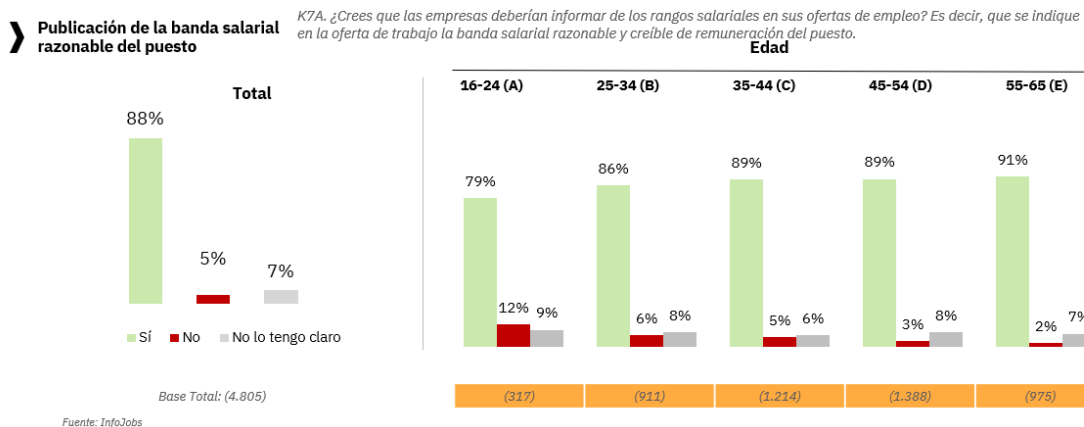


9 de cada 10 trabajadores consideran que las empresas deben publicar la banda salarial en sus ofertas de empleo

- La percepción de transparencia y el poder decisivo para postularse a una oferta son las dos principales razones para implementar esta práctica
- Tan solo 1 de cada 4 trabajadores recomendaría su empresa para trabajar
- *Employer Branding*: la generación Z apuesta por la diversidad dentro de la empresa (8 puntos porcentuales por encima de la media) y la innovación

Madrid, 31 de octubre de 2023. El pasado 23 de abril, el Consejo de la Unión Europea adoptó nuevas medidas sobre transparencia retributiva a través de la Ley de Transparencia Salarial. De acuerdo con la propuesta de la Directiva, cuyo plazo de transposición finaliza el 7 de junio de 2026, las empresas de aquellos países pertenecientes a la UE estarán obligadas a comunicar información sobre el salario durante del proceso de selección, así como a tomar medidas si su brecha retributiva de género supera el 5%.

[InfoJobs](#), la plataforma de empleo líder en España, ha profundizado en esta cuestión, publicando la primera edición de su *Informe sobre Employer Branding y bandas salariales*, del cual se extrae que **9 de cada 10 trabajadores consideran que las empresas deberían publicar la banda salarial razonable y creíble de la remuneración de un puesto en las ofertas de empleo**. Los más jóvenes son algo menos firmes en la creencia de que las empresas deben revelar la franja salarial adecuada para un puesto: el 12% de las personas entre 16 y 24 años no considera que tengan que publicarla (vs. 5% de la media).



El aumento de la percepción de transparencia y el poder decisivo para postularse a una oferta, razones de peso para publicar la banda salarial

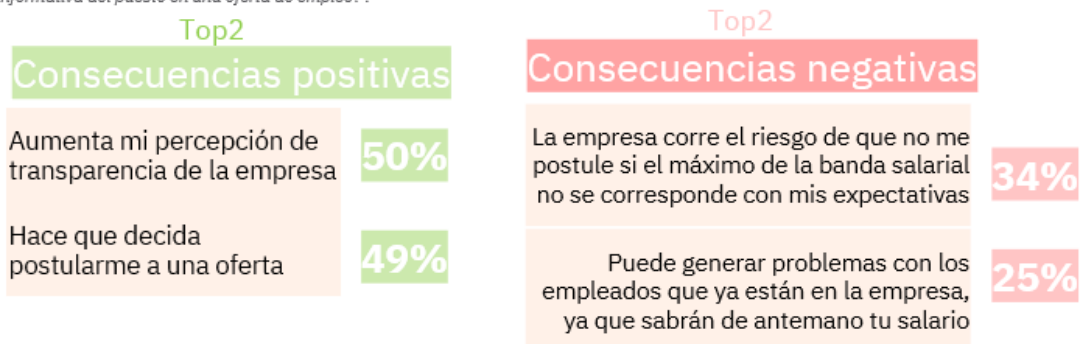
En general, la mitad de la población considera que las dos principales consecuencias positivas que conlleva publicar la banda salarial de un puesto son: la **percepción de transparencia** que se genera hacia una determinada empresa (50% de las menciones), y el **poder decisivo** que tiene para postularse a una oferta (49%). Tan solo un 3% afirma que no hay ninguna consecuencia

positiva. Por edad y género, los más jóvenes (de 16 a 24 años) y las mujeres destacan esta práctica por el hecho de que impulsa la no discriminación salarial (49% de menciones en el caso de los jóvenes, y un 43% en el de las mujeres).

Por el contrario, alrededor de **1 de cada 3 personas** asegura que la principal consecuencia negativa que puede tener el que la empresa publique la banda salarial razonable para un puesto de trabajo es que corra **el riesgo de que este no se corresponda con las expectativas de quien busca trabajo** (34% de las menciones) y, por tanto, no presente su candidatura. Sin embargo, un 29% cree que no existe ninguna consecuencia negativa proveniente de esta práctica. Por edad y género, son los mayores de 45 años y las mujeres quienes lo creen mayoritariamente.

K7B. ¿Cuál o cuáles crees que son las consecuencias positivas de publicar la banda salarial de forma clara e informativa del puesto en una oferta de empleo? .

K7B. ¿Cuál o cuáles crees que son las consecuencias negativa de publicar la banda salarial de forma clara e informativa del puesto en una oferta de empleo? .



Fuente: InfoJobs

Tan solo 1 de cada 4 trabajadores recomendaría su empresa para trabajar

Del estudio también se puede extraer que tan solo **1 de cada 4 trabajadores recomendaría su empresa para trabajar**. De hecho, 2 de cada 5 no lo harían. Por edad, los mayores de 55 años tienden a dar una mejor valoración a la empresa como lugar de trabajo (con el 29%) en comparación con los jóvenes de 25 a 34 años (21%).

Finalmente, si nos atenemos a los planes de recompensa, 4 de cada 5 trabajadores declara que su empresa no ofrece ningún beneficio por recomendar a una persona para un puesto de trabajo. Quienes más lo mencionan trabajan sobre todo en el sector cuaternario y quinario.

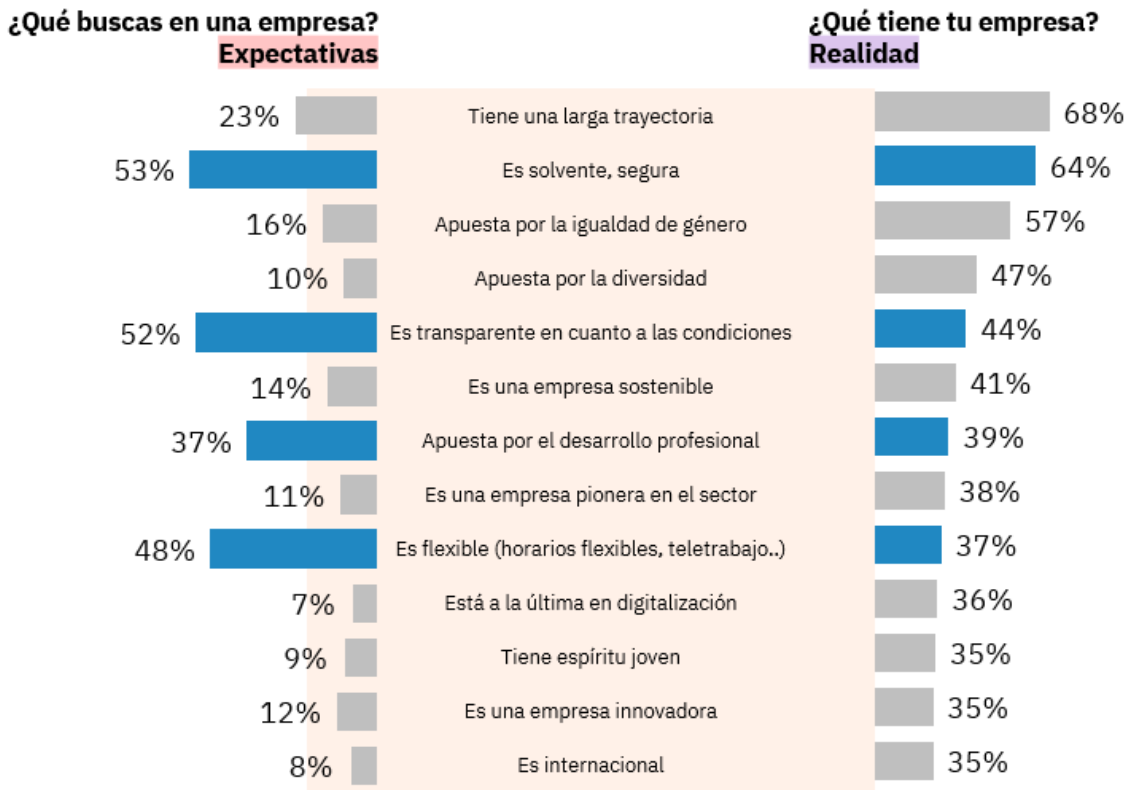
Employer Branding: los canales no tradicionales modifican el atractivo de una empresa

La herramienta más importante con la que cuentan las empresas en los últimos tiempos para evitar la fuga de talento y lograr que los profesionales se desarrollen dentro de la compañía es el denominado *Employer Branding*. De hecho, **3 de cada 4 profesionales afirman informarse sobre la empresa antes de aplicar a una oferta laboral**. Para ello, suelen acudir a diferentes canales de búsqueda de información: la web de la entidad (58%); portales de empleo que incluyen valoraciones de la compañía en cuestión (55%); foros de opinión, blogs y noticias de prensa (51%); contactos y amigos (46%); o las redes sociales de la marca (43%). En este sentido, se aprecia que aquellos perfiles de entre 55 y 65 años son quienes en mayor medida acuden a foros de opinión, blogs y prensa (52% de las menciones). Por otro lado, casi la mitad de quienes tienen entre 25 y 44 años consultan más las redes sociales de la empresa.

Respecto a lo que más valoran los trabajadores de la imagen de una empresa, premian que la compañía sea solvente/segura y que sea transparente en cuanto a las condiciones (53% y 52% de las menciones respectivamente). Seguidamente, aparece que sea flexible (48%); que apueste por el desarrollo profesional (37%); y que tenga una larga trayectoria (23%). En este punto, se observan igualmente resultados significativos por rango de edad. La solvencia y la transparencia son los más valorados cuanto mayor es la edad. Así, para los perfiles de más de 55 años, la solvencia sube hasta el 63%, mientras que la transparencia se sitúa en el 54%. En cambio, la denominada generación Z (16-24 años), apuesta de manera notoria por la diversidad dentro de la empresa (18% de menciones frente al 10% de media) y por la innovación (19% de menciones frente al 12% de media).

No obstante, las expectativas de los empleados coinciden con la realidad que existe en su empresa en dos aspectos: la solvencia y la apuesta por el desarrollo profesional. La flexibilidad, característica más demandada en tercer lugar, queda en una posición bastante más lejos de la realidad. Lo mismo ocurre con la transparencia de las condiciones.

K5. ¿Qué imagen o reputación debe tener una empresa para que despierte tu interés o te resulte atractiva para trabajar en ella? Selecciona las 3 características que más te llaman de una empresa // K8. Ahora piensa en la empresa en la que trabajas, ¿crees que cumple alguna de las siguientes características?



Fuente: InfoJobs

Base Total ocupados: (4.168)

Por género, las mujeres valoran en mayor medida la transparencia y la flexibilidad con respecto a los hombres, con un 57% (vs. 47% de los hombres) y 53% (vs. 43% de los hombres), respectivamente, lo que puede estar vinculado a la mayor tendencia a la conciliación del género femenino.

Finalmente, el 36% de los encuestados señala que su consideración por trabajar en una empresa con presencia en canales no tradicionales como TikTok o Twitch es de importancia media-alta. Esta cifra se incrementa hasta el 70% en los jóvenes de entre 16-24 años, mientras que baja hasta el 28% en mayores de 55 años.



**Nota metodológica del informe:*

Los datos de población activa se han extraído con una encuesta online autoadministrada (CAWI) a través de un panel con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 15 minutos. La muestra ha sido de 4.805 panelistas que componen una distribución proporcional y representativa de la población nacional de 16 a 65 años y guiada por cuotas de sexo, edad y región y situación laboral. El margen de error es de +/- 1,4%.

Sobre InfoJobs

Plataforma líder en España para encontrar las mejores oportunidades profesionales y el mejor talento. En el último año, InfoJobs ha publicado 2,7 millones de posiciones vacantes. Cuenta cada mes con 40 millones de visitas (más del 80% proceden de dispositivos móviles) y 1,2 millones de usuarios únicos mensuales. Gracias a InfoJobs se firma un nuevo contrato de trabajo cada 24 segundos.

InfoJobs pertenece a Adevinta, compañía líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario ([Fotocasa](#) y [habitaclia](#)), empleo ([InfoJobs](#)), movilidad ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](#)).

Los negocios de Adevinta han evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. La sede de la compañía está en Barcelona y cuenta con una plantilla de 1.100 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.

Adevinta tiene presencia mundial en 10 países. El conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 3.000 millones de visitas cada mes. Más información en [adevinta.es](#)

Contacto:

InfoJobs: Mónica Pérez Callejo

prensa@infojobs.net

Evercom: Pablo Gutiérrez / Andrea Vallejo

infojobs@evercom.es

T. 93 415 37 05 - 676 86 98 56