

Una buena estrategia de recompensa impulsa a las empresas hacia el éxito

WorldatWork y People Matters reflexionan sobre las mejores prácticas del mundo en Retribución y Recompensa



18/04/2018 La sede madrileña de People Matters acogió el pasado martes un encuentro privado entre un reducido grupo de periodistas especializados y Scott Cawood, presidente de la prestigiosa Asociación Internacional de profesionales de Retribución y Recompensa WorldatWork. En él, el CEO norteamericano compartió con los asistentes información sobre las mejores prácticas del mundo en esta materia y destacó el importante papel que juegan estas dentro de la estrategia de captación y retención del talento de las empresas.

En la reunión también participó la socia cofundadora de **People Matters** y responsable de la Certificación Global Remuneration Professional de **WorldatWork**, Susana Marcos, quien aportó su conocimiento sobre el estado en el que se encuentran las empresas españolas en materia de recompensa y retribución.

En este sentido, Marcos quiso destacar que, “aunque España va un poco por detrás de Estados Unidos y otros países de Europa, vamos muy rápido: el camino que otros han recorrido antes nosotros lo estamos recorriendo en menor tiempo”. Todo ello implica, según la experta, que cada vez más empresas y más profesionales son conscientes de que **una buena estrategia de recompensa, capaz de enganchar a los trabajadores, es lo que permite que las empresas sean exitosas.**

Millennials y sus expectativas de recompensa

Uno de los colectivos responsables de este cambio de mentalidad son los jóvenes Millennials que, tal y como explicó Cawood, en Estados Unidos conforman un grupo muy amplio y con mucho peso en la sociedad. Por eso, las empresas que quieran triunfar tienen que ser conscientes de que estas nuevas generaciones necesitan cosas distintas: **“no les gusta la jerarquía, quieren organizaciones más planas y con menos control”**.

No obstante, el estadounidense dejó claro que la confrontación entre las necesidades de las nuevas generaciones y las antiguas “ocurre siempre” y no debe generar temor. Lo más importante es, según sus propias palabras, **aprovechar las disrupciones y la tensión intergeneracional** para conseguir ventajas competitivas.

Algunos periodistas apuntaron que también la llegada de los Millennials estaba **redefiniendo la relación entre los empleados y el empleador**. Cawood se mostró totalmente de acuerdo con la afirmación y explicó que “ya no tiene sentido hablar de largo plazo” porque en Estados Unidos la tendencia pasa por firmar contratos parciales, de dos o tres meses, vinculados a un proyecto. Marcos se mostró de acuerdo con su interlocutor y apuntó que, si bien en Europa este tipo de contratos no están generalizados, cada vez son más habituales.

Brecha salarial, un problema a combatir

Otro de los grandes **retos en materia de Recompensa y Retribución**, tal y como apuntaron Cawood y Marcos, pasa por **erradicar la brecha salarial** por cuestión de género. “Nosotros creemos que hay muchas buenas razones para discriminar en materia de salario, pero el género no es ninguna de ellas”, afirmó el CEO estadounidense, justo antes de enumerar algunos criterios –como las habilidades, los resultados o la antigüedad– que según WorldatWork sí justifica la existencia de diferencias salariales entre trabajadores.

Marcos también se mostró muy crítica con la brecha salarial y señaló la necesidad de que todas las empresas sean conscientes de la existencia de este problema y cuenten con las herramientas necesarias para erradicarla lo antes posible. “Hay que dejarse de excusas”, recalcó la socia fundadora de People Matters, antes de que Cawood apuntara que “**poner a más mujeres en puestos de liderazgo también ayudaría**”.

Transparencia y adaptabilidad, claves de las buenas prácticas

Durante la charla, los expertos también resaltaron **la importancia de la transparencia en la gestión empresarial**, incluidos los aspectos relacionados con la retribución y recompensa. En Estados Unidos, tal y como señaló Cawood en varias ocasiones, las empresas ya son en su mayoría totalmente transparentes porque saben que “si ellas no hablan de algo, otros lo harán”. En el mismo sentido se manifestó Marcos, quien explicó que cada vez es más necesario “poner sobre la mesa las reglas del juego” para que todo el mundo sepa, incluso antes de entrar a trabajar a una empresa, lo que puede conseguir y cómo puede conseguirlo.

Por último, otra de las cualidades que comparten las mejores prácticas en materia de Recompensa y Retribución tiene que ver con **la personalización y la adaptabilidad** de este tipo de programas. En este sentido, Cawood recomendó diseñarlos como si estuvieran dirigidos a una única persona, ya que “el mejor criterio para sentir que un proyecto es tuyo es que te dejen ser tú mismo”. Por su parte Marcos habló de la necesidad de **contar con “esquemas más adaptables” dentro de las empresas** y de “poder configurar distintos platos con los mismos ingredientes” para así satisfacer mejor las necesidades de cada profesional.