

Comunicado de prensa

Resultados del barómetro Accor Services 2006 sobre implicación y bienestar de los trabajadores en Europa

El trabajador francés y su empresa: ¡una historia de amor y despecho!

Un romántico contrariado que presenta mayor frustración que la media europea

París, 10 de febrero de 2006._ Con motivo de su segundo barómetro, Accor Services amplía el campo de investigación a trabajadores de ocho países europeos¹: **Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia y Suecia**. Este barómetro pone de relieve las expectativas y condicionantes de los trabajadores, factores que requieren dedicación por parte de la empresa con miras a desarrollar su atractivo y mejorar su eficiencia. Permite elaborar perfiles-tipo de trabajadores europeos, entre los cuales el correspondiente al francés se sitúa en el punto de intersección de todos los demás perfiles.

El trabajador francés o el disfrute ante todo

El trabajador francés se desenvuelve hoy en un contexto donde la **vida privada y profesional se mezclan de manera estrecha** (el 87% compaginan ambas), a diferencia de sus vecinos nórdicos, que encuentran el equilibrio delimitando estas dos esferas vitales. Del mismo modo, vincula al trabajo **una carga afectiva muy notable**: es el que más antepone el **disfrute** cuando se refiere al sentido del trabajo (mientras los alemanes hablan ante todo de «seguridad» y los ingleses de «rutina»). En paralelo, acumula los mayores niveles de satisfacción con respecto a su entorno laboral, al cual otorga gran importancia.

- el **60%** de los trabajadores franceses indican sentirse cada vez más solicitados fuera del trabajo y son también los que se declaran más impulsados a solucionar sus problemas personales durante el horario laboral (**56%** frente al 42%).
- el **42%** piensan «a menudo» que se sienten realizados con su trabajo, frente al 30% de media europea.

Insatisfecho a pesar de todo

Pese a mantener con su entorno profesional esa relación apasionada y agradable, el trabajador francés manifiesta un **nivel de insatisfacción** de los más elevados con respecto a su **remuneración y perspectivas de evolución**. Es de destacar que la falta de dinero constituye la principal preocupación, que se sitúa entre las mayores dentro de Europa (33%).

El trabajador francés se presenta, por tanto, como un romántico contrariado con su trabajo.

El más frustrado de los trabajadores europeos

Por este motivo, en un **entorno condicionante**, el trabajador francés parece alimentar un sentimiento de frustración profesional tanto más intenso cuanto que su relación en el trabajo es claramente más afectiva que la de sus vecinos. Da muestra del nivel de **frustración profesional** más elevado del panel. Consecuentemente, el trabajador francés se encuentra **medianamente implicado** en la empresa (a excepción de los directivos superiores) e indica un fuerte **deseo de cambiar de trabajo o dejar su empresa**.

¹ Encuesta realizada entre el 6 y 11 de octubre de 2005, con muestras representativas de trabajadores europeos de edad igual o superior a 18 años (exceptuados artesanos, comerciantes, profesionales liberales y agricultores/explotantes), a través de un cuestionario *on-line*. Fueron consultadas 10.288 personas en total.

- **el 45% declaran haber pensado ya en dejar su empresa o haber planificado ya su marcha.**

Por otra parte, esta frustración origina en el trabajador francés una petición de compensación a la empresa. Al igual que sus vecinos latinos, declara que aguarda una «intervención prioritaria» de su empresa en ámbitos como **la ayuda a la formación –el 60% de los consultados** (frente al 39% en Europa)–, **el ahorro salarial/jubilación –el 57%** (frente al 39%)–, **la restauración durante la pausa para el almuerzo –el 45%** (frente al 29%)– o incluso **la ayuda para vivienda –el 42%** (frente al 20%).

¿Infidel? ... sí, pero sobre todo de pensamiento

Al final, a semejanza del consumidor infiel y sin la culpabilidad que implica una oferta múltiple, el trabajador francés es también **infidel** a la empresa, pero **solamente dentro de su cabeza**, porque los hechos demuestran que se ve muy obligado a ser fiel a su empresa².

¿Uno o más modelos europeos?

Con este **modelo francés «contrariado»** contrastan otros tres modelos europeos:

- **El modelo sueco de «felicidad privada»:** poca implicación, fidelidad a la empresa, satisfacción pero realización personal poco elevada en el trabajo, delimitación bien perceptible entre vida privada y vida profesional y, por tanto, reducida capacidad de movilización colectiva.
- **El modelo alemán «contractual»:** implicación, seguridad, fidelidad a la empresa, buen nivel de satisfacción (sobre todo en lo referente al contenido del trabajo), pero un grado de realización personal limitado, dando prioridad al colectivo.
- **El modelo inglés «oportunista»:** trabajadores realizados, bastante poco implicados, satisfechos pero con importantes exigencias (remuneración) y muy «infieles» a la empresa.

En **el modelo europeo**, todos los trabajadores tienen, no obstante, un punto en común: **la felicidad en el trabajo**. Por término medio, el **37%** de los trabajadores entrevistados piensan «a menudo»³ que son felices y el **52%** «de cuando en cuando».

En resumen, la perspectiva más prometedora parece ser un enfoque de recursos humanos fundamentado en una toma en consideración de las expectativas y necesidades de cada trabajador y de sus características "culturales". Accor Services va a continuar su labor de observación y a finales de 2006 extenderá su barómetro a otros países: los de América Latina y Europa del Este.

Accor, presente en 140 países con 168.000 colaboradores, es líder europeo y grupo mundial en el mundo de los viajes, el turismo y los servicios con sus dos grandes actividades profesionales internacionales:

- **la hotelería con las marcas Sofitel, Novotel, Mercure, Suitehotel, Ibis, Etap Hotel, Formule 1, Motel 6 y Red Roof Inns:** cerca de 4.000 hoteles y 470.000 habitaciones en 92 países, y sus actividades complementarias (agencias de viajes, casinos y restauración);

- **los servicios a las empresas y a las entidades públicas:** 19 millones de personas, en 35 países, utilizan una amplia gama de prestaciones (tickets y tarjetas de restaurante y alimentación, servicios y asistencia a la persona, motivación, fidelización) de cuyo diseño y gestión se encarga Accor.

Personas de contacto para asuntos de prensa:

Accor Services
Alexandra Langlois
Tel.: 01 45 38 47 15
alexandra.langlois@accorservices.com

Presse Attitude
Nathalie Hamelin
Tel.: 01 40 86 40 35
nhamelin@presseattitude.com

² ... sobre todo si es de gran tamaño y a reserva de algunos sectores especialmente florecientes (servicios informáticos).

³ Hay que permanecer atentos, sin embargo, a las futuras evoluciones de este indicador: en un año, el porcentaje de trabajadores franceses que se declaran felices 'a menudo' ha descendido 9 puntos (del 49 al 40%).