



13 de Septiembre de 2007

ESTUDIO DE COMPENSACION TOTAL 2007

Rafael Barrilero

INTRODUCCIÓN

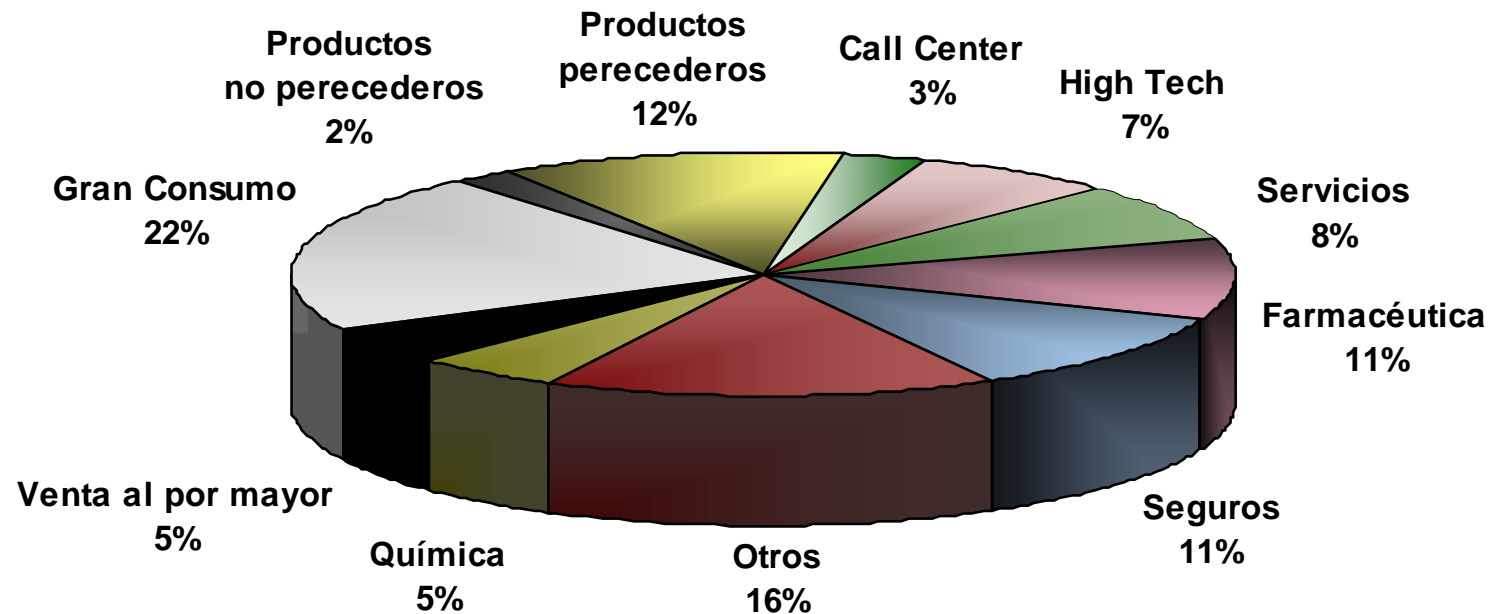
- Mercer ha llevado a cabo este Estudio con la participación de **223 empresas** representativas del panorama empresarial español.
- Ofrece la **compensación total de más de 200 puestos** analizados en su totalidad.
- Atiende no sólo a la retribución en efectivo sino también proporciona información sobre los beneficios proporcionados a los empleados (plan de previsión social, seguros de vida y accidentes, coche de empresa), ofreciendo un valor cuantitativo para cada uno de ellos.
- Se analiza cualitativamente cada uno de los elementos de compensación y las prácticas retributivas de las compañías españolas.

Utilidad del Estudio General de Compensación Total

- Ventajas:
 - Posibilidad de establecer comparaciones significativas entre las diferentes prácticas de mercado implantadas en cada país.
 - Identifica áreas de mejora.
 - Acceso inmediato desde cualquier lugar del mundo a través de nuestra herramienta on-line **Pay Monitor**.
- Utilizada en **60 países del mundo** por lo que se puede comparar los distintos elementos de compensación en aquellos países en los que su empresa tiene presencia.

Descripción de la muestra de empresas participantes

- Ofrece una amplia y heterogénea muestra de sectores



Revisión Salarial

- Se confirma la tendencia de llevar a cabo una revisión salarial anual (91% de los participantes), en un 47% de los casos se realiza en Enero y en un 16% de los casos en Abril como fechas más significativas.
- Según los porcentajes del cuadro las empresas tienen cada vez más en cuenta los resultados individuales y empresariales junto con los niveles salariales del puesto.
- Para gestionar estos distintos factores en la revisión salarial las empresas se apoyan cada vez más en matrices de incremento.

	% de Empresas
Resultados de la Empresa	38%
Antigüedad del empleado	5%
Resultados Individuales	72%
IPC	40%
Nivel Salarial	54%
Nivel del Puesto	34%
Matriz de Incrementos	12%
Evaluación de competencias	12%
Otros	9%

Revisión Salarial

- La antigüedad y la inflación cada vez tienen menos protagonismo en la revisión salarial, dejando paso a factores que permiten una mayor discriminación como son el desempeño individual y la evaluación por competencias que permiten individualizar la retribución.
- El Incremento total medio de 2007 fue de un 4,6% y el de 2008 está previsto que sea un 4,5%.
- Llama la atención una previsión de incremento del 4,5%, superior a las previsiones de años anteriores, incluso con un comportamiento mejor de la inflación, que tendría su explicación en los buenos resultados de las compañías y en la vinculación cada vez mayor de la compensación al resultado de la compañía.

Revisión Salarial

Promedio de incrementos salariales realizados en 2007

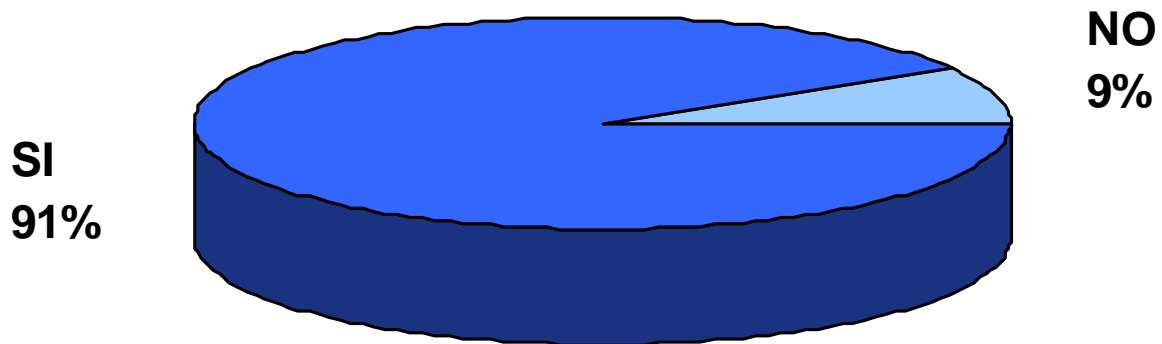
	Director General	Director Área/Función	Jefes y Mandos	Técnicos y Titulados	Fuerza de ventas	Otros Empleados	Operarios
Incremento General	4,47%	4,35%	4,10%	3,65%	3,53%	3,67%	3,36%
Incremento por Mérito	4,03%	3,79%	3,11%	3,16%	3,14%	2,60%	2,20%
Incremento Total	5,23%	5,06%	4,72%	4,45%	4,29%	4,25%	3,64%

Promedio de incrementos salariales previstos para 2008

	Director General	Director Área/Función	Jefes y Mandos	Técnicos y Titulados	Fuerza de ventas	Otros Empleados	Operarios
Incremento General	4,07%	4,02%	3,80%	3,38%	3,34%	3,48%	3,41%
Incremento por Mérito	3,37%	3,63%	3,16%	3,25%	2,85%	2,79%	3,20%
Incremento Total	4,66%	4,98%	4,60%	4,47%	4,20%	4,28%	4,11%

Incentivos a Corto Plazo

- La mayoría de las empresas participantes (91%) cuenta con una política de retribución variable.

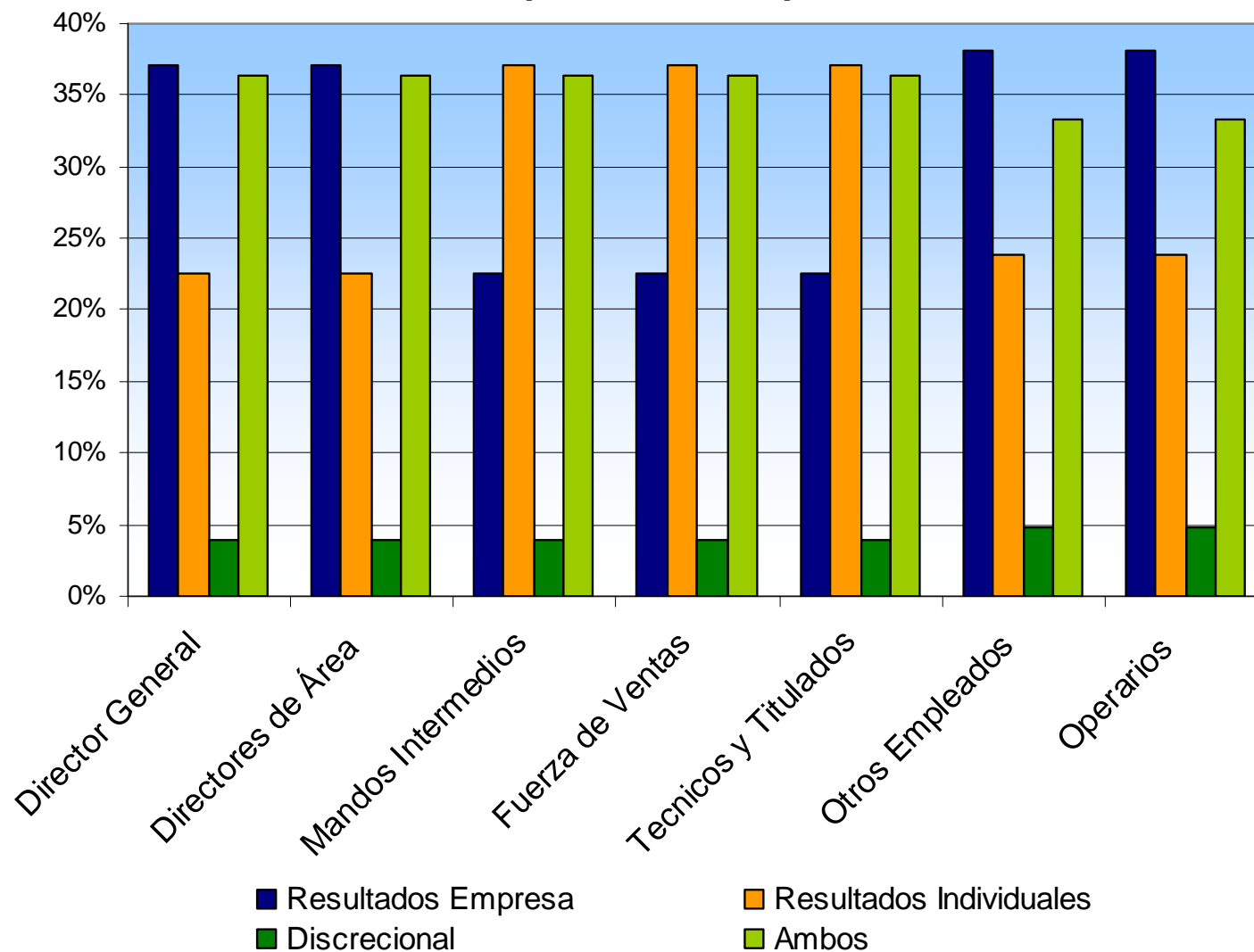


Incentivos a Corto Plazo

- Se mantiene la utilización de la retribución variable en prácticamente todos los niveles de la organización siendo más frecuentes de los niveles intermedios hacia arriba
- Los criterios en los que se basan para establecer esta política de bonos son conjuntamente los resultados de la empresa y los resultados individuales, lo cual reafirma la voluntad de individualizar la retribución.
- En la alta dirección priman más los resultados de empresa como premio al éxito en la estrategia empresarial, en los niveles intermedios priman más los resultados individuales y curiosamente en los niveles bajos los resultados de empresa tienen importancia como consecuencia de una participación en los beneficios.

Incentivos a Corto Plazo

Criterios en los que se basa la política de Bonos



Incentivos a Largo Plazo

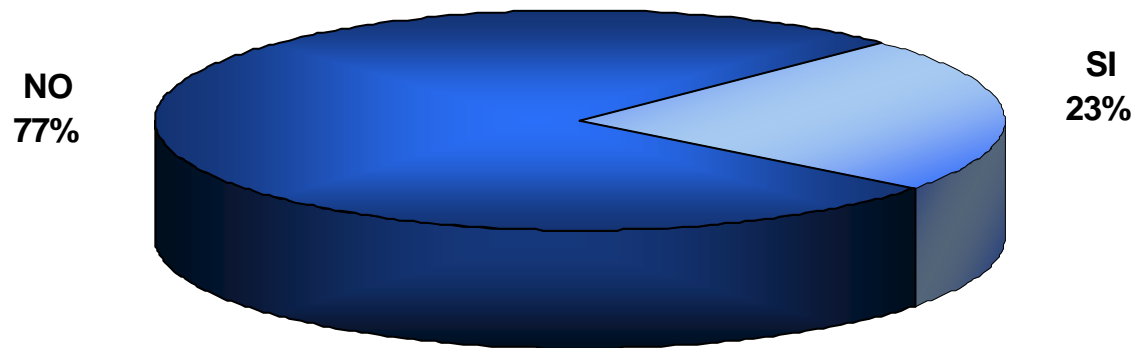
- Se ha incrementado la utilización de incentivos a largo plazo que han pasado de un 37% a ser implantados en el 42% de las compañías, a través de sistemas como las acciones ligadas al rendimiento, los bonos a largo plazo y acciones de concesión restringida.
- Las empresas buscan más indicadores internos basados en la evolución de la compañía que factores externos como la evolución de la acción. Por este motivo, se han incrementado los sistemas de incentivos ligados al *performance* individual y de compañía y los sistemas mixtos (acciones / efectivo).

Incentivos a Largo Plazo

	Director General	Directores de Área	Mandos Intermedios	Fuerza de Ventas	Técnicos y Titulados	Otros Empleados	Operarios
Incentive Stock Options	2%	2%	5%	13%	13%	25%	14%
Phantom Stock / Appreciation Only	7%	6%	14%	25%	25%	0%	14%
Phantom Stock / Full Value	0%	0%	0%	0%	0%	0%	14%
Restricted Stock/ Restricted Stock Units	36%	36%	36%	25%	25%	60%	14%
Stock Appreciation Rights	9%	6%	9%	0%	0%	0%	14%
Performance Units	14%	11%	0%	0%	0%	0%	14%
Performance Shares	13%	15%	14%	13%	13%	36%	14%
Long-Term Cash / Bonos Diferidos	13%	13%	14%	13%	13%	0%	0%
Bonos Diferidos en Acciones	7%	9%	9%	13%	13%	0%	0%
Base	56	47	22	8	8	4	9

Retribución Flexible

- Un 23% de las empresas participantes en el estudio tienen implantado actualmente algún sistema de retribución flexible, lo cual supone un incremento del 2% respecto al año anterior.
- Un 17% adicional afirma que tiene la intención de implantarlo en un futuro próximo.



Retribución Flexible

- Los beneficios más utilizados son el seguro médico, el seguro de vida, el plan de previsión y los tickets para comida.
- Otros beneficios que se empiezan a incluir en los planes de retribución flexible son los tickets guardería, las ayudas para la compra de ordenador, formación, compra de vacaciones, horario y coche.
- Un 24% de las empresas afirman haber llevado a cabo algún proceso de armonización en los dos últimos años. A pesar de ello existe un 33% de empresas que tiene colectivos con condiciones diferentes.
- La política de transformación de beneficios sociales ha sido seguida por un 10% de las empresas participantes en el estudio.
- Un 22% de las empresas piensa llevar a cabo un proceso de armonización en los próximos dos años.

Seguro de Vida y Accidentes

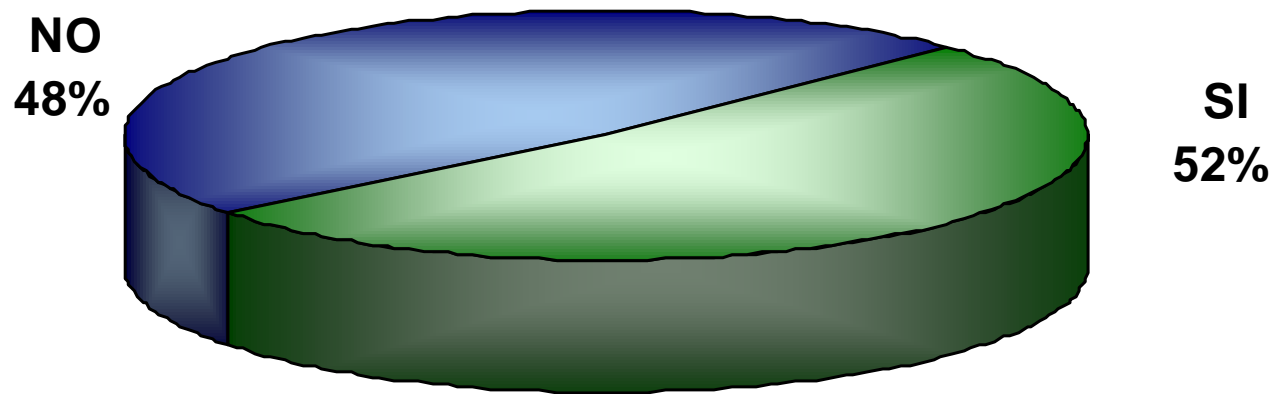
- Un 68% de las empresas ofrece seguro de vida a algún grupo de empleados.
- En el caso de seguro de accidentes, está implantado como beneficio en un 71% de las compañías.
- Ha aumentado el promedio de capital asegurado por fallecimiento por cualquier causa llegando a ser en política general de 2,1 veces el salario bruto anual (2006 fue de 1,9 veces el salario).
- El capital asegurado por fallecimiento por accidente sigue siendo superior (2,5 veces el salario bruto anual)

Seguro de Viaje

- El 73% de las empresas ofrece seguro de viaje a sus empleados, lo que supone un incremento del 7% con respecto al 2006.
- Un 10% de estas empresas ofrece también seguros de viaje de placer a sus empleados.
- En la mayoría de las empresas este tipo de seguro cubre exclusivamente al empleado, mientras que en un 32% la cobertura es para el empleado y su cónyuge y tan sólo en un 6% para el empleado y su familia.

Seguro de Salud

- Más de la mitad de las empresas participantes (52%) ofrece un seguro de salud a alguno de sus empleados, incrementándose su concesión a niveles inferiores y también a través de sistemas de retribución flexible.
- En cuanto al tipo de seguro, predomina la asistencia sanitaria en todas las categorías profesionales.



Automóvil de Empresa

- El 66% de las empresas tiene implantada una política de automóvil de empresa para alguno de sus empleados.
- Este beneficio ha aumentado considerablemente para mandos medios, teniendo alguna política de concesión de automóvil para este nivel un 55% de las empresas del estudio.
- En el 91% de las empresas se otorga este beneficio a alguno de sus directivos.
- El método de adquisición más común sigue siendo el *renting*, como en años anteriores. Sin embargo, la segunda opción mas popular es compra del vehículo en detrimento del *leasing*.
- Las marcas más comunes para directivos son Audi, BMW, Mercedes, Volvo y Lexus.
- Las marcas más comunes para la fuerzas de ventas son Ford, Renault, Peugeot y Seat.

Otros Beneficios

- El 80% de las empresas participantes ofrece formación pagada a cargo de la empresa, lo cual supone un 5% de incremento con respecto al 2006.
- El promedio de subvención de la formación por parte de la empresa es de un 95% del coste total del curso, variando el porcentaje de entre el 50% y el 100% del coste.
- El 62% de las empresas ofrecen una subvención sobre el gasto de comida siendo el promedio de 7,3 €/día. Se suele articular por medio de los vales de comida.
- En línea con años anteriores, en el 92% de los casos, la empresa paga el coste del teléfono móvil a sus directivos.
- Incrementa levemente la novedosa tendencia de ofrecer un beneficio en concepto de guardería. Un 15% de las empresas ofrece este beneficio, más de la mitad de las mismas (58%) a través de tickets guardería y el resto (42%) mediante subvenciones económicas.



GRACIAS

MERCER



MARSH MERCER KROLL
GUY CARPENTER OLIVER WYMAN