

# Capital Humano

- Compensación y Beneficios

## Comunicación Interna: apoyo clave en la selección de sus beneficios sociales

Cid, Flor

**Capital Humano**, N° 363, Sección Compensación y Beneficios / Tribuna, Abril 2021, Wolters Kluwer



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



Reflexionar sobre el cambio que ha producido la llegada del Covid-19 en la forma en la que los empleados perciben y evalúan los beneficios sociales es algo muy frecuente en los últimos meses. Y es que, ciertamente, esta pandemia que todo lo ha cambiado, también ha ejercido su influencia en la escala de prioridades de los trabajadores. Pero el efecto no es unidireccional, sino que se retroalimenta con las acciones que las compañías y corporaciones están llevando a cabo, analizando muy de cerca cuáles son sus ofertas al respecto, e introduciendo los cambios que consideran necesarios en los productos y servicios que ofrecen para alinearse con las nuevas experiencias de vida de sus empleados.

Recientemente, la aseguradora MetLife ha llevado a cabo una investigación de la que se desprende que las empresas tienen nuevas oportunidades de apoyar a sus trabajadores en la toma de decisiones. Y una de las claves para otorgarles esta ayuda se encuentra en la comunicación interna: han de ser capaces de informarles para proporcionarles una necesaria situación de empoderamiento real, tanto en el actual momento Covid, como en adelante.

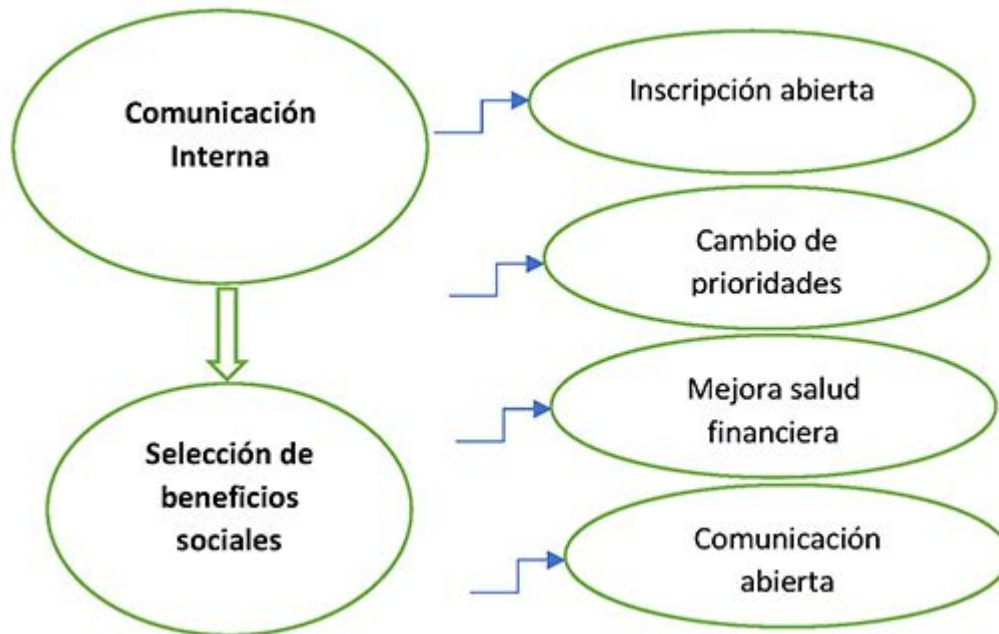
Entre los principales aspectos que se desprenden del estudio de la compañía a la hora de comunicar con eficacia la nueva situación de las empresas a sus empleados, destaca la necesidad de que éstos puedan contar con un proceso de selección de beneficios sociales abiertos. Esto significa que la **inscripción abierta** se posiciona como una nueva prioridad para los trabajadores, algo en lo que la comunicación interna juega un papel protagonista.

Además, la investigación refuerza un hecho ya conocido, y es que el interés de los empleados en algunos beneficios está sufriendo cambios, como es el caso de los beneficios particulares, con el seguro de vida y el seguro de salud como prioritarios. En este caso, las empresas han de ser capaces de transmitir cuál es su oferta al respecto, y respaldar estas nuevas necesidades que se potencian debido al contexto pandémico y al afán de sentir seguridad y protección por parte de sus trabajadores.

Por otra parte, considero de especial interés el dato que aporta el estudio en materia de salud financiera, y es que mejorarla es uno de los principales objetivos para los empleados a lo largo de este año, a la par que manifiestan que desean tener más control sobre cuánto pagan por beneficios médicos. Nuevamente acudimos a la comunicación interna como la herramienta imprescindible y más adecuada para transmitir toda la información al respecto, además de proporcionar el asesoramiento más adecuado para mostrar, una vez más, ese respaldo.

Por último, y debido a su vínculo con la temática que nos atañe en cada sección mensual, (el valor de la comunicación interna), me ha gustado casi más que ningún otro punto la conclusión que indica que la comunicación abierta permite a los empleados tomar mejores decisiones. Desde antes de la llegada de la crisis del Coronavirus, pero ampliamente reforzada por ésta, la situación que se vive en las compañías es que muchos de sus trabajadores toman decisiones trascendentales para ellos sobre los beneficios sociales sin tener muy claro en qué consisten o cuáles serán sus consecuencias. En su comunicado al respecto, que estoy teniendo presente como fuente a lo largo de esta colaboración, MetLife apuesta por que las empresas ayuden a sus empleados haciéndoles más accesible la educación en materia de beneficios sociales mediante una comunicación abierta y fluida, y proporcionándoles las herramientas y

recursos que precisan. La comunicación interna puede y debe jugar un rol clave a la hora de minimizar las mencionadas inseguridades, y posicionarse como herramienta estratégica que apoye a los trabajadores en la selección de los beneficios sociales que más y mejor se adaptan a sus circunstancias personales, sobre la base de la seguridad y la confianza en sus compañías.



[Opinar \(0\)](#)

Queremos saber tu opiniónNombre