



GR17

Market Pricing. Análisis de la Competitividad Salarial

Evite la Parálisis por el Análisis

Este curso proporciona una metodología consistente y eficaz para hallar la tarifa de mercado de los puestos *benchmark* de una organización. Los participantes tienen una oportunidad de desarrollar sus habilidades de utilización de datos gracias a los ejercicios prácticos en clase.

- Revisa las estrategias comunes de compensación, el diseño de la estructura de salario base y el establecimiento y utilización de una jerarquía basada en el valor del puesto
- Debate cómo el *market pricing* puede apoyar la estrategia de negocio de una organización
- Descubra fuentes de datos, opciones de recogida de datos, formatos de encuestas salariales y la utilización del *job matching*
- Aprenda cómo los datos representados en las encuestas salariales pueden ayudar al profesional a desarrollar la tarifa de mercado para los puestos *benchmark*.
- Debata sobre el uso de las herramientas estadísticas y de datos como la actualización (*aging*), combinación, ponderación o clasificación (*slotting*)
- Aprenda a manejar las situaciones especiales que pueden surgir durante el *market pricing*
- Conozca como comunicar el *market pricing* a la dirección y a su organización

A QUIÉN está dirigido

Este curso está diseñado para profesionales de recursos humanos y de compensación con interés o responsabilidad sobre la identificación de tarifas salariales competitivas, evaluación de puestos y desarrollo de programas de compensación.

QUÉ APRENDERÁ

Recompensa Total y la función de compensación

- El modelo de recompensa total
- Filosofía y estrategia de compensación
- Estructura de salario base
- Jerarquía basada en el valor del puesto

Estrategia de negocio y Market Pricing

- Market pricing y estrategia de negocio
- Terminología
- Pasos para el market pricing
- Market pricing
- Market pricing – ventajas e inconvenientes

Datos de Encuestas

- Fuentes de datos
- Recogida de datos
- Formatos de encuestas
- Job matching

Recogida Datos de Mercado

- Selección de encuestas
- Integridad de los datos
- Fuentes múltiples de encuestas
- Puntos de datos estadísticos
- Documentación

Utilizar Datos de Encuestas

- Utilización de datos de encuestas
- Actualización de datos
- Combinación y ponderación
- Regresión
- Equidad interna vs. Competitividad Externa

National Plastics and Rubber Manufacturing – Un caso práctico

- Caso práctico

Excepciones y situaciones especiales

- Compensación total
- Incentivos

Comunicación

- Comunicación con los empleados y la alta dirección
- Comunicación a toda la organización
- Comunicación y fuentes de encuestas