
Capital Humano

- Compensación y Beneficios

Comunicación efectiva de las políticas de compensación y beneficios

Cid, Flor

Capital Humano, N° 346, Sección Compensación y Beneficios / Tribuna, Octubre 2019, **Wolters Kluwer España**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



Cuando analizamos el contexto de la retención del talento en la empresa actual, las políticas de compensación y beneficios se convierten en un instrumento fundamental y cada vez más destacado dentro de las estrategias de las compañías. Estas políticas de compensación son tan variadas como lo requiere la enorme variedad de escenarios a los que asistimos en el panorama empresarial y, lo que es más, constituyen un elemento vivo y dinámico en constante actualización (ya sea para recabar y fomentar las bondades de las ya existentes e implementadas, ya sea para introducir cambios con

respecto a las que vienen desarrollándose desde un mayor o menor margen de tiempo atrás).

Las políticas de compensación y beneficios han sido ampliamente definidas a lo largo de los años, si bien existen enfoques particularmente interesantes sobre ellas que merecen la pena ser destacados. Tal es el caso de las reflexiones que ofrece Jesús Gómez Carrasco, experto en gestión de personas y organizaciones, quien en un artículo publicado hace algún tiempo en el blog de Cerem International Business School, nos habla de **las 4 P's de la política de compensación: *Position*** (o puesto de trabajo), ***Person*** (o persona), ***Performance*** (o desempeño en el puesto de trabajo) y ***Potential*** (o potencial del trabajador).

Estrategias de comunicación

Vista esta introducción general, toca adentrarnos en materia de comunicación y su valor y aportaciones dentro de este panorama. Cada vez son más los expertos en recursos humanos que reflexionan acerca de la **comunicación efectiva del plan de retribución dentro de la empresa**, así como cuál es la estrategia más idónea para comunicar un plan de beneficios sociales, o el reto que supone para las empresas la comunicación efectiva de las políticas de compensación y beneficios. Al respecto de este último *input*, cabe recordar y hacer referencia a una pasada jornada promovida por AON, cubierta por el medio especializado en el sector asegurador, INESE, y que contó con la colaboración de Miguel Marzo, director de RR.HH. de Pikolin. La sesión vino a resaltar que aspectos tales como las diferencias generacionales, la digitalización, la competencia por el talento o la retribución emocional, constituyen los factores básicos sobre los que se asientan las nuevas formas de crear y comunicar las iniciativas de beneficios. Tal y como sostuvo durante la sesión Fátima González-Astolfi, directora comercial de Health & Benefits de AON, **la compensación total, la flexibilidad y la personalización** son los aspectos más demandados en la actualidad por los empleados. De ahí que dentro de este nuevo enfoque existan nuevas soluciones tales como el *smart-working*, la salud financiera o los modelos anglosajones de ahorro económico.

Otra afirmación muy generaliza entre los expertos, y que comparto con ellos, es que, cuando se trata de compensaciones y beneficios, la comunicación ha de ser más cuidadosa y transparente en comparación con otras áreas de recursos humanos. Todos los canales empleados a la hora de comunicar sobre esta materia han de ser especialmente cuidados, en la medida en la que va a afectar a intereses individuales de los trabajadores, muchos de los cuales tendrán un impacto directo tanto en sus emociones como en el transcurso de sus vidas particulares. En este sentido, precisión, **confidencialidad y rigurosidad** se convierten en grandes aliados a la hora de acompañar los mensajes que se van a transmitir. De hecho, y es algo que podemos abordar en próximos artículos, por la amplitud de sus enfoques y contenidos, hoy la compensación emocional (el archiconocido, pero a veces no tan bien comunicado, «salario emocional»), copa una parte muy importante de las políticas de las compañías, y va a tener un gran impacto sobre los empleados.

Para terminar, conscientes de que hablamos de un tema del que nunca nos cansaríamos de reflexionar analizando diferentes ejemplos, hagamos notar la importancia que le otorgan las empresas a la comunicación en este contexto, desde la base de sus ofertas de empleo. Hoy es frecuente encontrar muchas de ellas en las que al candidato se le exige

estar preparado para desarrollar y gestionar una comunicación eficiente de las políticas de compensación y beneficios, de modo que se garantice la satisfacción de los trabajadores y sea capaz de transmitir respuestas proactivas ante las necesidades y dudas planteadas.