

## ¿Quieres saber el secreto de las grandes empresas para gestionar sus nóminas?



**EDITORIAL**  
**Itziar Usandizaga**  
*El perfil del profesional...*

MARTES 03 DE JUNIO DE 2014

SUSCRIPCIÓN BOLETÍN | HEMEROTECA | RSS

PORTADA SECCIONES **EDITORIAL** ENTREVISTA SE RUMOREA THE ENGLISH CORNER FORMACIÓN EN RRHH EMPLEO EN RRHH

VOLVER

TAMAÑO DE LA LETRA

# El perfil del profesional de compensación

**Itziar Usandizaga, gerente de PeopleMatters, 03-06-2014 00:47:00**

Itziar Usandizaga, gerente de PeopleMatters

### Recursos Humanos RRHH Digital.

Hace poco comentábamos con un cliente y amigo cuál debería ser el perfil de un profesional de compensación/retribución/recompensa o como queramos llamarlo. Eso nos hizo reflexionar al respecto, y finalmente llegamos a un acuerdo sobre las cinco características que toda persona que quiera dedicarse a este mundo debería poseer:

**1. Conocimiento técnico:** la compensación es una de las ramas de la función de Recursos Humanos en las que más necesario se hace una buena formación técnica en cuanto a cómo desarrollar herramientas de gestión en ese campo. Desde la forma de entender la retribución como recompensa global, abriendo miras en cuanto a qué elementos la componen - qué tipo de cosas recompensan a los empleados por su tiempo, su esfuerzo, su inteligencia, y todo aquello que cualquiera que éste contratado por cuenta ajena proporciona a su compañía - hasta la propia propuesta técnica a la hora de aplicar estadísticos, realizar regresiones, ayudar a definir el número de niveles organizativos o el establecimiento de un sistema de incentivos, a corto o largo plazo. Todo ello debe tener como base el conocimiento sobre las formas de hacer en todos los campos de los cuales cada uno sea responsable, acudiendo a los sitios reconocidos internacionalmente y así no perder el tiempo (certificaciones de WorldatWork).

**2. Conocimiento del mercado:** cuanto más conocimiento del mercado tengamos, más fácil será poder decidir qué prácticas o políticas son más aplicables a la realidad de la compañía en la que se trabaja, en parte o en su totalidad. Existen multitud de estudios salariales que nos ofrecen todo tipo de información, de mejor o peor calidad. Sin embargo, en ocasiones y para puestos muy concretos y específicos lo más conveniente puede ser la contratación específica de:

- Estudio ad hoc: se define a qué empresas queremos acudir y sobre qué puestos concretos se quiere obtener una determinada información, asumiéndose el coste por parte de la empresa interesada.
- Estudio club: varias empresas interesadas se ponen de acuerdo y entre todos los participantes se decide qué información se quiere compartir, asumiendo el coste entre todos.

**3. Sensibilidad:** no podemos olvidar que el profesional de la compensación trata sobre el bolsillo de las personas que trabajan en la organización. Es prudente ser aséptico en el sentido de que no afecten las cantidades ingresadas por el resto, ni por exceso ni por defecto, pero se debe ser consciente de que cualquier decisión sobre la retribución de los empleados afectará a su forma de vida, hipoteca, alquiler, estudios de sus hijos, aficiones...

Por lo tanto, la comunicación personal (siempre ayudado por el manager del empleado de que se trate) y cuidada debe ser un must dentro de las funciones de un buen profesional de compensación.

**4. Ética:** tanto porque casi siempre se es juez y parte, como por la tentación de pelear unos datos de mercado más altos para hacerse valer delante de los principales ejecutivos de la compañía, la ética debe ser un valor primordial en los profesionales de compensación. La vocación de la compensación es ser equitativa internamente y competitiva externamente, dando más importancia a uno u otro en función de la organización. Equitativa internamente significa pagar por el valor aportado por la posición y la persona que la ocupa en relación con los demás, y competitiva externamente significa pagar en relación a lo que paga nuestra competencia por personas en el mercado que decidamos. Siendo el mercado imperfecto, y existiendo miles (millones, de hecho) de compañías a las que poder acudir a examinar cómo están pagando, siempre se podrán encontrar compañías en las que se paga más (mucho más) o menos (mucho menos) por una posición similar.

Se trata de, de una manera honesta y profesional, acudir a los datos de mercado que realmente son adecuados para la compañía como muestra de comparación, no a los que pueden interesar al profesional de compensación de una forma egoísta (dato de mercado para la posición de responsable

**TECHNOGYM** con **Wellness Ball™ Active Sitting**  
The Wellness Company

Cuidas tus empleados activándoles cuando están sentados.

**PIDE UNA DEMO**

BARCELONA EQUESTRIAN CHALLENGE



**ABRIENDO NUEVOS CAMINOS**

### Encuesta

¿Cree que su empresa cuida suficientemente de su salud?

- Sí, nos ofrece un seguro médico privado
- No, no tenemos ninguna actividad saludable en mi empresa
- A veces practicamos deporte entre compañeros
- Tenemos un plan de actividades saludables

VOTAR | VER RESULTADOS | VER MÁS ENCUESTAS

de compensación, p.e.) o que puedan interesar a la Dirección de la compañía como comparación para poder presionar al Consejo en aras de una subida salarial que realmente no merecen o es innecesaria. Desde los departamentos de compensación y beneficios se tiene una responsabilidad, corporativa pero también social, en relación a la inflación innecesaria de salarios, que puede derivar en sorpresas y decisiones muy desagradables en años posteriores a la decisión mal tomada.

**5. Negocio:** aunque parezca una obviedad, el profesional de compensación tiene que saber de negocio, y no siempre es así. Debe conocer a qué se dedica su compañía, qué servicios o productos ofrece, dónde está la toma de decisiones, quién persuade al cliente, quién provoca la captación de ingresos, quién aporta más valor y qué tipo de operaciones son más transaccionales, etc. No siempre desde compensación, o desde Recursos Humanos en general, se conoce en detalle el negocio de la compañía, y es el peor error que se puede cometer, ya que no se podrán diseñar estrategias, políticas o procesos que verdaderamente apoyen al negocio a hacer lo que debe hacer, y se perderá la credibilidad de éste a la hora de implantar dichas estrategias, políticas o procesos, sean de compensación o de cualquier otra índole.

RRHH Digital



ENVIAR A UN AMIGO IMPRIMIR COMPARTIR Tweet 0

(0) COMENTARIOS

ENVÍE SU COMENTARIO

SU NOMBRE:   
SU EMAIL:   
SU COMENTARIO:

ENVIAR



Ediciones Digitales  
Siglo 21



PORTADA • SECCIONES • EDITORIAL • ENTREVISTA • SE RUMOREA • THE ENGLISH CORNER • FORMACIÓN EN RHH • CONTRATADO Y DESPEDIDO  
• EMPLEO EN RHH • RSS • DIRECTORIO

© COPYRIGHT 2011 RRHHDIGITAL • TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS • CONTACTO • PUBLICIDAD • AVISO LEGAL