitos que ahora nos formulamos. Como empresas y como empleados tenemos una nueva oportunidad –y la responsabilidad– de poner el énfasis en los factores que hacen de las compañías lugares sanos y fuertes, que crean valor a corto y a largo plazo para sus accionistas, pero también, y en la misma medida, para sus colaboradores y para la sociedad. El significado del deseo de salud, dinero y amor en la oferta de valor al empleado cobrará así un significado mucho más profundo, equilibrado y trascendente. ■

Vivimos en tiempos disruptivos en los que todo evoluciona de forma rápida y el concepto ‘más allá del salario’ representa una clara propuesta de valor a los empleados. Es todo aquello que como empleados nos hace sentir bien, y alineados con los objetivos y retos comunes que la organización nos plantea.

Pensando en términos amplios, ese beneficio podría abarcar desde unas instalaciones agradables hasta periodos de vacaciones, conciliación y fomento de un ambiente de equipo que actúa de forma colaborativa.

Pero no solo eso. Al salario económico se le suma el conocido como ‘salario emocional’. Sentimiento de pertenencia, involucración, motivación, superación, flexibilidad... El empleado pasa a formar parte de la estrategia de la empresa no como un mero productor y beneficiario de sus balanzas contables; ahora, los talentos reclaman condiciones más humanas que macroeconómicas. ■