

# *Estudi sobre la situació actual i de futur del benestar a la feina a les empreses catalanes*

---

Organitza:

**Foment**  
del Treball Nacional

Amb el suport de:

 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Treball

a la feina

**cap risc**

Amb la col·laboració:

**biwel** **UVIC**  
UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

# Estudi sobre la situació actual i de futur del benestar a la feina a les empreses catalanes

Organitza:

**Foment**  
del Treball Nacional

Amb el suport de:

 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Treball

a la feina 

Amb la col·laboració:

 **UVIC**  
UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

*El objetivo es identificar las acciones, estrategias y proyectos que las grandes empresas ( $\geq 250$  trabajadores) con domicilio, sede o establecimiento en Cataluña están realizando para promover el bienestar en el trabajo, así cómo la tipología y las características de estas iniciativas*

**ENCUESTA ABIERTA: 30 MAYO AL 30 JULIO 2023**



# OBJETIVOS

---

- 1. Conocer el estado actual de las empresas catalanas, de más de 250 empleados con domicilio, sede o establecimiento en Cataluña, en referencia a los proyectos y planes en bienestar laboral*
- 2. Identificar la tipología y características de las iniciativas en las diferentes dimensiones del bienestar laboral*
- 3. Describir la gestión y evaluación de los proyectos y planes de bienestar por parte de la empresa.*

## Fase 1. Diseño y elaboración de la encuesta (abril - mayo 2023)

- A partir de las 53 preguntas que componen la anterior encuesta, se ha consultado, mediante **grupos de discusión**, a **6 expertos del ámbito del bienestar laboral**.
- En una segunda ronda con 24 expertos de diferentes empresas se ha validado el contenido, determinando si las preguntas y ítems son pertinentes, claros, precisos y la pertenencia de la tipología de respuesta.
- Finalmente, la encuesta se **ha digitalizado mediante el programa Research Electronic Fecha Capturo** (RedCAP).

Organitza: **Foment** del Treball Nacional

Amb el suport de: **Generalitat de Catalunya** Departament d'Empresa i Treball

a la feina **cap risc**

Amb la col·laboració: **biwel** **UVIC** UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

AAA

### Estudi sobre la situació actual i de futur del benestar a la feina a les empreses catalanes

La present enquesta té per objectiu **identificar les accions, estratègies i projectes que les grans empreses (2250 treballadors) catalanes estan realitzant per promoure el benestar en el treball**. En cap cas l'enquesta pretén analitzar les empreses individualment, sinó que l'objectiu és conèixer què s'està fent de forma agregada al teixit empresarial català. Cal tenir present que la majoria de grans empreses catalanes actualment porten a terme accions de benestar en algunes de les 6 dimensions: salut física, salut mental, social, comunitària, financera i trajectòria professional. Ajuda'ns a identificar la situació actual i de futur del teixit empresarial català.

El present projecte està finançat per la Generalitat de Catalunya, i juntament amb Foment del Treball, són els òrgans impulsors del projecte. El lideratge del projecte l'està duent a terme l'empresa Biwel, empresa especialista en solucions de benestar laboral a nivell nacional, la qual juntament amb la Universitat de Vic- Universitat Central de Catalunya (UVIC-UCC) han desenvolupat la present enquesta, i ha estat validada per un grup d'experts de diferents entitats públiques com l'INSST i altres organitzacions i empreses del territori català.

Totes les dades obtingudes a través de l'enquesta seran tractades i analitzades de forma totalment anònima i confidencial per la UVIC, i els resultats finals es publicaran en l'informe *Estudi sobre la situació actual i de futur del benestar en el treball a les grans empreses catalanes* al qual es podrà accedir des de la web de Foment del Treball

El temps de resposta de l'enquesta és de 15 min. Seria òptim que l'enquesta fos contestada conjuntament pels diferents departaments que lideren les accions que conformen les 6 dimensions del benestar: salut física, salut mental, social, comunitària, financera i trajectòria professional. Us demanem si us plau que llegiu l'enquesta amb atenció i respongueu a totes les preguntes amb la màxima sinceritat.

**Moltes gràcies per la vostra col·laboració.**

# METODOLOGÍA

---

## *Fase 2. Difusión de la encuesta (junio - julio 2023)*

- La encuesta se hará llegar a las **empresas catalanas de más de 250 trabajadores con sede, domicilio o establecimiento en Cataluña**, asalariados mediante la colaboración de diferentes entidades como por ejemplo:
  - Foment del Treball Nacional
  - INSST
  - Fundació Factor Humà
- Se enviarán **correos electrónicos dirigidos a los responsables de recursos humanos o de servicios de prevención de riesgos laborales**, con una breve descripción de la encuesta e información en lo referente a la gestión de protección de datos; también se adjuntará al correo el enlace a la encuesta en-línea.
- **Cada dos semanas y hasta finales de julio se enviarán recordatorios** para garantizar una mayor tasa de respuesta.
- Paralelamente se hará difusión para incentivar a la participación de las empresas mediante las **redes sociales y otras actividades de comunicación**.

# METODOLOGIA

---

## *Fase 4. Gestión, análisis e interpretación de la encuesta (septiembre - octubre 2023)*

- Según datos de Idescat (2022), el total de empresas con más de 250 trabajadores asalariados en Cataluña es de 2.303. Asumiendo que, según los datos de la encuesta del 2018 alrededor de un 62% habían llevado a cabo alguna acción, **sería necesaria una tasa de respuesta de 314 empresas para poder asumir una confianza del 95%** y un margen de error del 5% en la estimación.
- La gestión de los datos se llevará a cabo mediante el software RedCAP donde se anonimizarán y depurarán. Posteriormente se analizarán mediante el paquete estadístico SPSS versión 29 con licencia UVic-UCC.
- El tratamiento estadístico constará de un **análisis descriptivo** de las variables de la encuesta, global y estratificada por medida de la empresa y sector empresarial. La estimación de los parámetros de interés, que **permitirá la generalización de los resultados de la muestra obtenida en la población de estudio** (empresas de más de 250 trabajadores en Cataluña).

# METODOLOGIA

---

## *Fase 5. Elaboración del informe final (octubre - noviembre 2023)*

- Se elaborará un **informe escrito** que incluirá una breve revisión de la evidencia en acciones de bienestar laboral, la metodología del estudio y la muestra analizada, los resultados obtenidos, las conclusiones del estudio y las directrices y perspectivas futuras.
- **Comunicación del informe a una jornada de presentación oficial** del estudio a Fomento del Trabajo.
- Además, se crearán infografías para hacer **difusión en las redes sociales** con los resultados principales del estudio.

# *Superando la brecha geográfica*

Cómo comunicar un plan de bienestar en empresas deslocalizadas y construir una cultura saludable

---







# Crea una cultura basada en el bienestar de las personas

“Nuestro bienestar resulta de la combinación de la pasión por lo que hacemos cada día, la calidad de nuestras relaciones, la seguridad de nuestras finanzas, nuestra fortaleza física, y el orgullo que sentimos por nuestra contribución a la comunidad”

Rath, T. and Harter, J. "Wellbeing: The five essential elements". Gallup 2010.



**Crea una cultura basada en el bienestar de las personas**

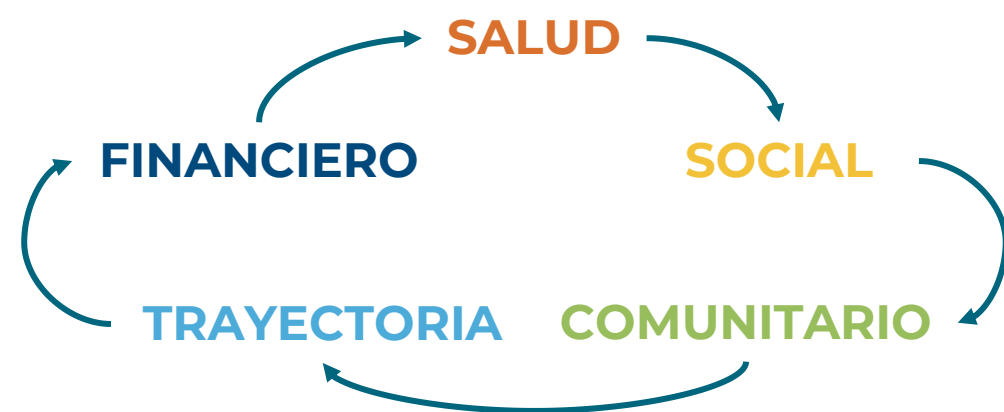


**Mejora tu imagen de marca**



**Atrae talento y fidelízalo**

# ¿Cómo facilitar el bienestar laboral?



## 1 Trayectoria

Acompañar en el diseño del plan de carrera. Proporcionar herramientas para conocerse y formarse en sus habilidades, así como facilitar el acceso a formaciones específicas para su perfil y posición.



## 2 Financiero

Ofrecer retribuciones flexibles y variables, poner en valor los beneficios sociales actuales, descuentos, planes de jubilación, salarios adecuados, eliminar la brecha de género, etc.



## 3 Social

Ofrecer flexibilidad horaria, de vestimenta, aumento de días por maternidad, plataformas de reconocimiento, plataformas de networking, servicios y programas de conciliación de la vida personal y profesional, espacios de intercambio de conocimientos, etc.



## 4 Comunitario

Apoyar acciones socialmente responsables y solidarias, servicios de salud para las familias, aportar conocimientos sobre la especialidad de la empresa a la sociedad y su comunidad.



## 5 Salud

Facilitar entornos saludables (comedor, máquinas expendedoras, sala de descanso...), servicios y eventos formativos puntuales o continuos.



# RETOS QUE DEBEMOS SUPERAR

- 1 Ofrecer el mismo plan de bienestar a todas las sedes de la empresa
- 2 Plan personalizado a nivel local y a la vez global. Importancia de los líderes
- 3 Gestionar todos los servicios y acciones de bienestar desde un único lugar
- 4 Medir el impacto de los planes locales y globales
- 5 Centralizar la comunicación desde un único canal

**PLATAFORMA DE BIENESTAR**



PLATAFORMA DE BIENESTAR

## LAS VENTAJAS

Una plataforma que aglutine **todos los servicios de bienestar cubriendo más del 90% de las necesidades de la empresa en bienestar laboral:**

- **In-company:** profesionales salud, workshop, torneos, clubes, gym...
- **Contact center:** profesionales salud, legal, domésticos...
- **Formativos:** masterclass, streaming, artículos, podcasts, programas...
- **Gamificación:** retos, ranking, concursos, champions...
- **Beneficios:** descuentos, retribución flexible...





# CENTRALIZAR EL PLAN EN UN ÚNICO CANAL

## PLATAFORMA BIWEL

SALUD	TRAYECTORIA	SOCIAL	COMUNITARIO	FINANCIERO
Servicio médico Prevención	Elearning	Engagement	Engagement	Rewards
<ul style="list-style-type: none"><li>• Campañas médicas</li><li>• Formaciones primeros auxilios</li><li>• Reservas revisiones médicas</li><li>• Fisio coach</li><li>• Yoga office</li><li>• <b>Healthy Mind</b>: PAE</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programas de hábitos saludables (FUNDAE)</li><li>• Webinars sobre hábitos saludables</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Política Smartworking</li><li>• Club deportivo</li><li>• Retos por equipos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acciones de sostenibilidad</li><li>• Voluntariado</li><li>• Acciones solidarias</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan de pensiones</li><li>• Seguro médico</li><li>• Descuentos en gimnasio</li><li>• Plataforma de descuentos</li></ul>

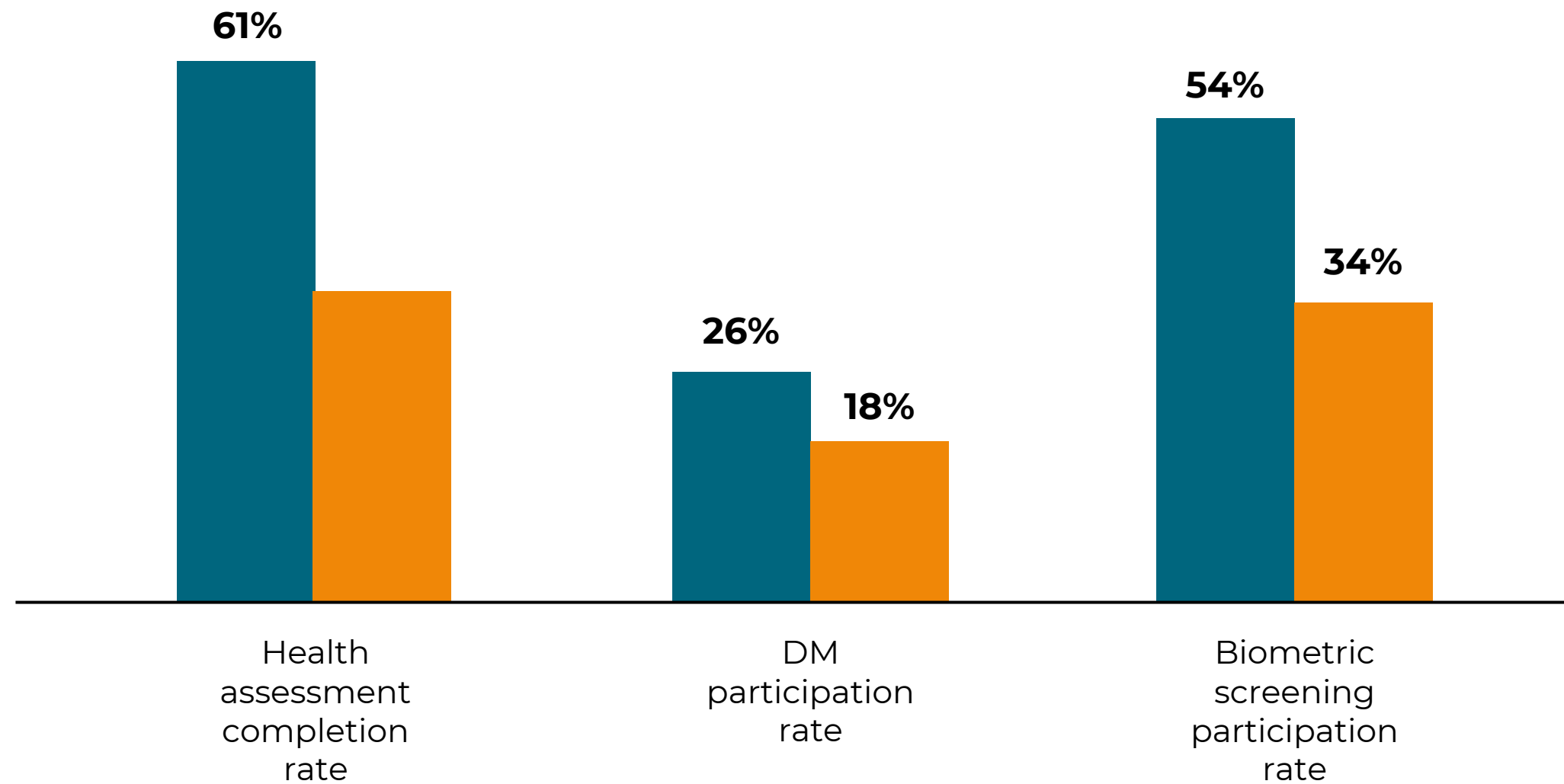
GESTIÓN DE CADA ACCIÓN Y SERVICIO A NIVEL LOCAL Y GLOBAL

# PARTICIPACIÓN DEL LÍDER

**Las tasas de participación son más elevadas cuando los líderes promueven activamente el bienestar laboral**

Tasas de participación de los empleados

- Leadership is “very supportive” of EHM
- Leadership is minimally or not at all supportive of EHM



HERO (Health Enhancement Research Organization) Scorecard

FASE 1: DISEÑO

# UN PLAN VIVO Y COMPLETO

Un buen plan de comunicación debe tener las siguientes fases

Qué acciones  
comunicativas vamos  
a realizar

Cuándo realizar cada  
acción

Qué canales vamos a  
utilizar

LANZAMIENTO

INSCRIPCIONES

RECORDATORIO

INDICADORES



# COMUNICACIÓN CENTRAL

## Cómo mejorar los datos de la comunicación

### FASES:

- 1 Diseño: qué mensaje queremos dar a nuestra plantilla
- 2 Implementación: seguir y dinamizar el plan previsto
- 3 Evaluación: análisis del impacto, detección de errores y cambios en la estrategia

### OBJETIVO

CAMBIAR ACTITUDES,  
CREENCIAS Y  
COMPORTAMIENTOS





Te presentamos el  
**PLAN DE BIENESTAR 360°**  
pensado para ti



Dedícate un tiempo para ti,  
**haz un paréntesis y cuídate**



CIRSA 

**muévete**  
**saborea**  
**emociónate**

**biwel**

# FASE 1: DISEÑO

## SENCILLEZ

“ Entre lo que pienso, lo que quiero decir, lo que creo decir, lo que digo, lo que quieres oír, lo que oyes, lo que crees entender, lo que quieres entender y lo que entiendes, existen 9 posibilidades de no entenderse ”

Edmond Wells

### El usuario necesita que se lo pongamos fácil

- Comunicación sencilla y fácil de entender
- Herramientas siempre disponibles para resolver posibles dudas
- Sintetización: mensajes cortos y rápidos
- Usar imágenes o infografías en lugar de texto

***Debemos pedir al usuario el mínimo esfuerzo posible para entender las acciones***

FASE 1: DISEÑO

# ALGO DE TEORIA



**Uso de narrativas y storytelling:** crear historias con elementos particulares con una buena narrativa puede ayudar a ser un entretenimiento educativo y cambiar hábitos

## CAMPAÑA PREVENCIÓN ALCOHOL Y DROGAS FCC

En el trabajo... la mezcla como mucho, con ganchitos

En el trabajo...la coca como mucho, de cerezas

En el trabajo... la maría como mucho, para desayunar.

En el trabajo...el chocolate como mucho, con churros

En el trabajo... las cañas como mucho, para beber zumo

En el trabajo... las pastillas como mucho, para la tos

En el trabajo...la copa como mucho, la de Europa



# FASE 1: DISEÑO

## ALGO DE TEORIA

### Diseño del mensaje a partir de teorías de cambio de comportamiento

*Persuasion theory: Elaboration Likelihood Model (ELM)*

Describe cómo las personas procesan la información y cómo los mensajes deben ser diseñados para ser persuasivos.

Los mensajes deben contener información que proviene de una razón relevante de porqué la gente debe participar.



## FASE 2: IMPLEMENTACIÓN

# EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

Aunque una campaña puede seguir todos los elementos asociados con un diseño efectivo, si la audiencia objetivo no ve los mensajes (preferiblemente con exposiciones múltiples), es probable que no se logren los objetivos propuestos en el plan.

**ALCANCE**  
(muestra)



**FRECUENCIA**  
(canales)



**¡ÉXITO!**

# FASE 2: IMPLEMENTACIÓN

## CANALES DE COMUNICACIÓN

Principales canales de comunicación externos: entre la empresa y el trabajador



### MATERIALES ADAPTADOS A ESTOS CANALES

#### CANALES PLATAFORMA

- Notificaciones (push)
- Email
- Muro saludable

#### Mailing header



#### Pantallas y salvapantallas



Poster A4

Imagen



## FASE 2: IMPLEMENTACIÓN

# SEGUIMIENTO Y DINAMIZACIÓN

**SEGUIMIENTO  
EXHAUSTIVO**



Mejorar la  
adherencia  
Asegurar el buen  
funcionamiento

De las personas inscritas a un reto, solo el  
**65,79%** estaban sincronizadas.



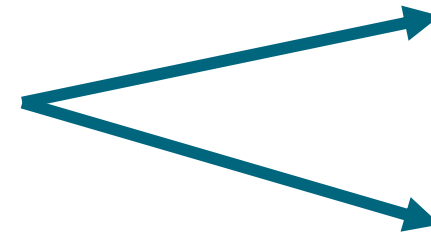
Recordatorio mediante  
notificación a través de  
la app



El número de sincronizaciones aumentó en un **17%**  
llegando al **82%** de usuarios sincronizados

# ANÁLISIS DE LA ADHERENCIA Y SATISFACCIÓN

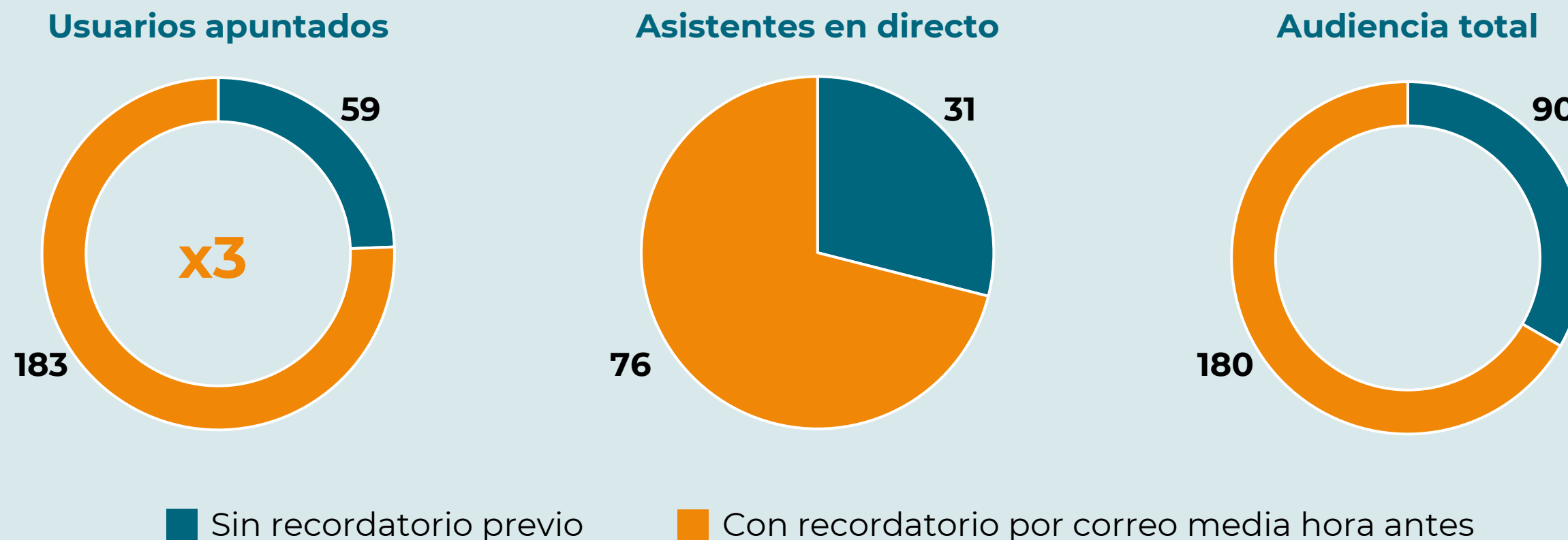
Para un buen impacto, necesitamos una comunicación en **constante evolución**



**Herramientas** para medir el **impacto y la adherencia**

**Herramientas** para medir la **satisfacción de los usuarios**

## Cambios en la audiencia de una formación en streaming con y sin recordatorio previo





# PERFECCIONAR EL PLAN A PARTIR DE LA EXPERIENCIA

Recordatorio 30 min.  
antes de empezar la  
formación

+

Envío de la encuesta  
5 minutos antes de  
terminar

=

**3** veces más asistencia

**10** veces más respuestas

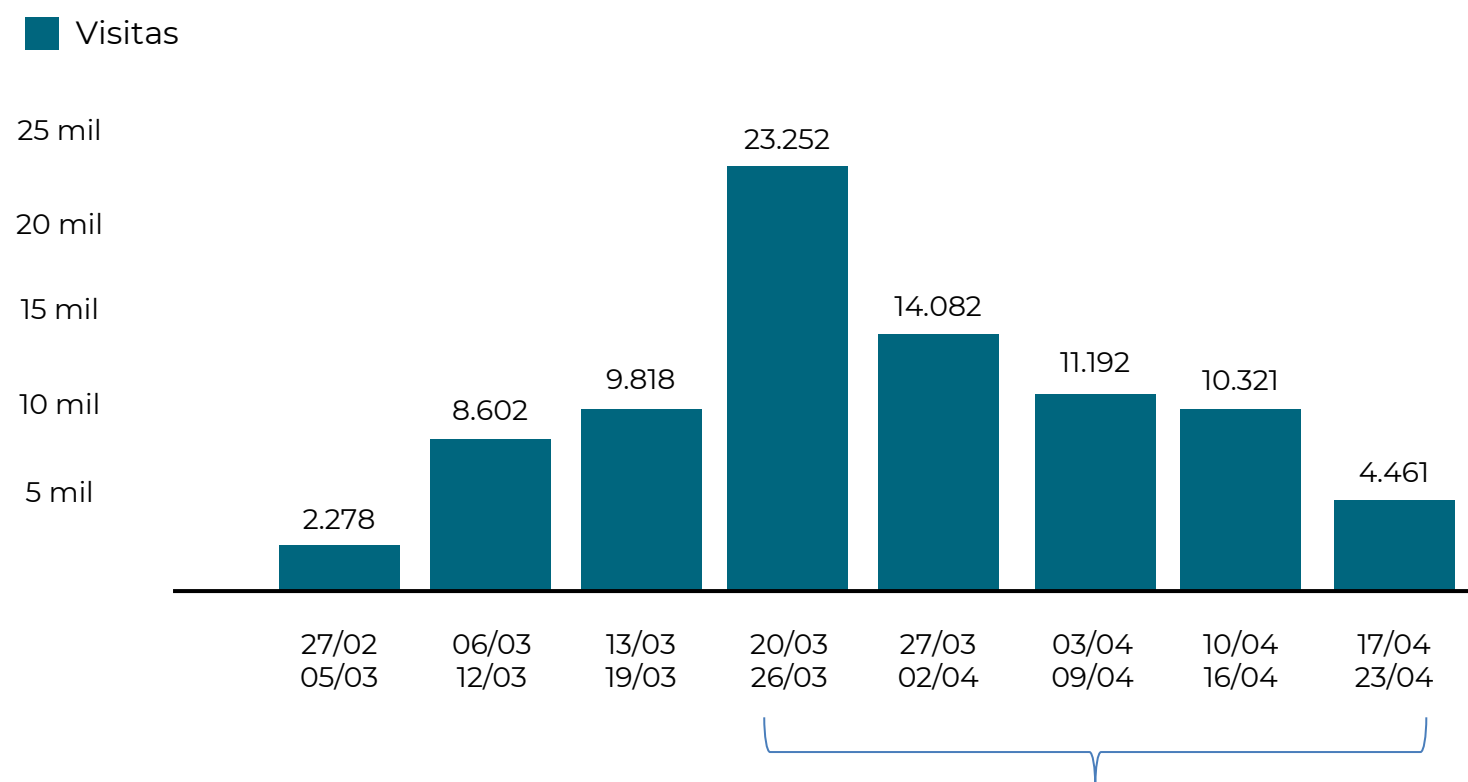


Si esto nos funciona con una acción, adaptamos los planes para replicarlo y obtener mejores resultados en todas las acciones planteadas

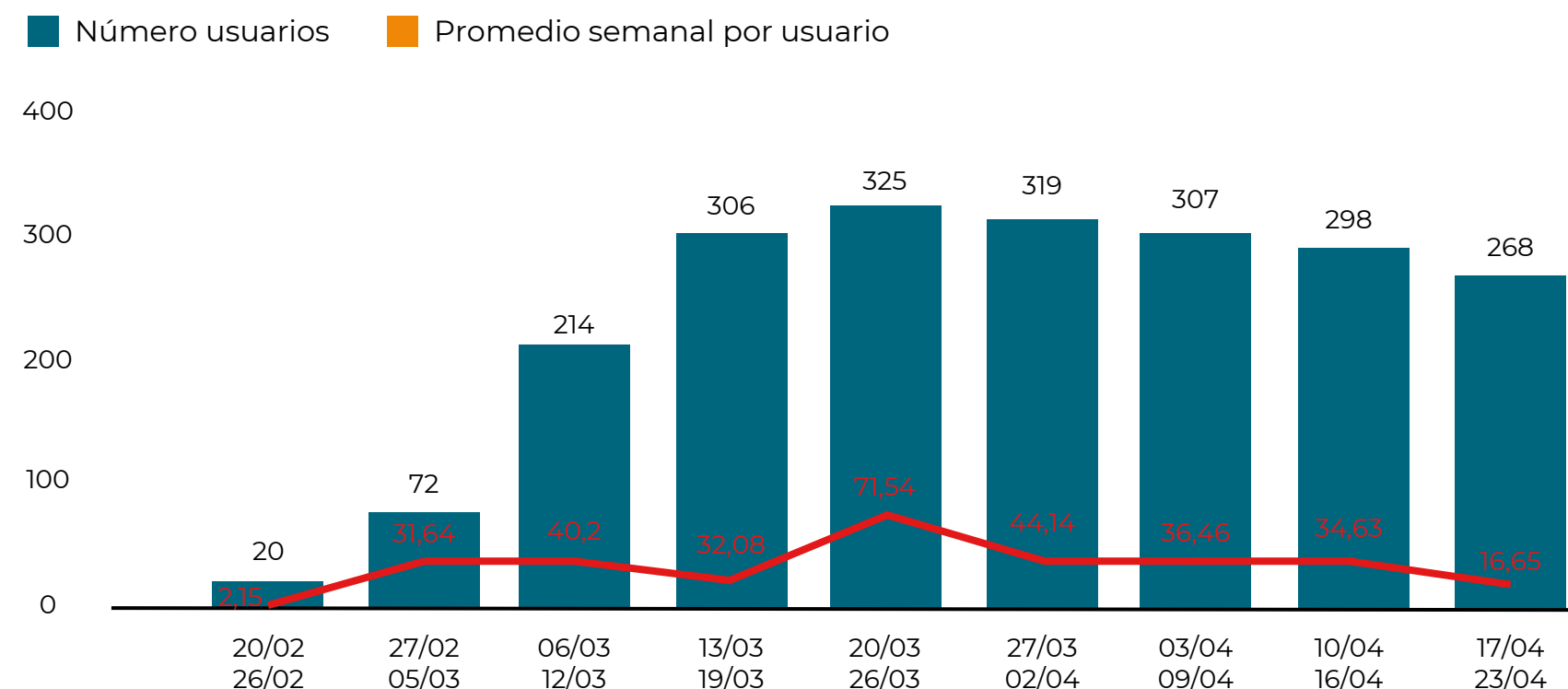
## FASE 2: IMPLEMENTACIÓN

# MANTENER EL INTERÉS A BASE DE ACCIONES

### Visitas al reto – 411 usuarios



### Visitas al reto por usuarios



Record de visitas al reto  
**84.049**

**80%**  
de logins a través de la app

**5**  
Logins diarios por usuario de media

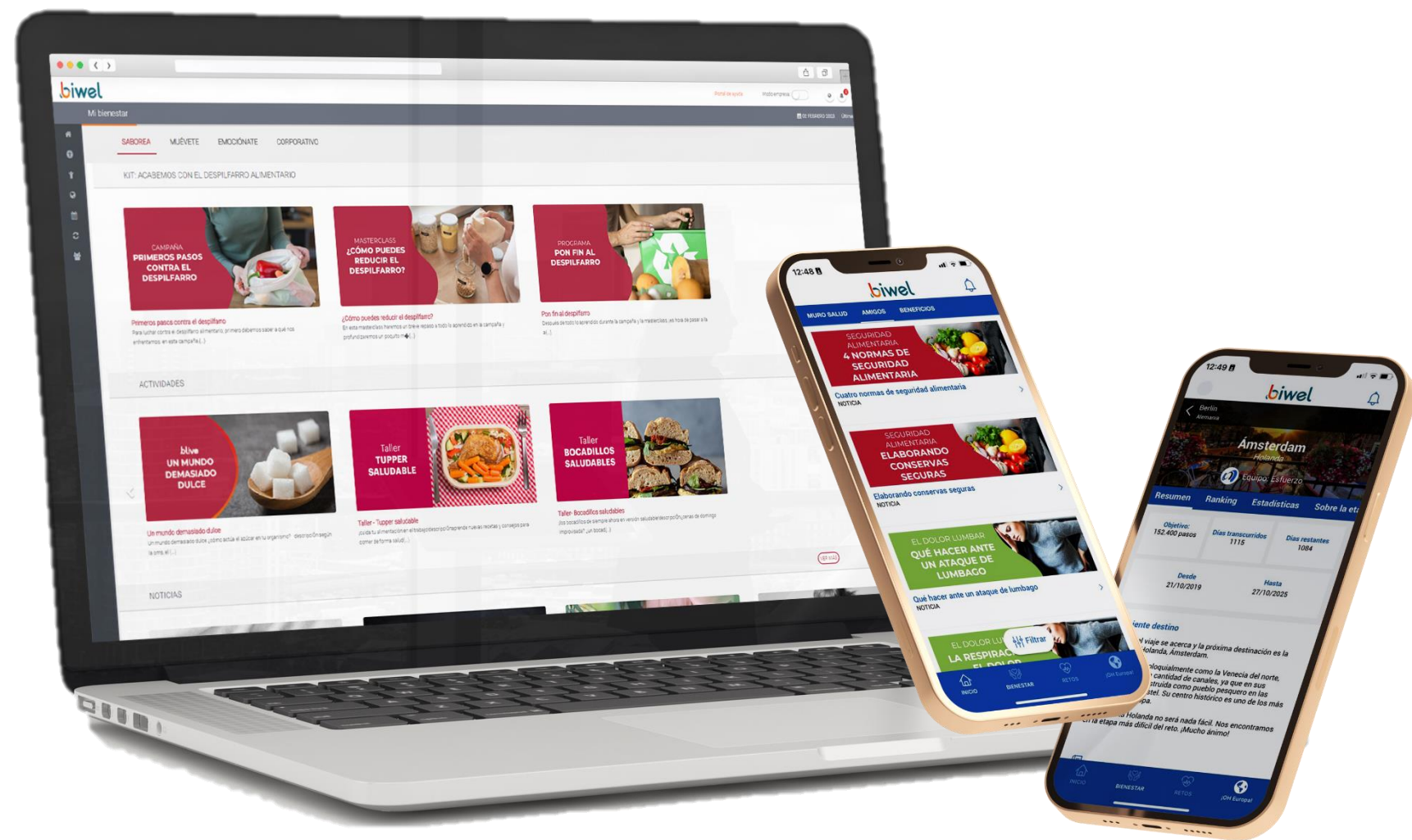


## CONCLUSIONES

# INGREDIENTES INDISPENSABLES PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN DEL PLAN DE BIENESTAR

- Ser conscientes de los canales que disponemos y adaptar las comunicaciones a estos canales
- Comunicación sintética, sencilla y directa
- Tener un plan de comunicación claro
- Seguimiento y dinamización
- Análisis de la adherencia y la satisfacción para seguir mejorando

# Comunica con confianza y éxito con nuestra plataforma de bienestar



## CANALIZA TODO TU PLAN DE BIENESTAR EN UN SOLO CANAL

Plataforma **web y app** para  
iOS y Android

**biwel**



**GRACIAS**

Estel Mallorquí Ayach  
Fundadora y directora de Biwel  
emallorqui@biwel.es  
636405172  
[www.biwel.com](http://www.biwel.com)

