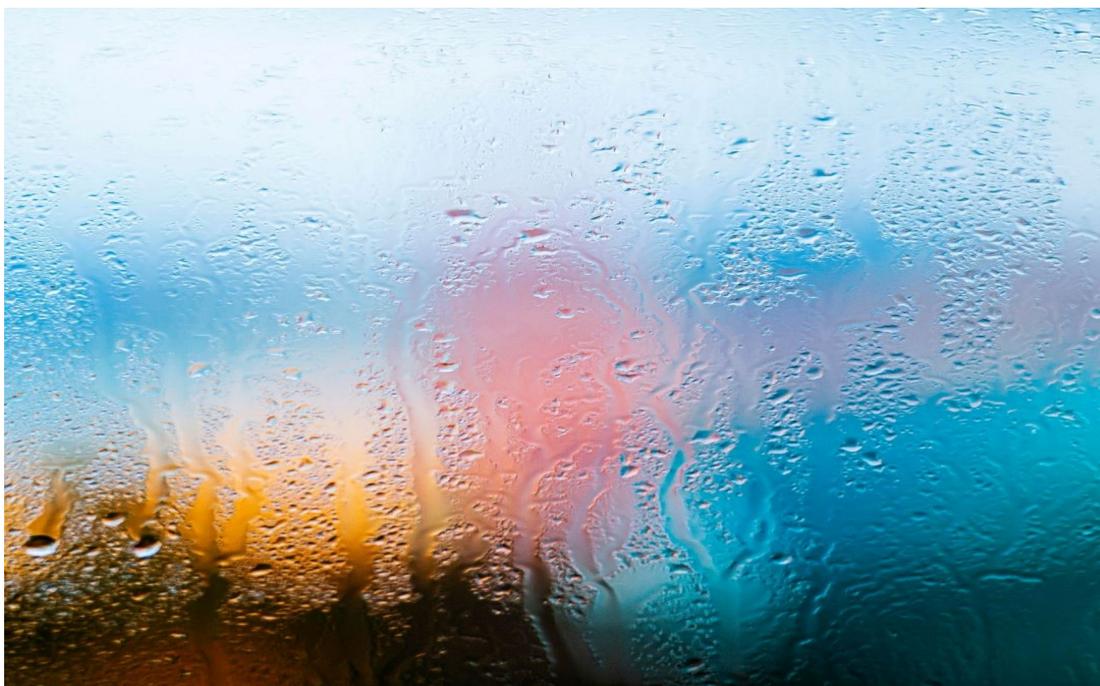


La transparencia de la retribución es clave en un contexto de estrecheces en el mercado de trabajo.

Brett Christie, Managing Editor de WorkSpan Daily, WorldatWork



El movimiento generalizado de empleados sigue siendo una realidad para las empresas. Y si bien hay varias tácticas de retribución y recompensa que las organizaciones continúan utilizando para reforzar sus esfuerzos de atracción y retención, la transparencia debería estar integrada en estas estrategias.

Un estudio de **beqom** indicaba que el 63% de los empleados en Estados Unidos conocen los índices salariales comparativos de mercado para los puestos que quieren. Más aún, los trabajadores Gen Z (18-26) y Millenials (26-41), que ahora componen la mayoría de las plantillas, son más proclives a discutir compensación entre ellos. Una encuesta de **Bankrate.com** indicaba que el 42% de los empleados Gen Z y el 40% de los Millenials han compartido información sobre su salario con un compañero de la empresa o con otro contacto profesional.

Por tanto, si está usted reclutando para cubrir una vacante, lo más probable es que sus empleados actuales acaben descubriendo en qué nivel salarial ha incorporado al nuevo empleado. Es por ello que muchos expertos en el campo de la compensación aconsejan cada vez más que aumente la transparencia alrededor del salario.

Durante su intervención en la conferencia Rewards'22 de WordlatWork en mayo, Boyd Davis, Director Global de planificación de la compensación en Unit4, sugirió que publicar rangos

salariales junto con las ofertas de trabajo y no obstaculizar que los empleados hablen sobre sus salario con otros compañeros serán el estándar global antes de finalizar el año.

Sin embargo, las organizaciones deben ser estratégicas y reflexionar cuidadosamente a la hora de avanzar en transparencia.

“La honestidad y la transparencia suponen un camino largo. Primero tienes que evaluar qué ocurre cuando expones estos rangos y cómo lo va a percibir la gente cuando los vea.” Dijo Davis. “Tienes que ser capaz de explicar constantemente cuál es tu filosofía y donde tienes desviaciones de esa filosofía y si o cuándo tienes previstas acciones para corregirlas.”

Legislación actual

La opinión de Davis de que publicar rangos salariales junto a las ofertas de trabajo va a convertirse en una práctica estándar se basa en parte en los continuos avances en la legislación sobre transparencia salarial.

Por ejemplo, el Acta de Equidad Salarial para la Equidad Laboral de Colorado se promulgó en 2021 y requiere que los empleadores de Colorado proporcionen aviso formal a los empleados de las oportunidades de promoción y hagan públicos los rangos salariales en las ofertas de trabajo para las posiciones que estén o vayan a estar basadas en Colorado, incluidas las oportunidades de trabajo remoto.

Dada la proliferación de trabajo remoto que trajo consigo la pandemia del COVID-19, un vistazo rápido a las ofertas de trabajo en LinkedIn revela que muchas organizaciones están cumpliendo con esta ley de Colorado al publicar el rango salarial “para los candidatos de Colorado”.

Esta ley fue más lejos que la legislación sobre transparencia salarial de California, que da derecho a los solicitantes a requerir y recibir el rango salarial para una posición a la que estén aplicando, observaba Tauseef Rahman, socio en el negocio de carreras de Mercer.

Nueva York también promulgó recientemente legislación sobre transparencia salarial que está previsto que se convierta en requerimiento para los empleadores en la Gran Manzana a partir del 1 de noviembre. En concreto, requiere que los empleadores con cuatro o más empleados en la ciudad de Nueva York publiquen el rango salarial máximo y mínimo para cualquier trabajo dentro de la ciudad.

Ambas leyes llevan asociada una sensación de “descubrirse el pastel” si eres una organización que busca expandir su bolsa de talento. Mientras algunas empresas han optado por encontrar formas de sortear la legislación, los empleadores con visión de futuro lo entenderán como algo inevitable y comenzarán a construir un proceso y una estrategia de transparencia salarial.

Tanya Jansen, co-fundadora de **beqom**, dijo que las organizaciones pueden hacer uso del aumento de transparencia como herramienta de compromiso del empleado que ayude en la retención.

Si bien la primera reacción para algunos empleadores puede que sea de pánico, los líderes pueden de hecho utilizar esta mayor curiosidad como oportunidad para generar más confianza con sus empleados a través de la comunicación abierta, “dijo Jansen. “Los empleados con una idea clara de cuanto ganan y por qué, tienen menos probabilidades de poner en duda si están siendo pagados de forma justa, y más probabilidades de tener una relación fuerte con su empleador.”

Estructurando la conversación

Si bien la inflación es actualmente una preocupación para muchos empleadores, lo que empuja los incrementos salariales es el coste laboral, no el coste de la vida. Sin embargo, las organizaciones continúan recibiendo solicitudes de incremento salarial en relación con la inflación, lo cual es quizás otra oportunidad para las empresas de demostrar a sus empleados qué factores influyen en las decisiones salariales.

En febrero, la “Encuesta Pulso de Seguimiento de Presupuesto Salarial” de WorldatWork recogió más de 250 respuestas de profesionales de compensación indicando un incremento medio por mérito de 3,7% y un 3,5% en mediana; significativamente por encima de las previsiones en los meses anteriores.

Sin embargo, estas cifras todavía se encuentran muy por debajo de la tasa de inflación actual del 8,6%. Con una mayor transparencia, las organizaciones pueden gestionar adecuadamente las expectativas de retribución de los empleados.

“Los empleados de hoy día no son tímidos a la hora de expresar sus deseos de aumento salarial, como hemos visto con trabajadores de empresas por todo el país demandando subidas de salario para combatir la creciente inflación,” dijo Jansen. “Subir los salarios de todos los empleados es una iniciativa costosa. Las empresas que no pueden permitirse subidas salariales generalizadas deberían seguir siendo transparentes sobre sus estrategias de compensación, de forma que los empleados se mantengan informados de por qué es posible que no reciban las mismas subidas que las que tienen lugar en otras empresas de la competencia.”

“Los empleadores deberían también mostrarse abiertos sobre algunos de los factores que tienen peso en sus decisiones sobre el salario del empleado, como el presupuesto y la localización, así como otros beneficios (ej. cobertura sanitaria total) que contribuyen a que su compensación total sea más competitiva.”

Lee Ownbey, director senior de recompensa total en **Beam Therapeutics**, subrayó la importancia de que los profesionales de compensación obtengan la aprobación de los ejecutivos y el alineamiento con la dirección a la hora de emprender una transición hacia un enfoque más transparente en compensación.”

“Tienes que tener ese alineamiento directivo y asegurarte que han aceptado plenamente esta idea de transparencia salarial antes de implantarla,” dijo Ownbey en Rewards’22. “Esto incluye educarles y ayudarles a entender que es inevitable.”

Ownbey lanzó un aviso a los profesionales de compensación y recompensa sobre el hecho de que los empleados probablemente reaccionarían de forma negativa a una mayor transparencia en los rangos salariales, señalando que si un empleado se encuentra en el rango salarial bajo, se preguntará por qué no está en uno más alto, y si un empleado se encuentra en un rango alto, se preguntará por que no ha recibido todavía una promoción.

“Tienes que gestionar las expectativas del empleado, tener conversaciones con ellos y mantener las relaciones laborales,” dijo Ownbey.

Los datos indican que muchos empleados responden a esta mayor transparencia; el 68% de los estadounidenses afirman que estarían dispuestos a aceptar un salario más bajo si su empresa ofreciera transparencia alrededor de los estudios salariales.

En definitiva, dijo Jansen, ahora es un momento óptimo para realizar una evaluación interna de prácticas y programas retributivos e identificar los pasos necesarios para que la organización sea más transparente en lo que referente a la compensación.

“Las organizaciones pueden utilizar la inflación como una oportunidad para arrancar un proceso más frecuente de evaluación de la compensación que asegure que la empresa está al día respecto a las tendencias del sector, igualdad salarial y más temas,” dijo Jansen. “Cuando las organizaciones tienen confianza en sus prácticas salariales y tienen la capacidad de ser ágiles, estarán mejor preparadas para la siguiente crisis y para discutir su estrategia con los empleados.”