

Capital Humano

- Compensación y Beneficios

El papel de la comunicación interna en los planes de beneficios sociales y políticas de compensación

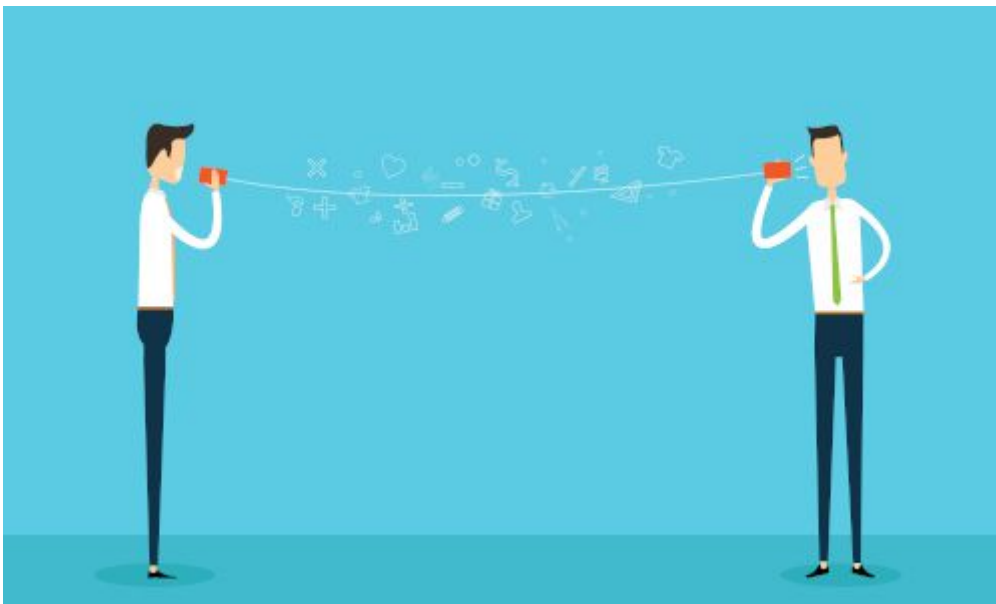
Cid, Flor

Capital Humano, N° 352, Sección Compensación y Beneficios / Tribuna, Abril 2020,
Wolters Kluwer



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



Hoy en día, el valor de los beneficios sociales para motivar a los empleados constituye un tema de especial interés. Estamos ante una oferta de servicios que pretenden, en ocasiones, gozar de una importancia superior al propio salario. Según un reciente

estudio llevado a cabo por Cobee, *startup* que promueve los beneficios flexibles tanto para los empleados como para las empresas, hasta el 65% de los trabajadores considera que los planes de beneficios poseen mucha importancia a la hora de aceptar una nueva oferta de empleo. Además, y en sintonía con la actividad de la compañía promotora del informe, hasta el 93% de los empleados desean alcanzar una mayor flexibilidad y control sobre sus beneficios.

No obstante, cabe señalar que todos los beneficios no pueden ni deben ser igual de apropiados para la globalidad de la plantilla. Desde diversas fuentes, todas ellas relacionadas con la consultoría de Recursos Humanos y la Comunicación, se destaca que, pese a existir unos más conocidos que otros, hay varios beneficios sociales comúnmente identificados y aceptados por una gran mayoría. Tales son los casos de los planes de pensiones; los seguros de vida, de accidentes o de invalidez; los seguros médicos o dentales; las dietas y los desplazamientos; las actividades de formación; las cestas de empresa; o los cheques guardería; entre otros.

Por otro lado, y con un evidente enlace con lo anterior, también se hace necesario poner el foco en las políticas de compensación, aquellas que persiguen la estandarización de los criterios de asignación de remuneraciones. Intentan alinear el desempeño con el valor real de cada empleado sobre el negocio, de modo que la retribución alcance los mayores niveles posibles de coherencia. En este sentido, a la hora de diseñar una política y sistema de compensaciones, hay que considerar varios aspectos, tales como la cultura de la organización; la correlación entre el desempeño y la mencionada compensación; y su facilidad para ser comprendida y calculada de una forma objetiva; entre otros.

Alcanzado este punto, la importancia de comunicar bien los planes de beneficios sociales y las políticas de compensación de las compañías adquiere un papel protagonista y fundamental dentro de todo este proceso. Y es desde la comunicación interna desde donde es necesario llevar a cabo un flujo correcto con el factor humano, principal capital tanto productivo como intelectual de la gran mayoría de las compañías e instituciones. En esta ocasión, he puesto la atención en unas reflexiones llevadas a cabo por Grupo Atisa, que considero de vital interés en el marco de la correcta comunicación de los beneficios sociales y las políticas de compensación en las empresas.

En primer lugar, es preciso **articular espacios de comunicación interna** que permitan alcanzar el conocimiento más profundo de los empleados. Sólo de este modo (campañas específicas, correos electrónicos, videoconferencias e Intranet, entre otros), se podrá implementar el verdadero plan de beneficios que esté en sintonía con sus auténticas necesidades. Esta reflexión se aproxima y forma parte de las políticas de retención del talento.

Desde la mencionada fuente se señala, además, que pese a que el **diseño de paquetes de beneficios socioeconómicos** que satisfagan a los trabajadores es un asunto prioritario, sin embargo, el porcentaje de empleados que conoce con detalle en qué consiste dicha política de incentivos en su lugar de trabajo es aún muy reducido (en ocasiones no supera el 10% de la plantilla). De ahí que la comunicación interna desempeñe un rol fundamental en la visibilización de dichos planes, así como en su puesta en valor ante la plantilla.

Para terminar, Grupo Atisa plantea una serie de metodologías que, muy probablemente, pueden resultar útiles en esta tarea de comunicación interna. Entre ellas, destaca la **alianza interdepartamental**, de modo fundamental entre el departamento de recursos humanos y el de comunicación interna. El objetivo es diseñar conjuntamente criterios corporativos que promuevan el conocimiento de dichos beneficios sociales y su valor para los empleados. Además, propone **aunar criterios** a la hora de elaborar la política de beneficios de la empresa y la del plan estratégico de comunicación corporativa. En este caso, el propósito es que los trabajadores dispongan de un sistema planificado de trabajo e incentivos a través de diversas acciones de comunicación interna. Por último, destaca la elaboración de estrategias y tácticas, tales como el diseño de una **herramienta** centralizada en la web para que los empleados puedan gestionar sus propios beneficios. En este sentido, el desarrollo de una Intranet, así como de un portal del empleado, son acciones que contribuyen firmemente al desarrollo de una comunicación coherente, dinámica y útil con los trabajadores.

