

## Los especialistas en retribución y recompensa, los más buscados por los departamentos de RRHH

Ecoaula.es

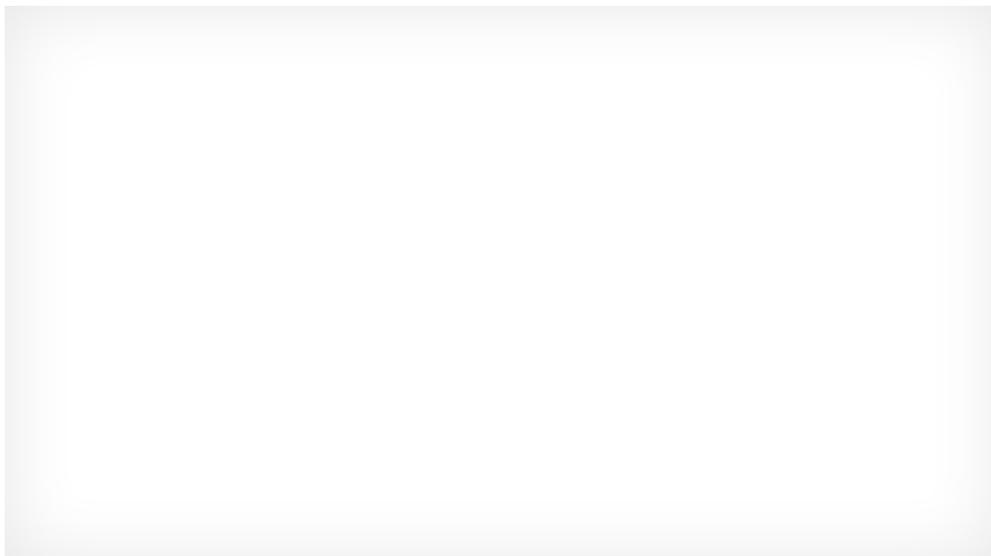
19/04/2018 - 10:39

- Las demandas cada vez más incisivas de mujeres y millenials ponen en valor la especialidad.



Su trabajo incide directamente en la cuenta de resultados y en el éxito de la compañía: son los profesionales formados en "Estrategia de recompensa", una especialidad que debería ser transversal para todos los puestos de RRHH y que se ha puesto de moda empujada por los distintos movimientos de lucha contra la brecha salarial femenina y las evidencias de su aportación a los resultados empresariales. Scott Cawood, presidente y CEO de WorldatWork y la WorldatWork Society of Certified Professionals, organización pionera en la formación de este ámbito, visita Madrid estos días invitado por la consultora especializada en Gestión de Personas PeopleMatters, organización que imparte la certificación de WorldatWork en España desde hace doce años.

PUBLICIDAD



inRead invented by Teads

Durante la visita, Cawood mantuvo un encuentro con los profesionales que han cursado la certificación Global Remuneration Professional y un nutrido grupo de empresas que lideran las mejores prácticas en gestión de personas en nuestro país, evento que contó con el patrocinio de Bankinter Consumer Finance. En ese sentido, Ana Garrido, directora de Consumo de Bankinter, presente en el acto, insistió en que "el principal activo de la entidad son las personas". "Somos el único banco que ha seguido generando empleo de calidad en todos estos años, y mantenemos una firme apuesta por la diversidad de la plantilla, por la formación, la igualdad de oportunidades, la atracción del talento y la inclusión de las mejores prácticas de recursos humanos".

Susana Marcos, sociafundadora de PeopleMatters, posiciona claramente esta especialidad en nuestro país: "Hace 15 años prácticamente no existía este oficio. Ahora hay responsables de Recompensa en la empresa porque son especialistas en saber cómo invertir el presupuesto dedicado a talento y alinear esa inversión con la estrategia para obtener un adecuado retorno. Es una formación vital para las empresas que ya incluye materias no solamente técnicas de compensación y beneficios, sino que refuerza una perspectiva estratégica, de negocio, financiera y de análisis de datos, para conseguir una visión global que implique a todos los grupos de interés, desde los accionistas hasta profesionales, directivos y sindicatos".

Ambos expertos coincidieron plenamente en las best practices que debe cumplir la política de recompensa dentro de la empresa para ser eficaz y aportar todo su valor en los resultados:

**Transparencia:** a las empresas les cuesta mucho hablar de retribución y recompensa pero si de verdad se pretende comprometer a los empleados con la compañía, la comunicación y formación en las reglas del juego sobre las que se toman las decisiones salariales, se vuelve fundamental.

**Flexibilidad:** porque las personas tienen intereses distintos y la empresa debe preocuparse por cuánto les paga pero, sobre todo, por cómo lo hace. Además de la compensación y los beneficios, la estrategia de recompensa debe incluir elementos intangibles que son tan o más valiosos para las personas porque alimentan o destruyen su experiencia como empleados. En palabras de Susana Marcos, el cóctel que la empresa debe ofrecer al profesional contiene posibilidades reales de trabajar con "autonomía, propósito y maestría".

**Y Alineación con la estrategia:** las mejores prácticas son aquellas en las que la organización tiene claro dónde quiere ir y diseña un plan de recompensa en el que los empleados son parte esencial de ese objetivo.

Con respecto a la manera en que estas pautas se aplican en la empresa real, tanto Scott Cawood como Susana Marcos se detuvieron en los tres grandes colectivos que están marcando la mayor complejidad de la gestión de personas en este momento:

## **Sobre la brecha salarial femenina**

El tema del momento impone, en primer lugar, reconocer que "existe un gap en todo el mundo" según especificó Scott Cawood-. Es importante resaltar que las organizaciones deben tener razones para discriminar en el salario por los resultados, el desarrollo profesional o la aportación de cada persona, pero nunca por una cuestión de género".

"Esta es una de las razones por las que estamos poniendo más acento en la certificación: porque otorga a los profesionales las herramientas necesarias para evitar esta situación y darles sistemas de análisis y seguimiento internos para que las organizaciones puedan ser capaces de identificar un problema cuando existe", continuó.

Susana Marcos, por su parte, incidió en la necesidad de enseñar a los profesionales a identificar el origen de la posible discriminación: los procesos de reclutamiento y selección, la menor ambición femenina a la hora de pedir salarios, los incrementos y las evaluaciones, las promociones, la asignación de puestos, etc. En este sentido, ambos defendieron la capacidad que puede tener la legislación para abrir una vía de defensa a las mujeres.

## **Los cambios que imprimen los Millenials**

Otro de los grupos de interés son los millenials, una generación que ha puesto patas arriba los conceptos tradicionales de permanencia en una compañía y valoración de los incentivos. En este sentido, Scott Cawood explicó que "la relación entre empresa y empleado ha cambiado en todo el mundo y para siempre: ya no existe el termino largo plazo. Los avances tecnológicos y los cambios culturales y sociales llevan a una organización del trabajo diferente, más ligada a la cultura de los knowmads: por cortos periodos, por proyectos, etc. En EEUU ya se trabaja así y esa va a ser la tendencia que llegará a España y Europa".

Un ejemplo de cómo esta tendencia está llegando a Europa es que las empresas ya manejan definiciones y valores de los puestos en función de si son empleados de empresa o de proyecto.

## **El reto de los mayores de 45**

Con la naturalidad con la que solo lo puede decir un estadounidense, para Scott Cawood los cambios del mercado de trabajo tienen poco que ver con la edad y los mayores de 45 están inmersos en la nueva relación del mercado laboral sin ninguna distinción. Muy diferente es el panorama vivido en nuestro país, donde las empresas han prejubilado a gran parte de su talento más experto. Susana Marcos lo explica muy claramente: "En España tenemos una población envejecida y nuestra cultura es que con 45 años es imposible conseguir un buen puesto de trabajo. Mientras que en otros países los mayores tienen programas para retenerlos, aquí los hemos echado. Conocemos ya experiencias de gente "mayor" que se está contratando para proyectos de gran calado. Tenemos que apostar por la convivencia de generaciones y usarla a nuestro favor porque enriquece a la organización".

Ambos expertos reconocen que las aspiraciones de las generaciones son muy distintas. El gran reto global de los programas de recompensa es que hay que plantearlos como si se diseñaran para una persona y pensar en grande para conseguir que cada profesional sienta que le están valorando. Todo ello planteando una propuesta de valor a los empleados con flexibilidad y reglas del juego muy claras sobre lo que se reconoce al profesional y cómo se le va a valorar.

---

#### PUBLICIDAD

[¿Será el año de Repsol? Descarga gratis el informe y conoce los valores preferidos por nuestros analistas](#)  
[Ofrecemos a cada nuevo cliente una cuenta demo de forex de 10.000\\$](#)

---

## Contenido patrocinado



[Este seguro de deceso está arrasando en España](#)  
 (Experts In Money Insurance)



[Nuevo Nissan LEAF, el coche Zero Emission.](#)  
 (Nissan)



[Banco Santander, ¿Objetivo 8 euros en bolsa?](#)  
 (conectate.estrategiasdeinversion)



[20 Fotos Tomadas Segundos Antes De Desastres](#)  
 (desafiomundial)



[¿Cuánto se gana con el Bitcoin? Aquí están los números](#)  
 (toponbitcoin.com)



[Nuevo ŠKODA Octavia. Desde 16.900 € o 200€/mes con climatizador bizonal, sensores de aparcamiento...](#)  
 (Škoda)

## Otras noticias