



Shutterstock / Postmodern Studio

En internet, la opinión de los trabajadores sobre sus empresas importa (y mucho)

Publicado: 28 abril 2022 19:14 CEST

Santiago Melián González

Associate professor, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Jacques Bulchand Gidumal

Profesor de Emprendimiento y Turismo Digital, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Desde hace tiempo, internet es el principal medio para realizar cualquier tipo de comunicación. Gracias a plataformas como Tripadvisor, los consumidores descubrieron lo fácil que resulta compartir sus experiencias (gastronómicas, hosteleras, turísticas...). Fue el origen de la expansión del *boca a boca electrónico*. Así, consultar las opiniones de otros consumidores antes de adquirir cualquier producto o servicio se ha convertido ya en un hábito de compra.

De la misma manera, en internet es fácil encontrar opiniones de los trabajadores sobre sus empleadores. Al igual que en el caso de los consumidores, este comportamiento ya existía antes de internet. La diferencia está en las dimensiones y trascendencia que ha adquirido en las redes. Sean positivas o negativas, esas opiniones tienen consecuencias para las empresas.

Valorar empresas

Hace más de una década resultaba muy difícil saber cómo era trabajar en una empresa sin pertenecer a su plantilla. Solo había información de las más populares pero, en la mayoría de los casos, eran las propias empresas las que promovían esas informaciones.

También existían, y todavía existen, los reconocimientos o premios a las mejores prácticas de recursos humanos, otorgados por empresas consultoras como GreatPlacetoWork o TopEmployers. La cuestión es que para participar en estos premios hay que pagar por los servicios de las consultoras. Obviamente, no todas las empresas están interesadas en asumir el coste que eso implica.

A finales de la primera década de este siglo apareció el portal Glassdoor. Su funcionamiento es similar al de Tripadvisor. La diferencia es que, en vez de clientes opinando sobre restaurantes y hoteles, son trabajadores y extrabajadores los que publican comentarios sobre sus lugares de trabajo.

La idea de recoger y publicar las opiniones sobre empleadores ha sido imitada por otros sitios de internet, pero no han alcanzado la trascendencia de Glassdoor. Es el caso de los portales de empleo a través de los cuales las empresas reclutan personal. Indeed tiene una sección dedicada exclusivamente a esto. Infojobs muestra las valoraciones que reciben las empresas que anuncian sus vacantes en su web. Es decir, actualmente acceder a este tipo de información es muy sencillo.

Glassdoor se encuentra entre las 1 000 webs con más tráfico de todo el mundo, según datos recogidos de Alexa Internet el 7 de enero de 2022.

¿Qué información se publica?

Lo habitual es que los trabajadores y extrabajadores den, primeramente, una puntuación global a la empresa. Adicionalmente, suelen puntuar también aspectos concretos. Por ejemplo, el salario, los directivos, la conciliación o la proyección profesional. Además, están los comentarios que complementan estas valoraciones.

El siguiente es un ejemplo del tipo de comentarios que se hacen y se publican:

“No cumplen con las expectativas salariales, intentan escatimar lo máximo posible en la evolución de los empleados”.

También los hay positivos, como este:

“Empresa internacional en la que puedes aprender cómo funcionan grandes proyectos internacionales, buen caché y sueldo”.

¿Deberían las empresas prestar atención a estas opiniones?

La respuesta es afirmativa por varios motivos. Nuestra investigación ha mostrado que lo que opinan los trabajadores de una empresa influye en el comportamiento de trabajadores potenciales. Así, los candidatos desisten de enviar sus currículos a empresas con puntuaciones bajas y comentarios desfavorables. Solo lo harían si no tuvieran otras alternativas de empleo.

Ocurre lo contrario en el caso de empresas con buenas opiniones. Resultan muy atractivas como sitio en el que trabajar. Así, los candidatos muestran una alta predisposición a enviar sus candidaturas. A su vez, a las personas que leen estas opiniones les resultan más fiables que las versiones que las empresas dan de sí mismas en sus webs. Incluso más que los reconocimientos públicos a sus prácticas de recursos humanos.

La opinión del empleado también importa al cliente

Pero, además, lo que los trabajadores dicen sobre cómo los tratan las empresas también influye en la opinión de los consumidores. Leer opiniones desfavorables de trabajadores rebaja la satisfacción con el producto adquirido y disminuye la intención de volver a comprarlo. En el caso de consumidores potenciales, estas opiniones desfavorables reducen la intención de adquirir los productos.

Por el contrario, los consumidores de una empresa aprecian positivamente los comentarios favorables de sus trabajadores. Concretamente, hace que estén más satisfechos con su experiencia como clientes. A su vez, incrementan la intención de volver a serlo.

La evidencia muestra que una plantilla que habla bien de su empresa en internet refleja positivamente la satisfacción de su personal. La importancia de esta satisfacción en los resultados empresariales es algo que parece difícil de discutir, aunque la evidencia empírica sobre este asunto no abunda.

En nuestro caso, a partir de una muestra de 475 empresas y de 60 990 trabajadores, comprobamos que las empresas con mejores valoraciones de sus trabajadores en la plataforma Glassdoor tienen una mayor rentabilidad que las empresas que cuentan con puntuaciones más bajas.

En resumen, los responsables de recursos humanos de las empresas deberían rastrear las opiniones de sus trabajadores en la red. El contenido de estas opiniones, y las puntuaciones asociadas, constituyen una información útil para evaluar sus prácticas de recursos humanos y realizar los cambios pertinentes.