

TENDENCIAS EN BENEFICIOS SOCIALES

Informe 2021



cobee

ÍNDICE

1 Los planes de beneficios actuales, a examen

El desafío de entender cómo se sienten los empleados

Los beneficios como catalizador de bienestar

Más flexibilidad, personalización y comunicación

Los beneficios durante la pandemia

2 En busca del plan de beneficios ideal

Cambio de prioridades: la salud en el centro

Con qué sueñan los empleados

La jugada maestra: el impulso de la formación

¿Salario económico o compensación total?

3 Las tendencias que marcarán el futuro

Hacia la completa digitalización

Beneficios generacionales

El poder de la comunicación

Little Big Data

Más beneficios, no más inversión

El bienestar financiero

4 Conclusión

5 Metodología

6 Sobre Cobee

Cómo 2020 puso el foco en la felicidad del empleado

Si algo hemos aprendido tras más de un año de pandemia es que las situaciones insólitas, y más aún las dramáticas, ponen de manifiesto con total nitidez nuestras carencias, pero también nuestras capacidades.

La experiencia laboral de millones de personas se transformó radicalmente en solo unos días. Si unos tuvieron que optar por teletrabajar por primera vez, sin todos los recursos tecnológicos al alcance o con conciliaciones familiares excepcionales, otros tuvieron que enfrentarse a regulaciones de empleo o despidos inesperados. Situaciones nuevas, complicadas y en muchos casos injustas que llamaron directamente a la puerta de los equipos de Recursos Humanos. Equipos que, viviendo el cambio en primera persona, como un empleado más que necesita sacar su trabajo adelante, tuvieron también que desplegar todas sus aptitudes e ingenios para dar el apoyo y soporte necesarios a los empleados. Por fin se producía el cambio necesario para que esa pieza central que ha sido siempre Recursos Humanos dentro de cada organización se hiciera visible para todos y recibiera la importancia estratégica ganada a pulso durante años.

Y son esa visibilidad imprescindible de los equipos de Recursos Humanos, esa apuesta por el futuro y ese compromiso por alcanzar el máximo bienestar de empleados y empresas lo que nos hace estar aquí hoy y, por segundo año, delante de

este informe. Desde Cobee queremos facilitar el cambio y conseguir que los planes de compensación globales se conviertan en experiencias personales únicas. Y queremos ser un puente que comunique y acerque a los empleados con sus empresas: para que los primeros tengan un mayor acceso a sus beneficios, a mejores beneficios, y puedan disfrutar de toda la flexibilidad para decidir qué consumen y cuándo consumen, y para que sus responsables de Recursos Humanos tengan menos cargas administrativas y más tiempo para lo que verdaderamente necesitan.

Podría haber introducido este informe describiendo cómo la pandemia ha golpeado fuertemente nuestra estabilidad emocional a la vez que sacudía la economía de las principales potencias del mundo y de las empresas más afianzadas. Sin embargo, prefiero quedarme con lo que podemos cuidar, reparar y mejorar a nivel social, que es mucho, y promete un viaje apasionante.

Un año más, es el mejor momento para reinventarnos.



Fdo.

Borja Aranguren

Co-Founder &
CEO de Cobee

Los planes de beneficios actuales, a examen

El desafío de entender cómo se sienten los empleados

Los beneficios como catalizador de bienestar

Más flexibilidad, personalización y comunicación

Los beneficios durante la pandemia



Los planes de beneficios actuales, a examen

Tras más de un año de cambios constantes, en el que todas las empresas se han visto sacudidas por impactos de mayor o menor magnitud que han alterado, interrumpido o dañado profundamente su actividad o normal evolución, se confirma una tendencia común a todas ellas: la apuesta definitiva por el empleado, su bienestar y su salud.

Esa transformación cultural -como parte imprescindible de la digital-, en la que se han adentrado ya muchas compañías, exige también una remodelación total de los planes de compensación. Porque los beneficios heredados que se han concebido durante más de 50 años como algo estático, impersonal e impuesto deben entenderse hoy como soluciones de bienestar individualizadas que dan respuesta a cada situación concreta, a cada excepción personal, a cada circunstancia imprevista.

Tres medidas concretas y urgentes se perfilan en el horizonte de la compensación, empujadas por el efecto acelerador de la crisis sanitaria: flexibilidad en los

beneficios para poder satisfacer a cada empleado y estrechar sus lazos con la empresa, digitalización de procesos y automatización de tareas para facilitar la gestión y romper barreras territoriales, y comunicación global para que el empleado pueda percibir y entender el valor real de sus beneficios, y el gran esfuerzo detrás de ellos.

Un paquete de acciones que permitirá ofrecer una experiencia de 360° al empleado y a los profesionales que gestionan el capital humano, como elemento vertebrador de la empresa, y que retornará en la inversión humana y económica esperada por las empresas.

Queda aún mucho camino por recorrer hacia la completa renovación de los planes de beneficios. Por eso, nada mejor que sentar las bases que ayudarán a aplicar medidas con mayor compromiso social y creatividad, y fórmulas adaptadas a la compensación que exige una nueva era.

1.1 El desafío de entender cómo se sienten los empleados

El esfuerzo de los equipos de Recursos Humanos por contrarrestar la desconexión entre plantillas y empresas es cada día más perceptible:

un 52,1% de los encuestados dice sentirse motivado y valorado en su empresa.

Se ha dado un paso decisivo hacia el employee centricity, donde se reconoce y se toma en consideración el valor del empleado, no solo sus opiniones, sino su autonomía y su capacidad para gestionar y decidir, incluso en su salario flexible más allá de la nómina.

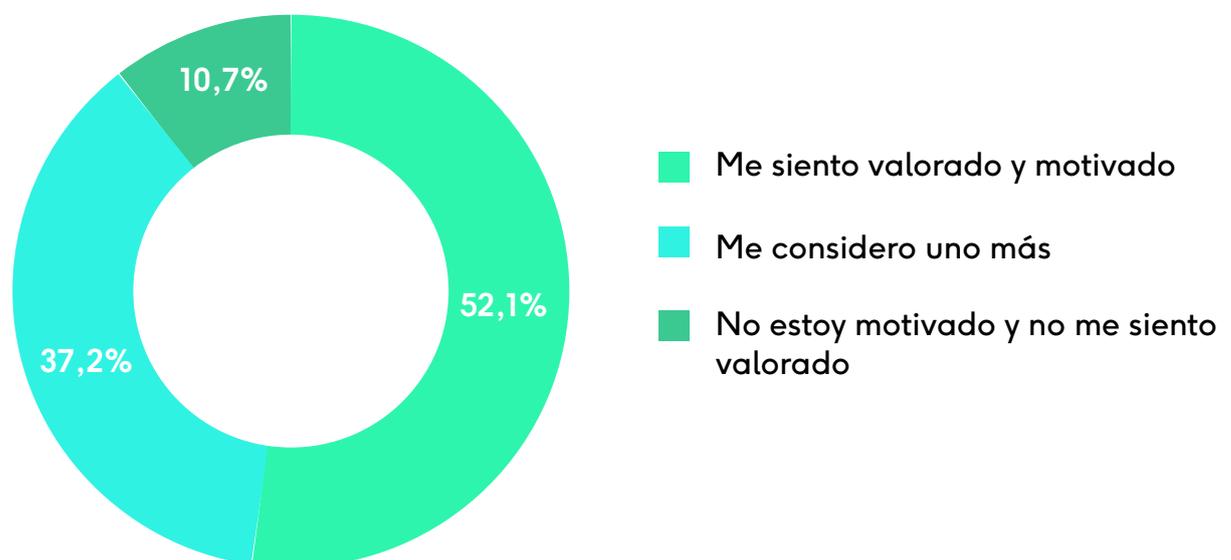
A medida que los departamentos de Recursos Humanos avancen hacia esta idea de trabajo, se limitarán los porcentajes de quienes actualmente

se consideran uno más dentro de la organización, un 37,2%, y de aquellos otros que no se sienten valorados por su empresa, un 10,7%. Un amplio margen de trabajo para aquellos que diseñan los nuevos planes de beneficios empresariales y que requiere adentrarse en la difícil tarea de entender qué motiva realmente a cada persona.

Seguramente, los padres de familia encuentren una motivación extra en los días que su empresa les facilita para cuidar de un hijo enfermo, y los jóvenes millennials recién titulados la encontrarán en la formación continua bonificada.

En definitiva, localizar a ese porcentaje de trabajadores que no se siente valorado en su justa medida es el primer paso, ponerles nombre y cara y ofrecerles un plan personalizado, el segundo.

Actualmente, en mi puesto de trabajo...





“

Ampliar la visión que tenemos de los beneficios tradicionales es muy importante en un contexto que ha cambiado los hábitos de consumo de las personas. Ofrecer flexibilidad y autonomía a nuestros empleados es la clave para conseguir una mayor adecuación de los planes de compensación a sus necesidades, intereses o preferencias.

Jose Ángel López Palomo
Jefe Corporativo de Compensación y Desarrollo
Grupo OHL

1.2 Los beneficios como catalizador de bienestar

Como avanzábamos al principio, si algo está acelerando la pandemia es la toma de medidas que acerquen la flexibilidad e individualización a los planes de compensación.

Según nuestra encuesta, 5 de cada 10 trabajadores creen en la eficiencia de un plan de beneficios y se sienten satisfechos con las propuestas brindadas desde sus propias empresas.

Un porcentaje del todo alentador teniendo en cuenta los cambios vividos durante los últimos meses, donde la búsqueda de nuevas fórmulas de bienestar para el empleado se ha visto interrumpida inesperadamente. Por esta razón, el hecho de que más de la mitad de los encuestados valore positivamente sus beneficios, clasificándolos como útiles y adecuados a sus necesidades

actuales, responde a la labor de cambio ya iniciada en muchas empresas. En contrapartida, un 40,6% considera la compensación igualmente importante pero se muestra aún desencantado.

Un colectivo que parece sentir los desajustes propios de planes de compensación tradicionales, poco prácticos e incapaces de adaptarse a sus necesidades diarias.

En la época del teletrabajo, de poco o nada sirve ofrecer vales restaurantes que solo pueden gastarse in situ, tarjetas de transporte con caducidad mensual o coberturas médicas sin servicios online, por muchos beneficios fiscales que posibiliten. La adaptación a una nueva realidad empieza por pasar de la gestión colectiva a la gestión individual.

¿Qué importancia tiene para ti disponer de un plan de beneficios y retribución flexible?



El 40,6% de los encuestados considera su plan de beneficios importante pero se muestra desencantado

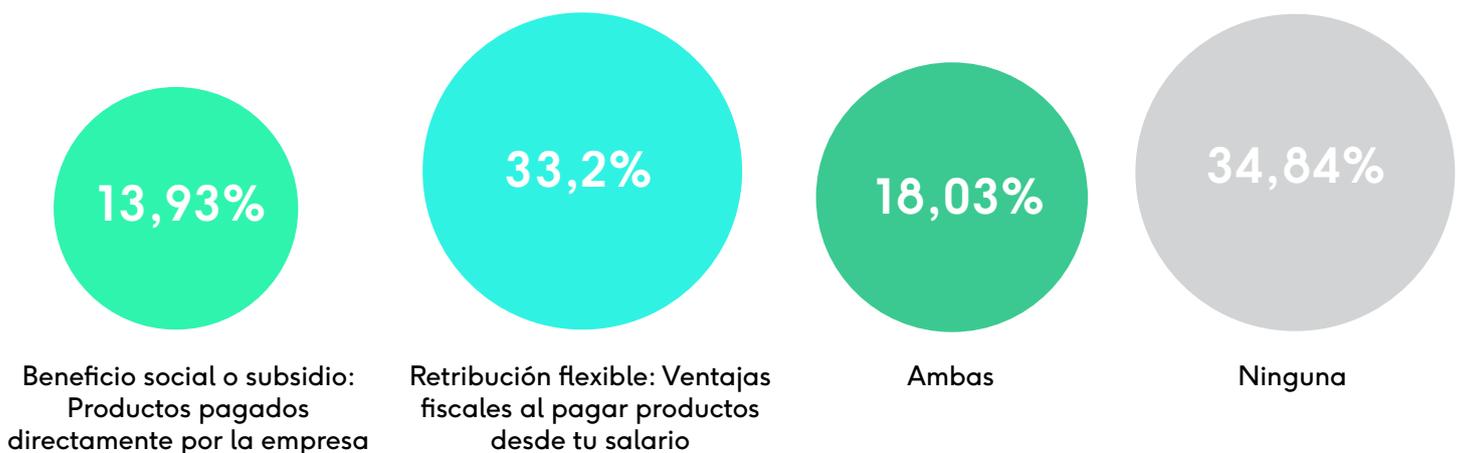


¿Y el formato?

Incrementar la capacidad adquisitiva de los trabajadores mediante planes de retribución flexible que salen a cuenta en su IRPF es idóneo y constituye la respuesta empresarial más común: un 33,2% de los encuestados disfruta de este tipo de retribución. Mientras, el beneficio social por encima del sueldo parece aún un privilegio exclusivo de un 13,93%.

Por otro lado, en los últimos cinco años, se ha visto una creciente demanda de perfiles especializados, muy solicitados a la vez que escasos en el mercado, que hace que muchas empresas entren en una competitiva puja por reclutar al candidato en la que "casi" todo vale. A medida que los beneficios se vuelvan más personalizados, las empresas conectarán mejor con el candidato y conseguirán captar su talento con mayor facilidad.

¿En qué modalidad te han ofrecido un plan de beneficios?



Más allá de los beneficios tradicionales con o sin ventajas fiscales, el salario emocional empieza a cobrar mayor protagonismo en las entrevistas de trabajo en forma de conciliación de la vida personal, familiar y laboral, servicios de bienestar físico dentro de la empresa, formación continuada a la carta o acciones de gamificación y team building, entre otros.

1.3 Más flexibilidad, personalización y comunicación

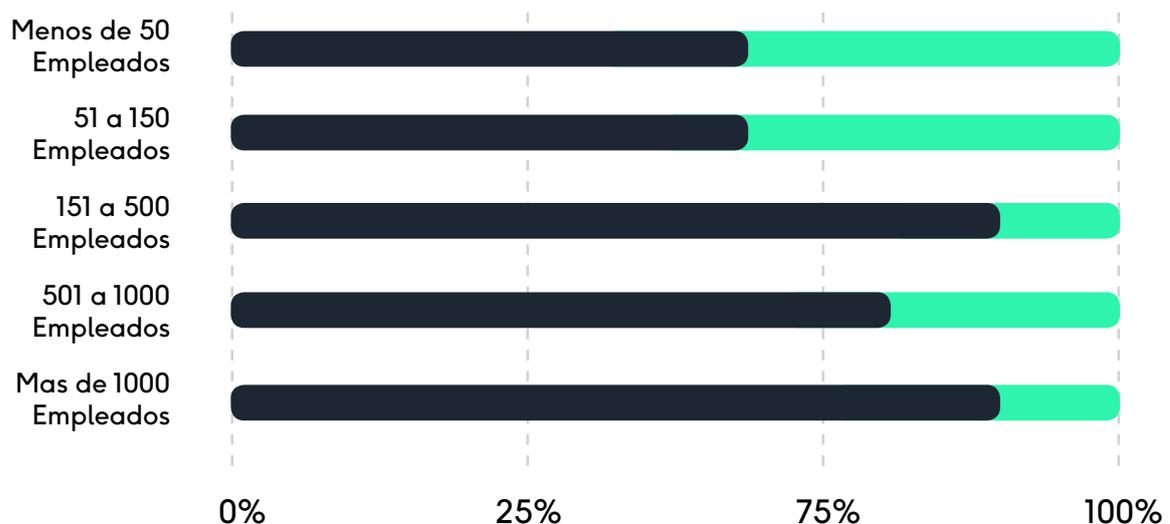
A pesar de esa buena opinión que tienen la mitad de los trabajadores sobre los beneficios en general y los propios, un dato en el que coinciden hasta el 81% de los consultados es que su plan de beneficios es generalista e impersonal.

Esta percepción crece en la medida que lo hace la empresa a la que pertenecen: en aquellas de 150 a 500 empleados lo creen más del 90%, en las de 50 a 150 empleados, poco más de un 50%. La razón de esta divergencia podría encontrarse en la relación que mantienen los equipos de Recursos Humanos con las plantillas, y en la atención más

o menos inmediata y cercana que pueden dar a sus empleados. Conocer perfectamente las necesidades de las plantillas para satisfacer sus expectativas y proponer planes adaptados y soluciones personalizadas, a medida, se convierte en una tarea imprescindible para decidir el éxito de un plan de beneficios.

Por supuesto, la relación también tiene que funcionar a la inversa. Es decir, la dirección empresarial debe conocer las expectativas de sus profesionales, pero también estos deben ser informados con claridad acerca de las ventajas que pueden obtener de sus compañías.

Considero que el plan de beneficios y retribución flexible que ofrece mi empresa se ha diseñado...



■ **18,66%** De manera personalizada, pensando en mis necesidades y mi perfil

■ **81,34%** De manera generalista e impersonal, es el mismo para todos



“

Hay que abandonar el enfoque único. La diversidad demográfica de nuestras plantillas nos obliga a crear planes de retribución mucho más personalizados.

Ignacio Sagi-Vela
Director de Organización y Compensación
Mahou San Miguel

La necesidad de informar para valorar

Solo 2,5 de cada 10 empleados conoce el valor económico que aporta anualmente un plan de beneficios a su salario. El resto está formado por un 58,20% que lo desconoce -y no se plantea más- y un 17,21% que cree que su empresa debería proporcionarle este dato.

Llegamos a una de las principales barreras que frena en seco el retorno sobre la inversión en planes de beneficios: el desconocimiento. Difícilmente el empleado va a valorar un plan de compensación si desconoce las ventajas y valor del mismo.

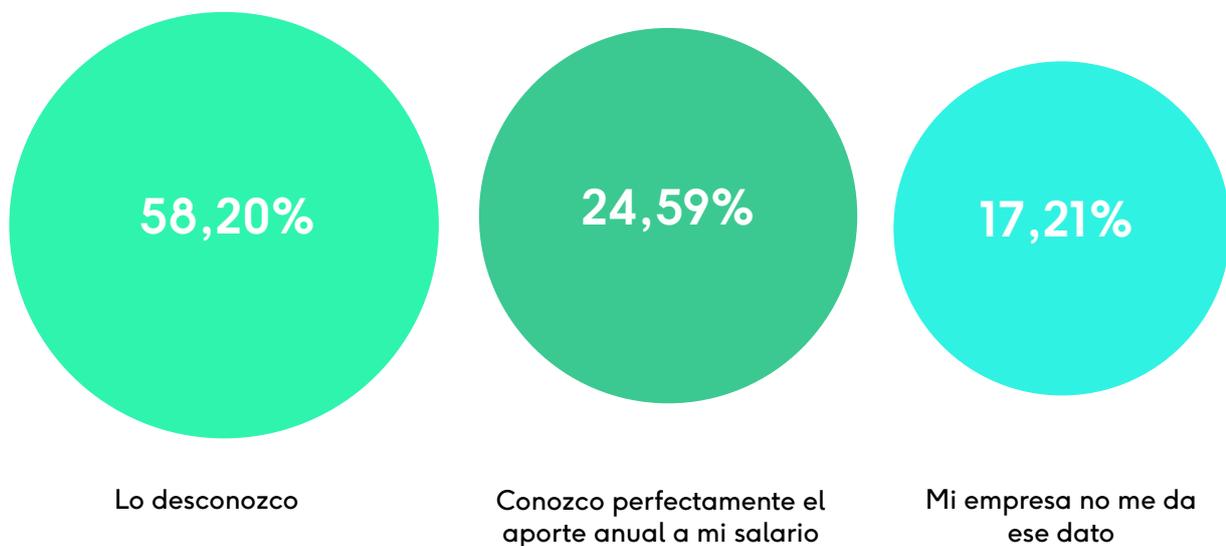
La empresa está apostando fuertemente por el bienestar de sus plantillas con una inversión

económica que le genera un escaso impacto porque el empleado no es consciente ni del esfuerzo ni de la repercusión económica en su nómina o en sus ahorros anuales.

¿Quién se lo explica?

La solución consiste en habilitar canales de comunicación y formación efectivos que trasladen a las plantillas toda la información necesaria para conocer qué les aporta su plan de beneficios, por qué resulta provechoso en el desarrollo de sus carreras profesionales y cómo mejora su capacidad adquisitiva diaria y futura. Porque no es lo mismo comer el menú diario por 12,50€ que por 7,25€.

¿Sabes cuánto aporta a tu salario anual disponer de tu plan de beneficios?



1.4 Los beneficios durante la pandemia

La situación sanitaria que atravesamos ha visibilizado, entre otras realidades, la imposibilidad de adaptación a escenarios cambiantes de muchos de los planes de beneficios actuales.

Según nuestra encuesta, 6 personas de cada 10 no han podido usar los servicios o bienes proporcionados dentro de sus planes, es decir, más de la mitad de los empleados españoles ha perdido esta parte significativa de su “salario” y los beneficios ligados a este.

Durante los últimos meses hemos vivido hechos imprevistos y excepcionales, y aun cuando los responsables de compensación han hecho un esfuerzo titánico

por reaccionar lo antes posible, ni el entorno ni las herramientas, soportes o sistemas informáticos han acompañado.

Afortunadamente, con la calma y serenidad que concede casi un año y medio desde el inicio de la pandemia, podemos afirmar que muchas empresas han tomado ya las riendas de la situación. Han implementado o comenzado a valorar la necesidad de habilitar sistemas integrales 100% digitales y flexibles que permitan a sus profesionales salir airoso de embestidas como la de la covid-19 y asimilar con rapidez excepcionales poco frecuentes como teletrabajar o conciliar, sin ir más lejos.

**El 60,15% no ha podido
consumir sus beneficios
durante la pandemia**



1.4.1. Los beneficios más inadaptados

La mayoría lo ha tenido difícil y los beneficios incapaces de adaptarse al medio han sido muchos, ya que el 59,33% de los empleados no ha podido consumirlos.

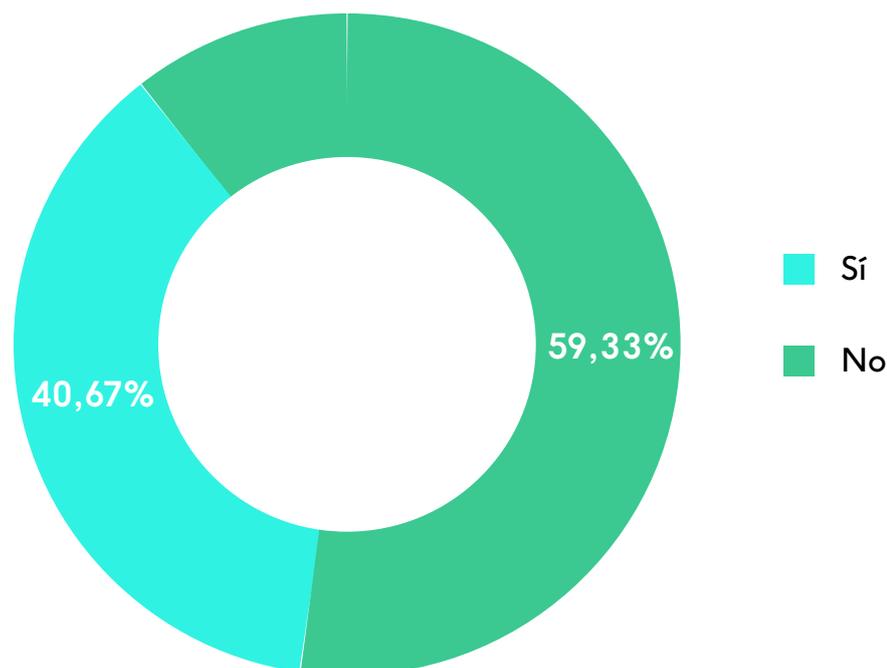
Tres meses de confinamiento domiciliario con miles de trabajadores desempeñando su actividad en remoto, limitaciones de movilidad y distanciamiento social obligatorio son razones de peso para poner en peligro la efectividad de cualquier plan de beneficios tradicional.

Así, a la situación sanitaria, a la inestabilidad económica y social,

y a la falta de certezas que a menudo se han convertido en estrés o ansiedad, los empleados han sumado la imposibilidad de disfrutar de sus ventajas empresariales, con el impacto que esto ha podido tener sobre su economía o bienestar.

Impacto económico que también ha repercutido negativamente sobre la empresa al no poder modificar previsiones ya emitidas por los empleados o beneficios contratados de forma anual. Evidencias de nuevo del estrecho margen de maniobra de los planes de compensación heredados.

Durante la pandemia, ¿has podido utilizar los beneficios ofrecidos por tu empresa?



A close-up photograph of a person's hand holding a black and gold pen, writing on a white document. The background is blurred, showing another person's hand resting on the table. A large green semi-circle is overlaid at the bottom of the image, containing white text.

**Un 46,57% de los
encuestados ha
percibido algún cambio
hacia la digitalización
de su empresa**

1.4.2 El gran reto de la digitalización

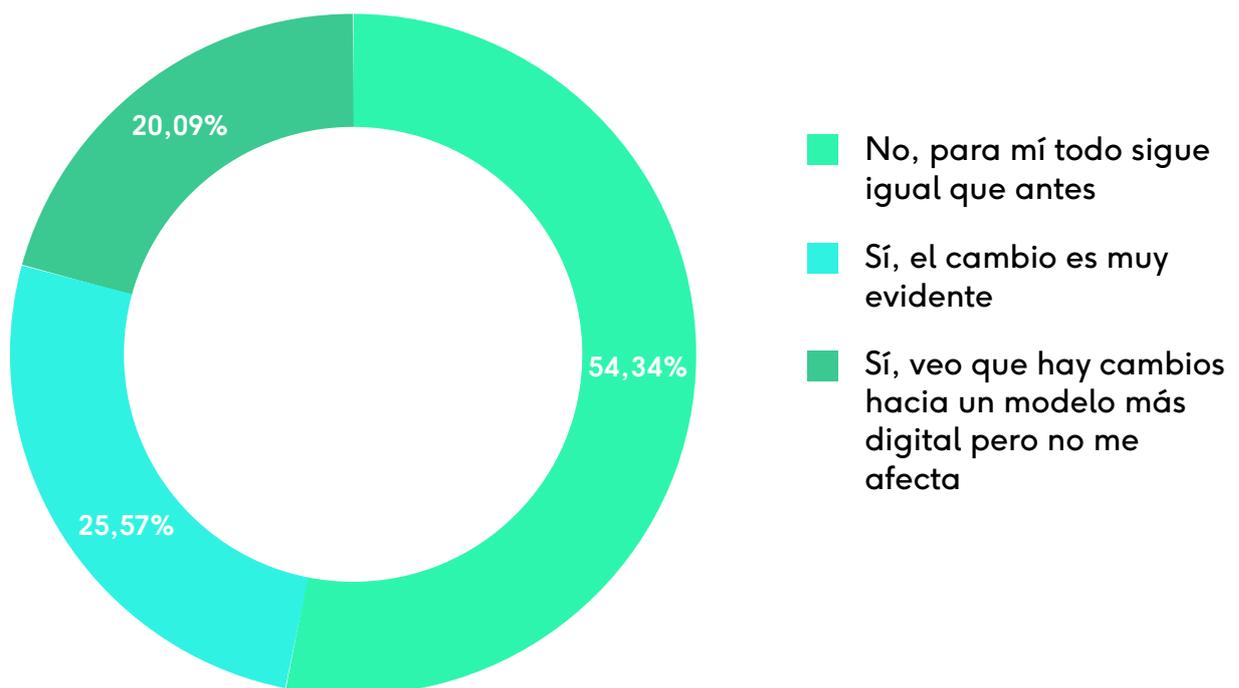
Según nuestro [Informe sobre Tendencias en Beneficios de 2020](#), en el primer trimestre del año pasado los esfuerzos de las empresas en digitalización aún no eran visibles para casi la totalidad de los trabajadores. Sin embargo, un 25,57% de los encuestados sí ha notado un cambio evidente y visible en los últimos meses, junto a un 21% que ha percibido indicios de un modelo más digital.

Esta cifra, que casi alcanza a la mitad de los preguntados, muestra una corriente ascendente liderada

por organizaciones que luchan por la digitalización de todas sus tareas y procesos, en especial aquellas relacionadas con los empleados.

Sin embargo, para el 54% que cree que nada ha cambiado, la transformación digital debería ser una prioridad en sus empresas. El cambio debe ser perceptible y la remodelación de formas de trabajo, procesos y herramientas debe tener un impacto visible en el empleado. Porque al fin y al cabo, el empleado debe ser el centro de la transformación.

Las empresas han tenido que adaptarse en un tiempo récord a la nueva digitalización: teletrabajo, webinars, videoconferencias... Sin embargo, ¿has notado un cambio hacia una mayor digitalización en tus planes de beneficios?



1.4.3 El gran papel protagonista de Recursos Humanos

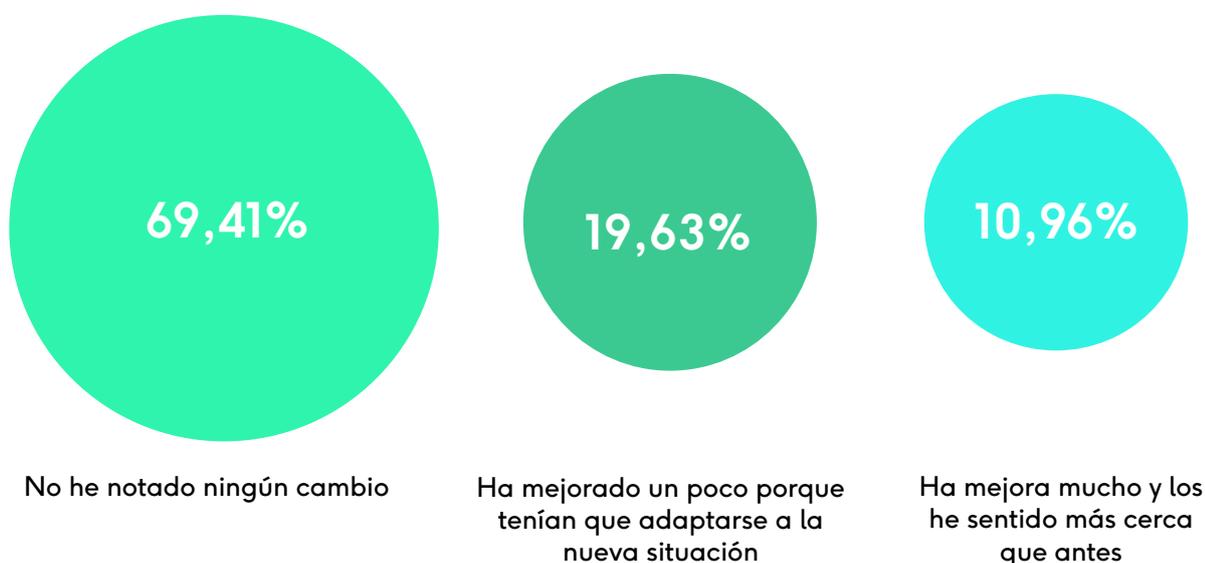
Un 11% de los encuestados considera que durante el confinamiento su relación con los responsables de Recursos Humanos ha mejorado mucho. Han sido conscientes del esfuerzo y el acompañamiento de un equipo que, aun viviendo el impacto también en primera persona, ha sido capaz de escuchar, empatizar y guiar.

Desde el otro ángulo, el 69,41% que no ha percibido ningún cambio nos regala la imagen clásica de departamentos sobrepasados, imbuidos seguramente en otras tareas mecánicas y automáticas, y

que no han tenido ocasión de tender una mano hacia el empleado... Una cifra que hay que interpretar como esa oportunidad imprescindible para dar visibilidad a los equipos de Recursos Humanos y para mostrar que la empresa sí acompaña al profesional en su desarrollo y le brinda oportunidades, flexibles, honestas, capaces y de alto valor añadido.

En definitiva, departamentos resilientes, empáticos e innovadores que se convierten en la espina dorsal de una organización creada por personas y para las personas.

Durante la época de confinamiento, ¿consideras que tu relación con el departamento de Recursos Humanos ha mejorado?



Un 46,7% demanda poder teletrabajar

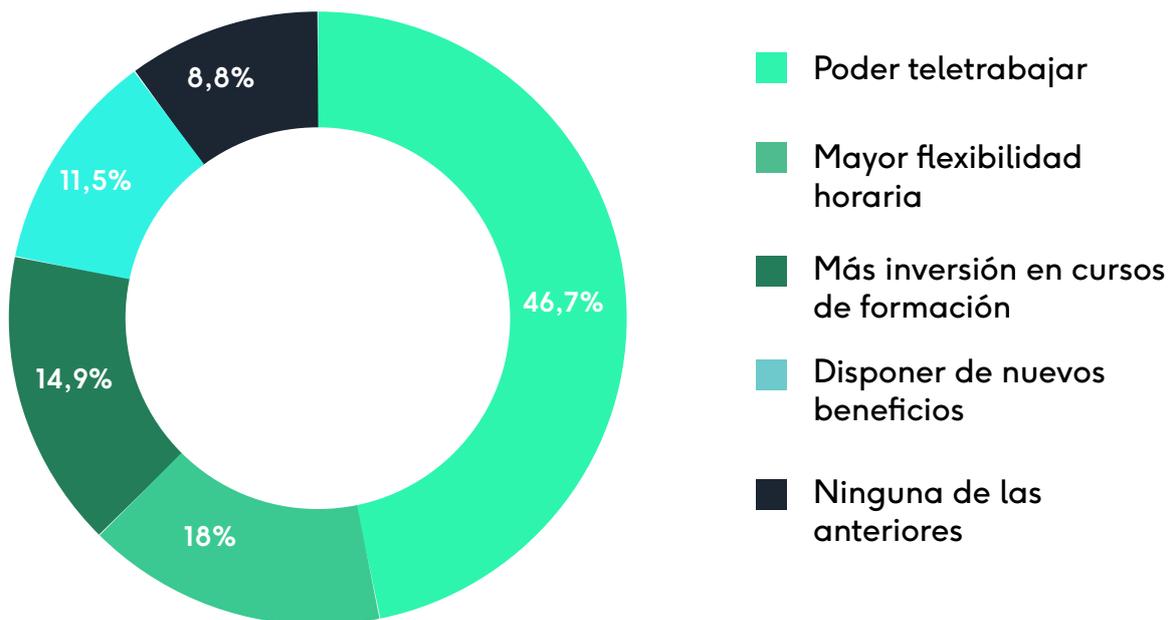


1.4.4 Teletrabajo y flexibilidad horaria, los más perseguidos

Tanto los responsables de Recursos Humanos como los de la dirección empresarial tienen claro que la pandemia ha creado nuevas prioridades y demandas, y que deben responderlas eficazmente y sin muchos rodeos. La necesidad de poder teletrabajar es la más importante para los encuestados,

con un 46%, seguida de la flexibilidad horaria, con un 18%. Interesante resulta, además, que casi un 15% manifieste haber echado de menos “disponer de nuevos beneficios”. Es el momento de reconocer que las prioridades hoy son radicalmente diferentes a las de hace tan solo un año.

Tras la pandemia, puede que tengas nuevas exigencias o demandas hacia tu empresa. Actualmente, ¿cuál de estas solicitudes es para ti la más importante?



Los hogares se han convertido en el centro de la vida y de las experiencias, también laborales. El teletrabajo ha hecho que lo digital tome relevancia y, sin grandes cambios materiales, hemos pasado a tener todos los recursos de la empresa en un rincón de casa, accesible y cotidiano.

En busca del plan de beneficios ideal

Cambio de prioridades: la salud en el centro

Con qué sueñan los empleados

La jugada maestra: el impulso de la formación

¿Salario económico o compensación total?



2 En busca del plan de beneficios ideal

Ahora que conocemos que un 80% de los empleados tacha su plan de generalista e impersonal, el secreto está en detectar esos beneficios heredados que no aportan un valor auténtico, por un lado, y acercar a una realidad tangible y práctica esos otros que aún no están definidos en la empresa, por otro.

La clara inclinación de las plantillas hacia planes más flexibles y ambiciosos, con nuevos protagonistas pos-covid como bienestar físico y mental a la cabeza, están marcando una corriente que hace que el tradicional combo comida/transporte/seguro médico se quede pequeño, o incompleto. Al final del día, los empleados quieren un plan dinámico, que se adapte a los tiempos y a las situaciones imprevisibles y, sobre todo, a sus nuevos reclamos.

Si en octubre de 2020 [nuestro Informe de Salud](#) dejaba patente que el 92% de los encuestados había experimentado mayor nivel de estrés fruto de la situación laboral, este año, esos mismos trabajadores buscan respuestas y soluciones a una mayor carga psicológica y emocional. ¿Cómo? Con la demanda de coberturas específicas para el cuidado de la mente y aquellas otras que sirven de complemento a través del bienestar puramente físico, como pueden ser asistencia psicológica,

fisioterapia o yoga.

Por su lado, la formación se establece definitivamente como el beneficio más gratificante, pero con un amplio margen de mejora a la hora de dar mayor autonomía al empleado para gestionar cursos a su medida.

Un apartado propio -como veremos en el punto 3.6- merecen los planes de pensiones y jubilación, que irrumpen con fuerza y prometen revolucionar los programas de compensación como hasta ahora eran concebidos, principalmente por la reforma que estos instrumentos de ahorro están sufriendo este año en nuestro país. Una reforma que presenta un cambio en la fiscalidad de los planes de pensiones que favorece considerablemente los planes de empresa frente a los individuales, lo que aumentará significativamente la demanda de estos beneficios.

No consiste ya en replicar el mismo plan año tras año sino en utilizar los elementos de la compensación no salarial como valor diferencial.

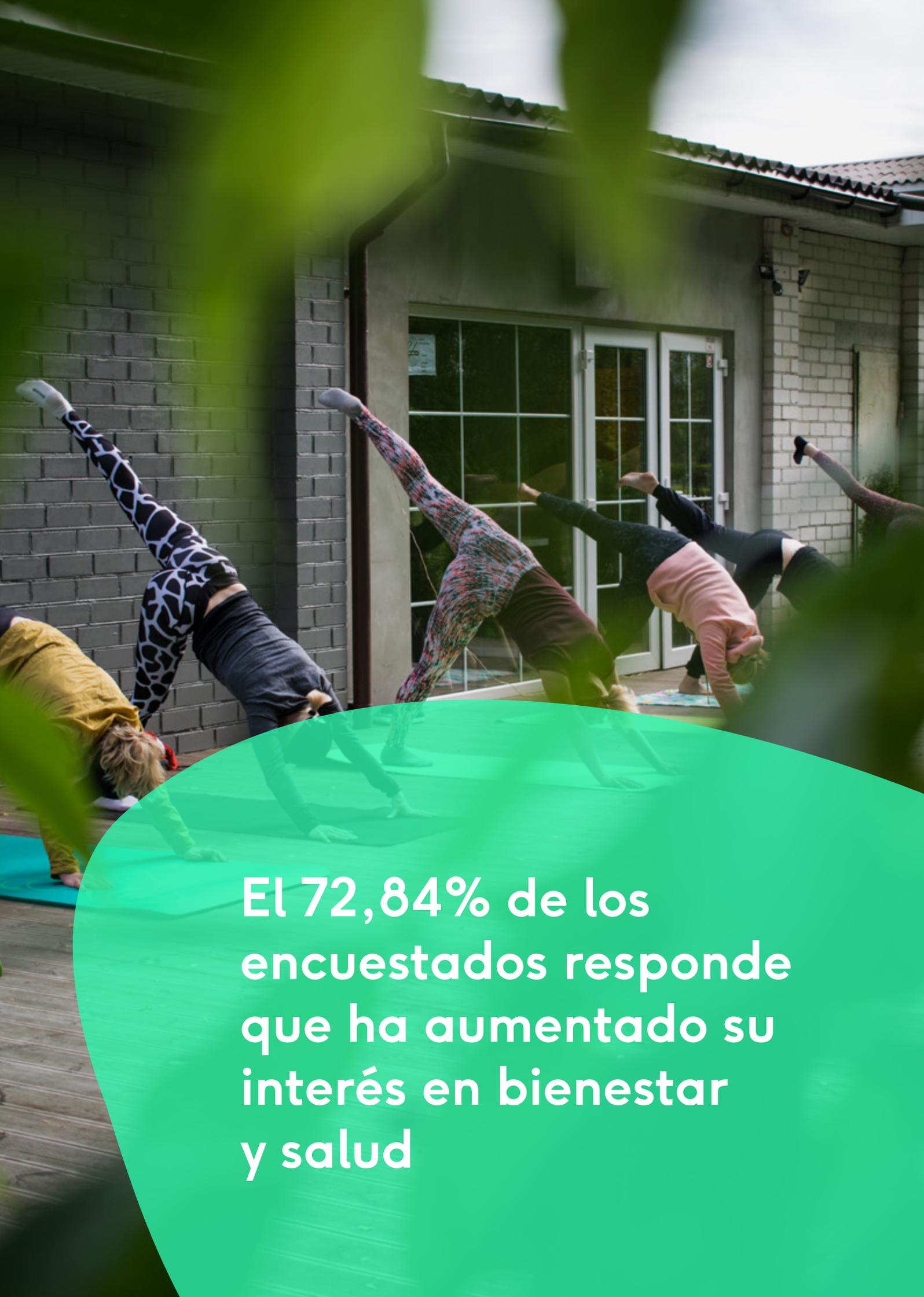
Un mercado de trabajo muy competitivo y un panorama social muy cambiante y con numerosas reformas a las puertas marcarán la remodelación de los planes en numerosas empresas, como veremos.



“

Este 2020 ha lanzado al empleado al corazón de la empresa, le ha dado voz y ha hecho que sus preocupaciones y dificultades se trasladen a todos los niveles de la sociedad y de las organizaciones para las que trabajan. Por eso, los equipos de RRHH, People y Talento necesitamos ir un paso más allá para mejorar su experiencia. No debemos conformarnos con una experiencia de empleado genérica, lo que buscamos es una experiencia como persona: humana y personalizada. Debemos reconocer y recompensar su trabajo, visibilizar su aportación personal y tender una mano para que alcancen sus aspiraciones en materia de reconocimiento, pertenencia, confianza y visibilidad.

Mónica Andradas Martín de Loeches
Associate Director Compensation and
Benefits Talent Team
EY



El 72,84% de los encuestados responde que ha aumentado su interés en bienestar y salud

2.1 Cambio de prioridades: la salud, en el centro

En solo unos meses, un deseo más típico de Navidad pasó a ser el deseo atemporal común de toda la población: la salud. Con una pandemia sanitaria en curso este estado de bienestar o equilibrio ha cobrado un nuevo matiz y ha pasado a ser la primera exigencia en los planes de compensación también. Según datos del último barómetro publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas, un 40,3% de los encuestados está más preocupado por los efectos de esta crisis sobre la salud que sobre la economía y el empleo.

La salud se ha convertido en un problema prioritario y mantenerla es una necesidad acuciante. Así lo demuestra el 72,84% de los encuestados que responde que ha aumentado su interés en bienestar y salud, quedando la formación y aprendizaje en segundo lugar

(53,45%), y el entretenimiento, en tercero (40%).

Por su parte, el transporte público es el beneficio por el que más ha disminuido el interés como consecuencia de la nueva situación laboral que ha obligado a una gran cantidad de profesionales a quedarse en sus casas teletrabajando. Sobre la restauración, la mayoría indica que su interés no ha variado.

Se constata así que la asistencia sanitaria debe constituir el corazón de los nuevos planes de beneficios. Ofrecer a las plantillas seguros privados que incluyan una cobertura sanitaria integral las 24 horas del día y servicios diversificados -telemedicina, fisioterapia, asistencia psicológica o hospitalización fuera de España-, será el patrón a seguir en los próximos meses.

Con todos los cambios que ha provocado la pandemia, ¿crees que ha cambiado también tu interés por alguno de estos sectores?

	Ha disminuido interés	Sigue igual	Ha aumentado interés
Restauración	18,45%	62,23%	19,31%
Entretenimiento	13,68%	46,15%	40,17%
Transporte público	56,22%	39,06%	4,72%
Formación y aprendizaje	6,03%	40,52%	53,45%
Salud y bienestar	1,72%	25,43%	72,84%

2.2 Con qué sueñan los empleados

Con el propósito de perfilar a grandes rasgos el plan de beneficios ideal de los empleados, analizamos a continuación la brecha entre los beneficios ofrecidos por la empresa y los deseados por los empleados.

Plataformas de entretenimiento como Netflix o el abono al gimnasio son conceptos de beneficios sociales que, hace una década, el empleado ni siquiera se hubiera planteado. Hoy en día, constituyen algunas de las demandas más recurrentes junto a la necesidad

de acciones empresariales a favor de la conciliación personal, laboral y profesional, el acceso a la tecnología o la procuración de servicios de asesoramiento financiero.

Así, los planes de retribución más gratificantes serán aquellos que se construyan sobre esquemas flexibles y novedosos, no solo de gestión, sino de oferta de bienes y servicios. Y que, además, no pierdan de vista las necesidades generacionales.

A large, semi-transparent green circle is positioned in the upper left quadrant of the image. The background is a close-up, low-angle shot of gym equipment, specifically a rowing machine or similar cardio machine, with various rollers and handles visible. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a sense of depth and texture. The overall color palette is dominated by the green of the circle and the dark, metallic tones of the equipment.

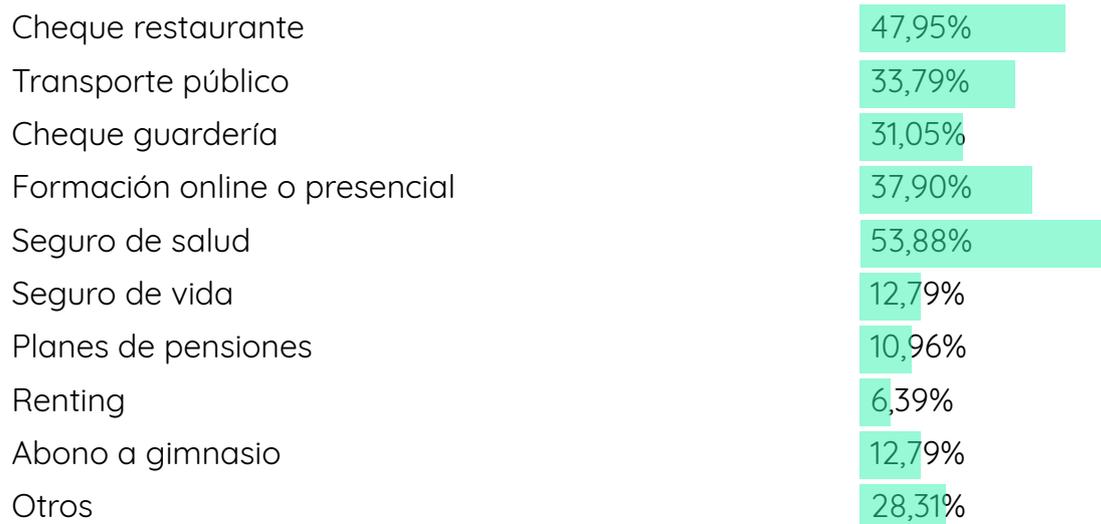
**Seguro de salud,
restauración,
formación...
Y, ahora, también
gimnasio**

2.2.1 Top 5 Beneficios que ofrece la empresa

El Top 5 de beneficios ofrecidos en la actualidad está formado por los seguros de salud (53,88%), seguidos por los cheques restaurante (48%), las ayudas a la formación (38%), el transporte (34%) y el cheque de guardería (31%). A la cola se encuentran el renting o los planes de pensiones.

Estos porcentajes ofrecen dos lecturas. La primera, que desde Recursos Humanos se está haciendo

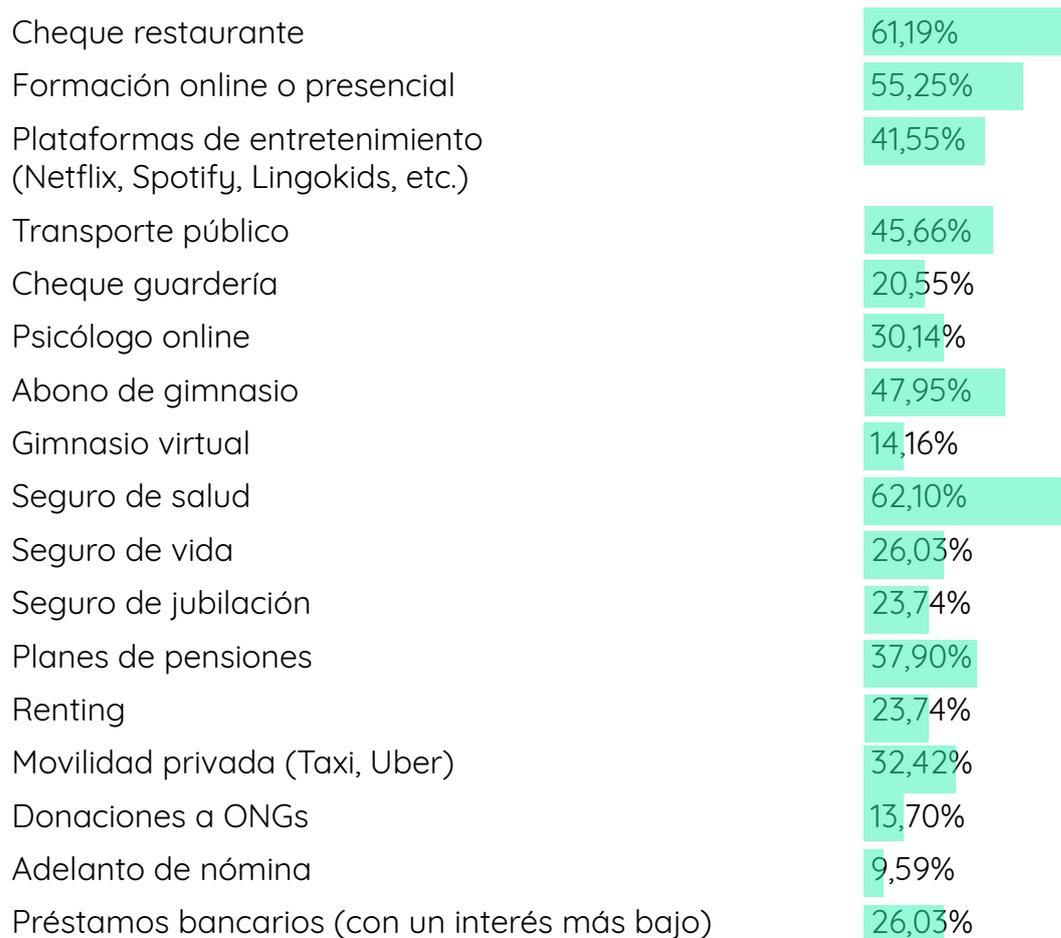
un enorme esfuerzo por responder a la evidente preocupación de las plantillas respecto a su salud y a la posibilidad de acceder a servicios sanitarios de calidad. La segunda, que a pesar del esfuerzo, aún quedan conceptos por reinventarse. En definitiva, tenemos delante lo más parecido a un paquete tradicional de retribución flexible, basado únicamente en las ventajas fiscales que dichas partidas pueden proporcionar a los empleados.



2.2.2 Top 5 Beneficios que quiere el empleado

En el Top 5 de beneficios deseados, seguro de salud (62,10%), restauración (61,19%) y formación (55,25%) siguen a la cabeza, pero irrumpe, en cuarta posición, el abono de gimnasio (48%). También lo hacen las plataformas de entretenimiento (41%), los planes de pensiones (38%), la posibilidad de contar con servicios de movilidad privada (32,42%) y los seguros de vida y préstamos bancarios de condiciones ventajosas, que

aterrizan con un notable 26%. La lectura es clara: obtener un mayor grado de adhesión hacia la empresa y un nivel de motivación más elevado en la plantilla pasa por la absoluta renovación de los servicios ofertados, dando cabida a nuevas fórmulas de compensación. La comunicación interna tendrá un papel decisivo para materializar tendencias generales en respuestas individuales, permitiendo al empleado elegir sus propios top 5.



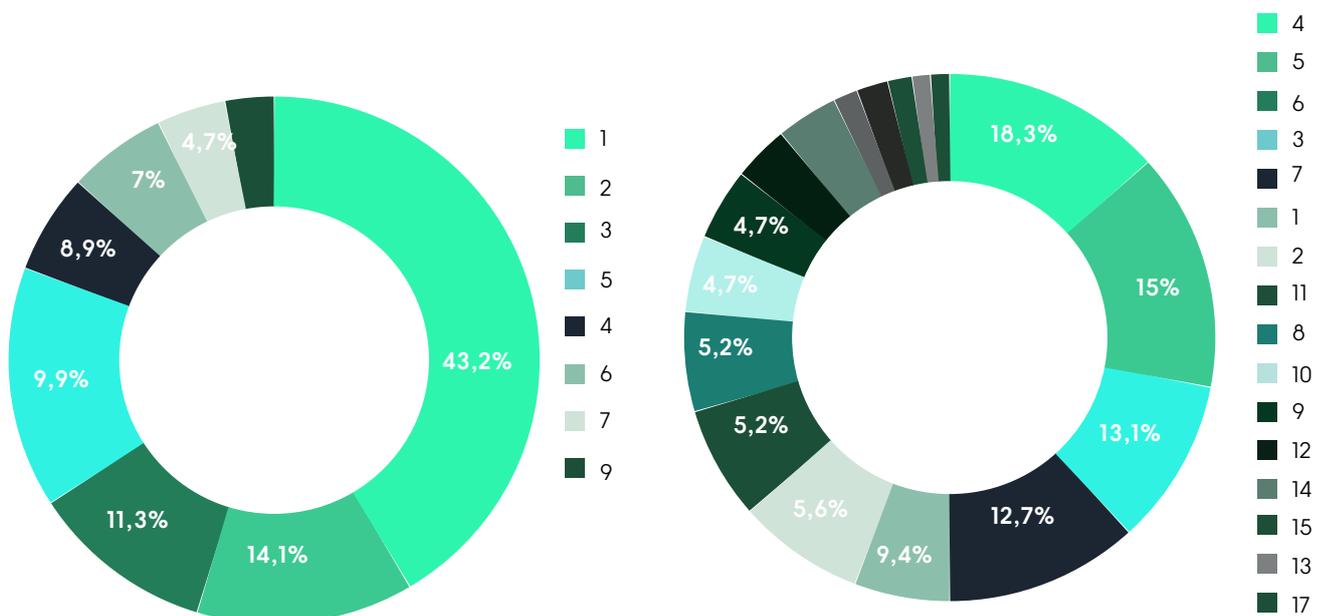
Cambio de prioridades: la salud, en el centro

Si enfrentamos la realidad con las expectativas en nuestro ejercicio de crear el plan ideal para los empleados, vemos que la cantidad no es lo importante.

La opción de poder elegir lo que cada empleado necesita es el valor real, más que el número de beneficios en sí.

Según los empleados, la brecha entre realidad y expectativa se debe principalmente al desinterés general por parte de la empresa, a la falta de presupuesto o al desconocimiento. La mayoría cree que su empresa no sabe que su plan de beneficios está desfasado o no lo quiere saber, bien por falta de presupuesto o de implicación.

Si pudieran elegir entre 17 beneficios, ¿cuántos eligen los empleados?



Realidad: El 43,2% tiene 1 solo beneficio; el 14%, 2 beneficios; y el 11,3%, 3 beneficios.

Expectativa: El 18,3% querría 4 beneficios; el 15%, 5; y el 13%, 6. Solo un 5,6% se conformaría con un único beneficio. Y aun pudiendo elegir entre 17 beneficios, menos del 20% elegirían un número superior a 7.

2.3 La jugada maestra: el impulso de la formación

La formación constituye un capítulo aparte porque se trata de un recurso tradicional que sin embargo sigue despertando gran interés entre los trabajadores, en general, y los más jóvenes, en particular.

La capacidad de trasladar a los empleados nuevos conocimientos y habilidades adaptadas a las demandas de su sector, como nuevas tecnologías o metodologías de trabajo, redundan directamente en un importante beneficio para la empresa, que aumenta así su competitividad y productividad. Sin embargo, ¿dónde reside el problema de los planes actuales? Una vez más en la falta de variedad y de libre elección de los paquetes formativos.

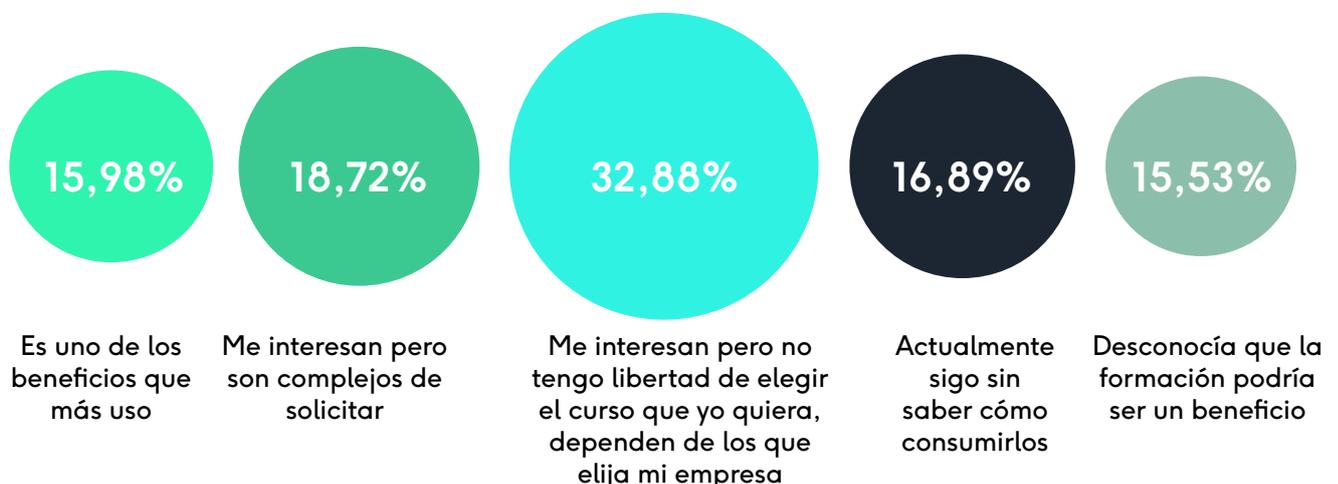
Solo un 16% afirma que es el beneficio que más usa frente al porcentaje rodeado de impedimentos: el 32,88% afirma que no tiene libertad para elegir el

curso, el 16,89% dice que no sabe cómo consumirlo y el 19% afirma que desconocía que era un beneficio.

Las plantillas aquejan, por lo tanto, la falta de información para consumir este beneficio y la poca libertad a la hora de elegir la formación más adecuada para ellos, no solo en lo que tiene que ver con la temática, sino en organización del mismo (elección de horarios, forma de acceder a los cursos, duración, etc.). Y es que, ni todos los trabajadores desempeñan las mismas funciones dentro de la organización ni a todos les interesa desarrollarse en los mismos ámbitos.

Adaptar los planes formativos como beneficios sociales realmente prácticos y útiles para los empleados es otro gran reto de cara a los meses venideros.

¿Sabes cuánto aporta a tu salario anual disponer de tu plan de beneficios?



El 67% de los empleados prefiere un pack de beneficios valorado en 1.607€ frente a una subida salarial de 2.000€

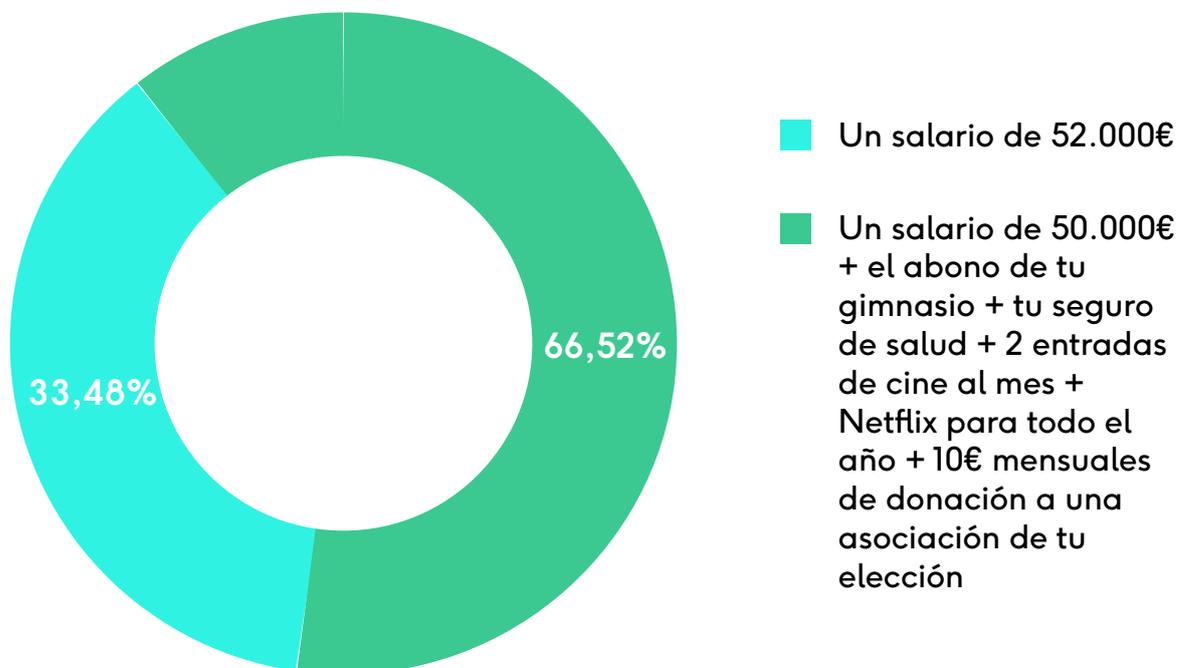


2.4 ¿Salario económico o compensación total?

Repetimos la pregunta y se repite la respuesta: un 67% de los trabajadores prefiere, por segundo año consecutivo, un salario más bajo si a cambio recibe un pack de beneficios sociales personalizados. Una vez más, el «yo elijo» mis ventajas se impone a la subida salarial.

Por lo tanto, dar el paso definitivo para entender y atender las demandas del empleado repercute positivamente en la evolución de la empresa, y no requiere, como se cree en muchos casos, una mayor inversión económica. La satisfacción de los empleados con menor coste para la empresa es posible y es el camino marcado; el pack de beneficios valorado en 1.607€ tiene un valor emocional y práctico muy superior a la subida salarial de 2.000€.

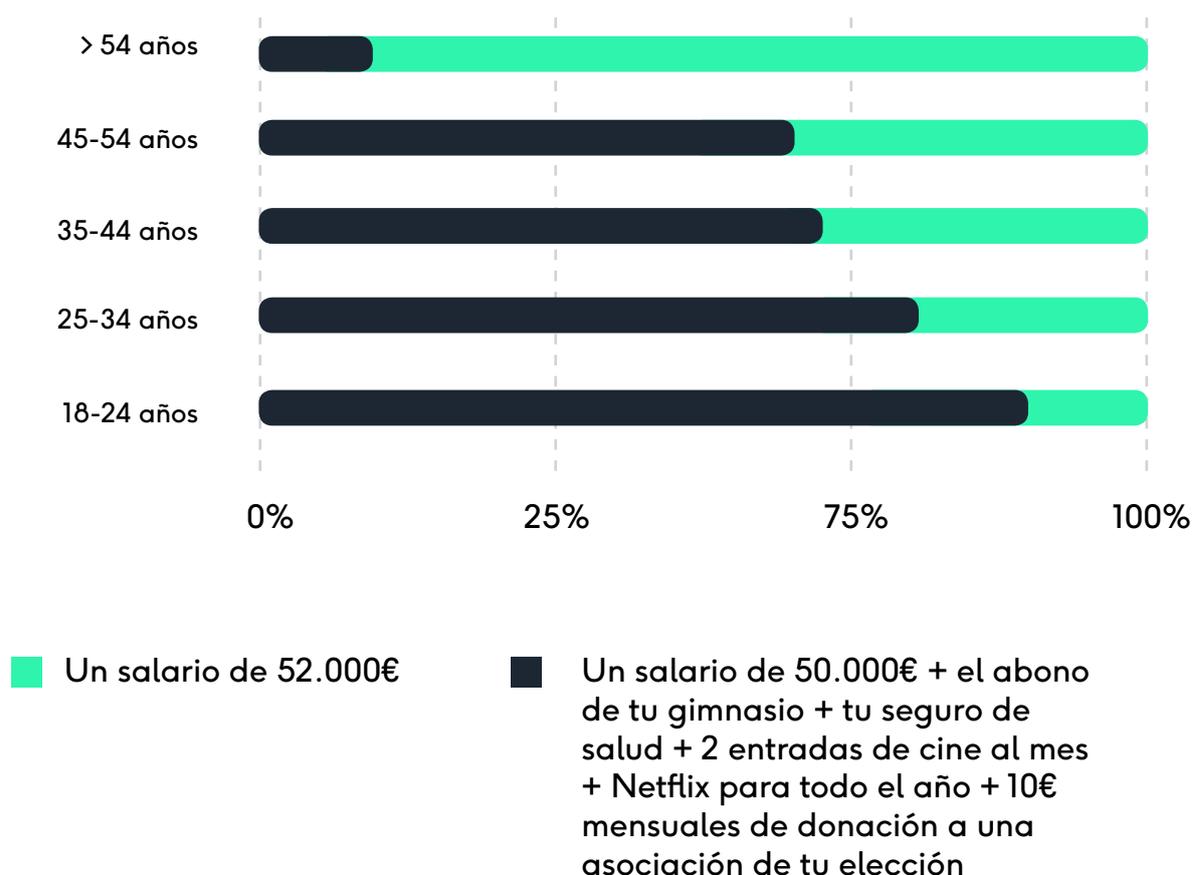
¿Qué opción prefieres?



Por edad, al igual que ocurría el pasado año, cuanto más jóvenes son los encuestados más se inclinan por esta opción. Dicha realidad nos deja una pista sobre cómo debería de concebir la empresa el diseño de los nuevos planes de beneficios: como una importante herramienta de captación de talento. Los nuevos perfiles profesionales reclaman más experiencias en forma de servicios y productos con

alto valor añadido. La oportunidad de mejorar su bienestar, calidad de vida y desarrollo profesional en una organización con la que se sienta identificado en valores pesa mucho más que un incremento en la nómina. La responsabilidad social corporativa, la honestidad y el impacto social cobran además especial relevancia a la hora de elegir trabajo.

Preferencia por edad:





“

Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos los departamentos de Recursos Humanos es acercar la distancia entre lo que el empleado tiene y lo que quiere, sin aumentar la inversión en compensación. Es decir, personalizar el paquete retributivo al máximo con el objetivo de pagar mejor sin forzosamente tener que pagar más

Javier Vidaurreta
Country People Lead
WPP

Las tendencias que marcarán el futuro

Hacia la completa digitalización

Beneficios generacionales

El poder de la comunicación

Little Big Data

Más beneficios, no más inversión

El bienestar financiero

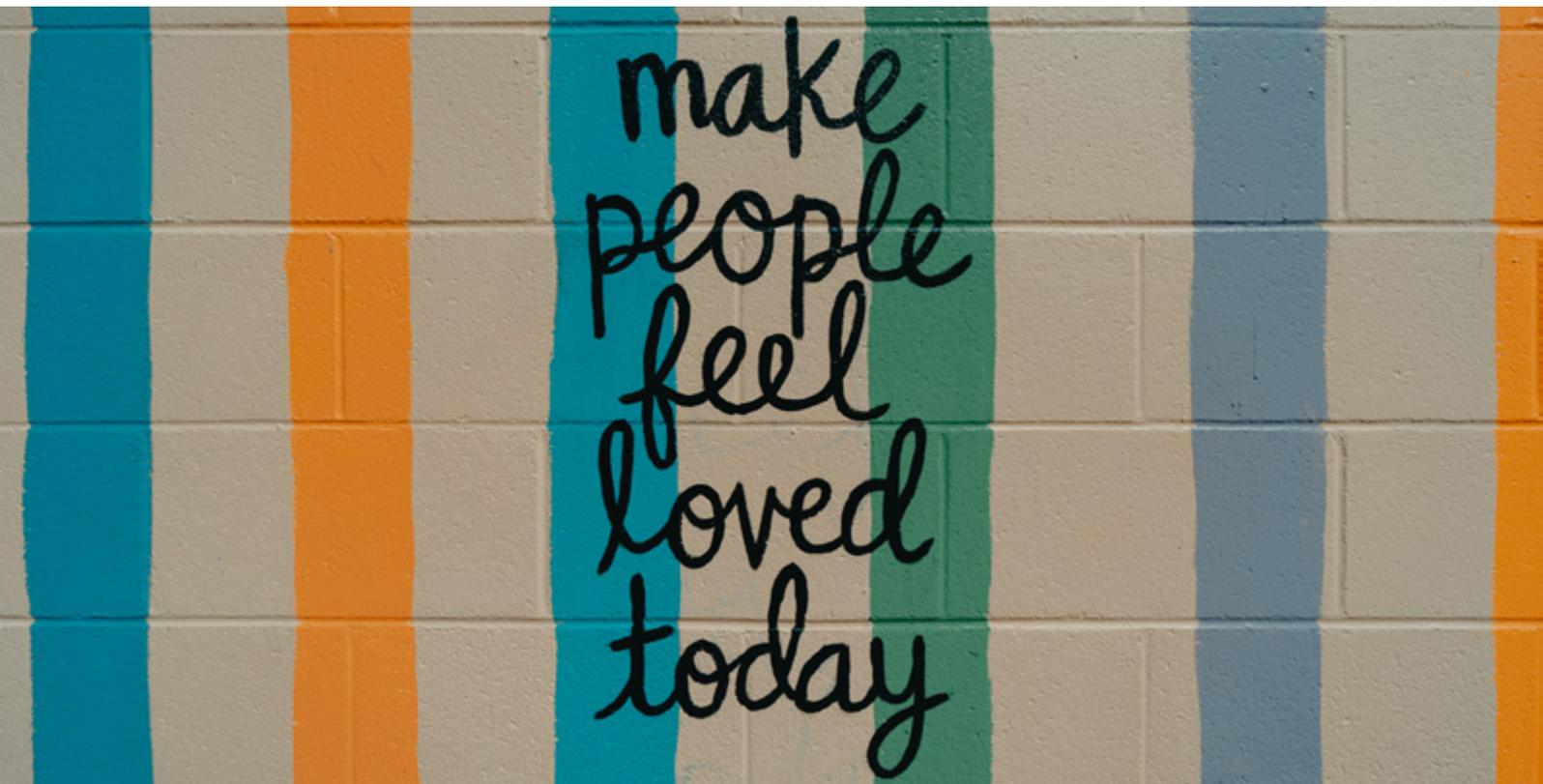


3 Las tendencias que marcarán el futuro

Los empleados adoran los beneficios. Y los beneficios bien diseñados adoran las reacciones en forma de motivación, compromiso y pertenencia a la empresa que producen en los empleados. Bajo este aura de amor, cada vez son más las personas que solicitan un trabajo no solo porque el rol a desempeñar y la compañía sean en sí atractivos, sino porque el paquete retributivo que los acompaña contiene un selecto número de beneficios llamativos y variados. Si bien es cierto que en España se está avanzado mucho, sobre todo en

los últimos años, aún estamos lejos de los 10 días anuales para cuidado de un hijo enfermo en Alemania, los famosos planes de jubilación 401k ofrecidos en la mayoría de empresas de Estados Unidos, o las políticas emergentes de vacaciones ilimitadas en Reino Unido.

En cualquier caso, independientemente de la falta de arraigamiento cultural o de cuestiones legislativas, existe un vasto campo de juego para poner a prueba la creatividad y la innovación, y no necesariamente ligado a más costes, como veremos.



make
people
feel
loved
today

3.1 Hacia la completa digitalización

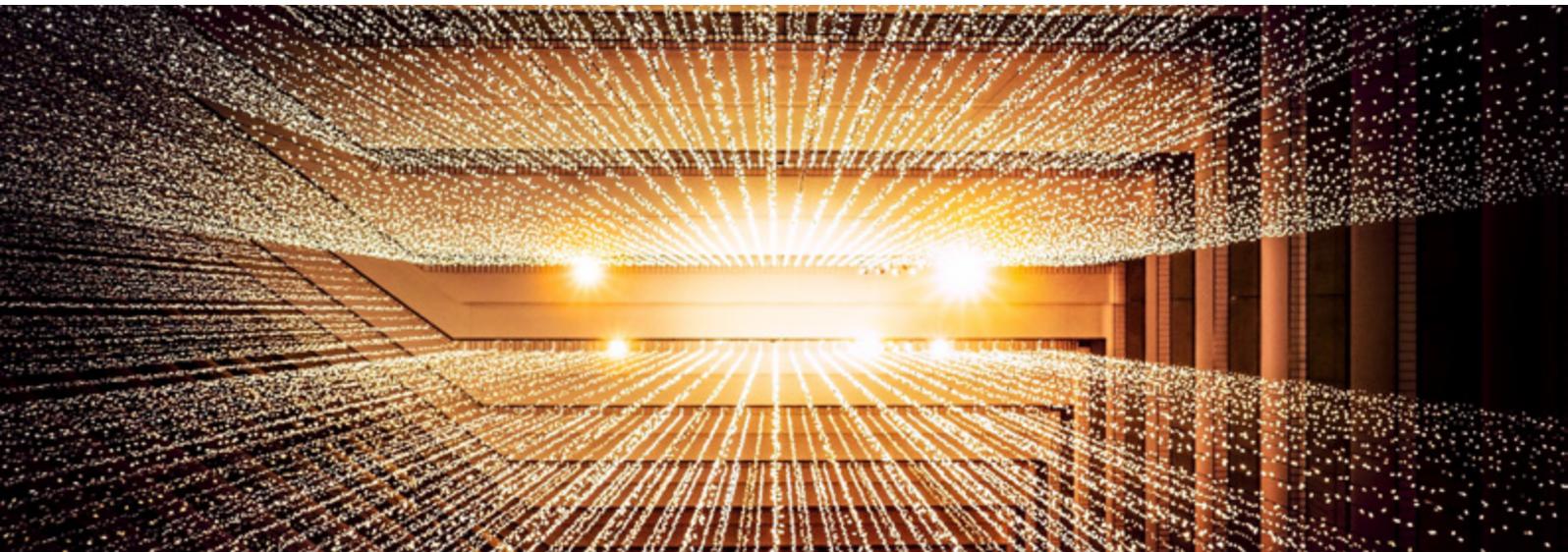
Los equipos de Recursos Humanos pierden días enteros transfiriendo manualmente datos de empleados relacionados con sus planes de compensación: nóminas, consumos, provisiones, acumulados, altas o cancelaciones, etc. Y, después, necesitan gestionar esas altas y bajas, por separado, con diferentes proveedores.

La falta de sistemas de gestión de datos automatizados o de plataformas digitales “todo en uno” suponen que muchos equipos tengan que emplear el tiempo en meter datos en un excel, en lugar de en consultar a su plantilla qué beneficios valoran más. Las empresas que ya apuestan por estos sistemas son aún pocas y como veíamos en el primer apartado, con muy poca visibilidad para los empleados.

Por su lado, estos empleados,

cada vez más avanzados tecnológicamente, reclaman una visión holística -véase una plataforma integral con una experiencia de usuario propia- para acceder a sus planes de compensación. Quieren una app móvil para poder revisar su paquete de beneficios siempre que lo deseen y desde donde se encuentren, lejos de estar limitados a un navegador web, en el mejor de los casos.

La digitalización, por lo tanto, se enmarca como una de las tendencias principales para resolver problemas en ambas direcciones, empleado-empendedor. Es importante entender que no se trata de una evolución puramente tecnológica. La verdadera transformación digital está estrechamente ligada al cambio cultural, donde los procesos y tareas se modifican para adecuarse a las necesidades del empleado, el verdadero motor del cambio.



3.2 Beneficios generacionales

Como hemos visto anteriormente, un dato más de que el enfoque único no tiene ya cabida es que cada generación tiene su propia quiniela de beneficios. Si bien es cierto que hay excepciones, podemos afirmar que las generaciones más jóvenes valoran más los beneficios relacionados con la flexibilidad en términos de horarios y movilidad, y las anteriores buscan beneficios a largo plazo, más enfocados en el bienestar financiero.

Además, y aquí reside la dificultad máxima de dar a cada individuo lo que necesita, hablamos de colectivos con rasgos comunes pero también de rasgos comunes en diferentes colectivos: el seguro médico es hoy en día el beneficio más demandado en todas las generaciones. ¿Pero quieren todos el mismo tipo de cobertura? Mientras que los baby boomers necesitan añadir a hijos y pareja, los más

jóvenes se conforman con una versión genérica que incluya citas médicas online.

Los perfiles seniors agradecen la posibilidad de acceder a planes de pensiones o paquetes sanitarios, quienes están construyendo una familia valoran en mayor medida la flexibilidad horaria o las opciones de conciliación. Por su parte, los jóvenes exigen servicios deportivos, formación de calidad, proyección laboral y acceso a todo tipo de recursos y contenidos tecnológicos.

La dificultad de resolver y aterrizar estos matices en fórmulas de retribución reales y personalizadas requiere adoptar dos tendencias que veremos a continuación: la comunicación como punto de partida, y la analítica de datos para acceder a información de calidad en tiempo real.



3.3 El poder de la comunicación

Cuando los empleados comprenden la importancia de los planes de compensación, la adhesión a los mismos se multiplica y, por consiguiente, el compromiso, productividad y lealtad de las plantillas. Sitios web o plataformas centralizadas para empleados, sesiones de orientación individuales o colectivas, encuestas de satisfacción o clima laboral, evaluaciones semestrales de uso de beneficios... Lo más importante es establecer un canal y poner en marcha una estrategia de comunicación, por sencilla que sea.

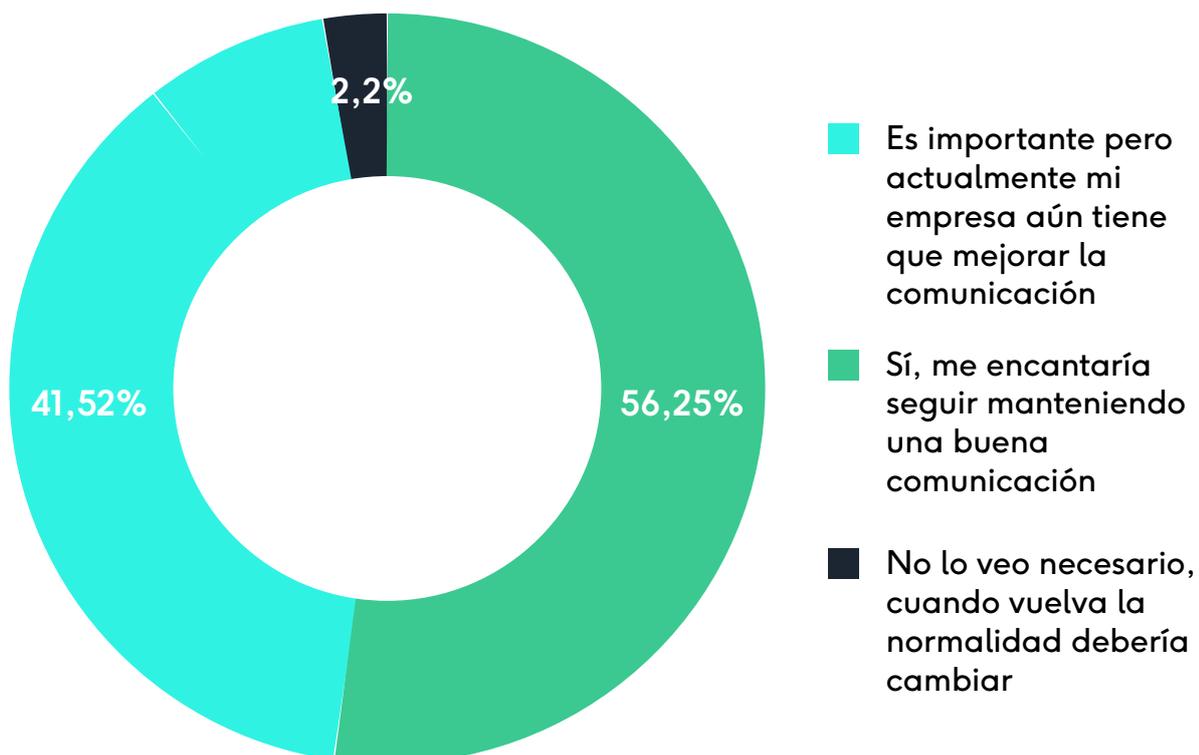
El 56,25% de los encuestados cree que sus empresas se han esforzado en la comunicación, tiene una buena relación y quiere seguir teniéndola.

Sin embargo, un 41,52% cree que su empresa aún tiene mucho que mejorar en este aspecto.

Una vez más, se hace necesario, por no decir imprescindible, dotar a los trabajadores de herramientas tecnológicas eficaces que les faciliten el acceso a información veraz y didáctica sobre qué son los planes de beneficios y en qué manera pueden contribuir a unas mejores condiciones laborales y de vida.

Estas herramientas se convertirán en la columna vertebral de la relación entre el departamento de Recursos Humanos y los empleados, permitiendo el feedback entre ambas partes y la resolución de carencias en el seno empresarial.

En general, las empresas se han esforzado por mejorar la comunicación con sus empleados, ¿crees que es necesario seguir manteniendo esta relación?





“

Este 2021 tenemos que poner el foco principal en las personas y darle la máxima autonomía en sus planes de beneficios. Flexibilidad, formación e innovación son tres palabras claves que deben de tener en cuenta todos los departamentos de Recursos Humanos a la hora de crear sus próximos planes de compensación

Amaia Otaola Martinez
People & Organisation Global Mobility & Hr
Strategic Programs Partner
PwC España

3.4 Little Big Data

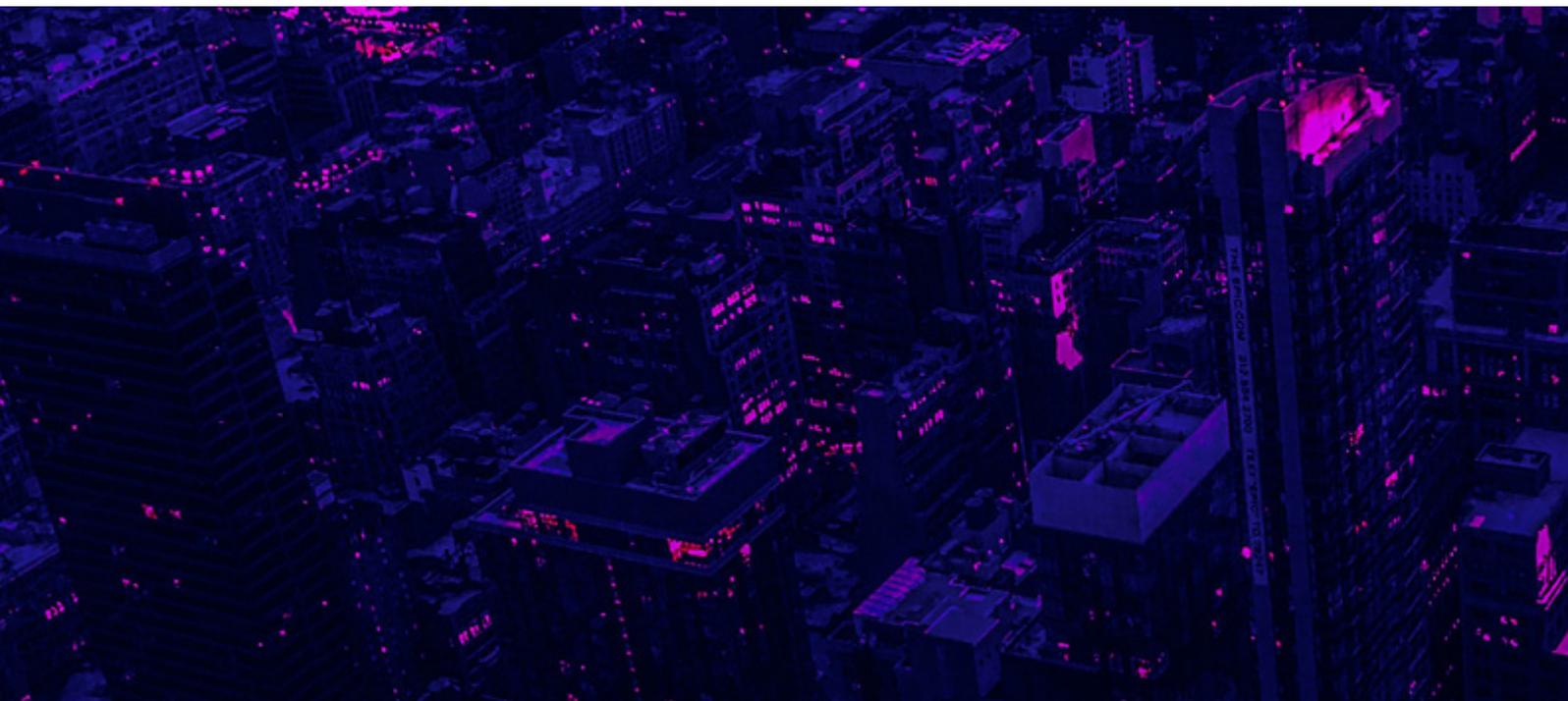
Aunque pueda parecer que los equipos de gestión de personas están a años luz de unirse a esta tendencia y que es algo más reservado para empresas tecnológicas o multinacionales afianzadas, la Inteligencia Artificial al servicio del análisis de datos es más común de lo que nos imaginamos.

Para la mayoría de los equipos de gestión de compensación, hoy en día sería impensable sentarse a analizar métricas de consumo de beneficios por empleado almacenados en diferentes sistemas, y seguramente poco accesibles. No tienen el tiempo ni tampoco las herramientas.

Por eso, cada vez más, vemos como multitud de softwares creados para automatizar las tareas recurrentes de los equipos de Recursos Humanos copan el mercado. Es solo cuestión de tiempo que estos programas

ofrezcan también la extracción y el análisis automático de datos de altísimo valor relacionados con el consumo de beneficios en tiempo real. Si bien ahora puedan verse como innecesarios por ser algo inusual, el simple hecho de poder ver en tiempo real una gráfica de consumo de beneficios por empleado o de adhesiones totales, cambiará en unos años el panorama de la compensación global. Y es, además, en esta cadena comunicación-análisis-información donde reside el secreto de la personalización de planes con menor esfuerzo.

Mientras eso llega, los equipos de Recursos Humanos deben tomar posesión de los datos en la medida de lo posible y asegurarse de que son capaces de obtener información significativa y procesable a corto plazo para responder a los cambios futuros.



3.5 Más beneficios, no más inversión

El presupuesto es ese tema delicado y comprometido que siempre pone freno a los sueños más ambiciosos. O los remodela. En muchas ocasiones, las empresas tienen los objetivos claros, conocen perfectamente las vías a tomar para llegar a los planes de compensación más óptimos para sus plantillas, y son los recortes de presupuesto los que les conducen a posponerlos. Sin embargo, hoy sabemos que otra de esas muchas capacidades que la pandemia ha impulsado es la creatividad: no siempre hay que gastar más para dar más.

Desde programas de estímulo para la rotación dentro de la propia empresa a kudos por San Valentín o concursos de cocina en remoto. Los empleados se dejan querer y quieren encontrar en sus lugares de trabajo una conexión personal, más allá de la satisfacción del propio puesto de trabajo o la retribución fija. Y los equipos de Recursos Humanos, más People que nunca durante este último año, han sabido estar pendientes de sus compañeros y han desplegado todo su ingenio

para contrarrestar el estrés y la ansiedad generados por la covid-19. Precisamente para frenar el avance de esta nueva enfermedad común, las sesiones de coaching personalizado o mindfulness han sido algunos de esos beneficios sin coste añadido que han ayudado a motivar a la plantilla.

En esta línea, los empleados muestran su fidelidad, compromiso e implicación laboral y demuestran que son más partidarios de recibir una remuneración extra si consideran que va ligada a la consecución de objetivos o a una fecha señalada en su relación con la empresa: la remuneración por haber conseguido objetivos fue la opción más votada con un 51,67%, seguida por el 42,11% que simplemente está interesado en recibirla. Muy de cerca, el aniversario en la empresa parece ser un motivo más apropiado para recibir esta remuneración (37,80%) frente al propio cumpleaños del empleado (32%), poniendo de manifiesto los lazos afectivos que el empleado conscientemente tiende hacia su empresa.

Si tu empresa estuviese dispuesta a ofrecerte una pequeña remuneración extra, ¿en cuál de estos momentos te gustaría que lo hiciese?



3.6 El bienestar financiero

La incertidumbre económica a la que nos enfrentamos, con el plan de reforma de pensiones del gobierno y los recortes como telón de fondo, deja muchas dudas en el aire sobre cómo será la aportación pública a nuestra futura economía. Esto ha aumentado la demanda de fórmulas de ahorro asociado al consumo a largo plazo, como planes de jubilación o seguros de vida, centrados en el bienestar financiero.

Según nuestro estudio, el 63,5% de los encuestados tiene interés en un plan de pensiones, y más de la mitad de los consultados ha aumentado su interés en los últimos meses.

Un interés claramente marcado por los cambios que los Presupuestos Generales del Estado 2021 han traído en la fiscalidad de los planes de pensiones. Según la modificación del 30 de diciembre de 2021 en la Ley de Regulación de los Planes y Fondos de Pensiones, el total de aportaciones a planes de pensiones individuales no podrá exceder ahora de 2.000€ frente a los 8.000 € anteriores. Este límite se incrementará en 8.000€, siempre que tal incremento provenga de contribuciones empresariales.

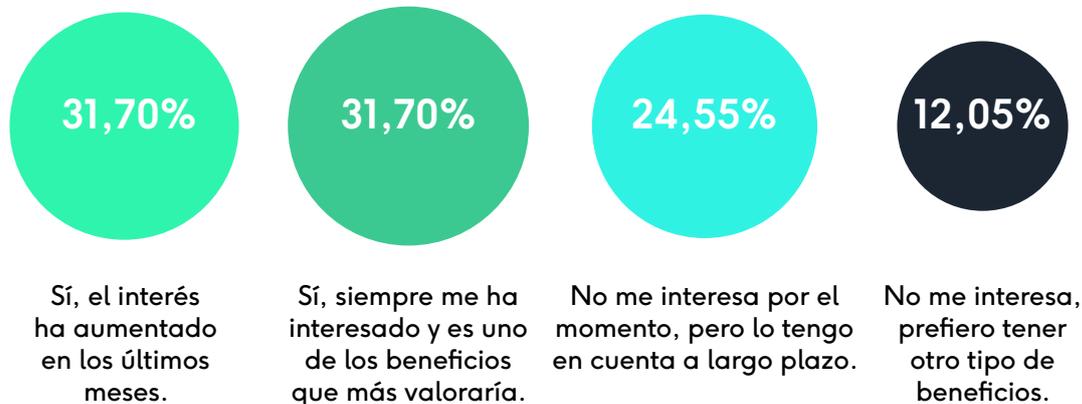
Una rebaja drástica en cuanto a aportaciones privadas con la que se pretende incentivar y favorecer los planes de empleo. Por ello, a partir de ahora, quienes quieran sacar el máximo provecho a un plan de pensiones, deberán hacerlo a través del de la empresa. Un modelo más sencillo que separa claramente las aportaciones del lado privado y

el empresarial, y que promete una colaboración sin precedentes. Todas las miradas se dirigen, por lo tanto, a esas empresas que están fomentando cada vez más la oferta de planes de empleo y que nos harán salir definitivamente de la cola de Europa en cuanto a planes de jubilación. Estamos con los preparativos de una tendencia que culminará en un modelo similar al de los planes de empresa semiobligatorios “automatic enrolment”, vigentes en Reino Unido desde 2012, que obliga al empresario a inscribir automáticamente a sus empleados en algún tipo de plan de ahorro o pensiones.

El papel que juega la empresa para acompañar la materialización de estos planes de futuro es crucial, ya que no solo puede asesorarles acerca de cómo planificar su jubilación, sino que puede garantizarla a través de los planes de beneficios adecuados. Es el momento de cambiar la escasa cultura de ahorro y de previsión que ha perdurado en nuestro país durante décadas y, ahora sí, tenemos todas las herramientas al alcance.

El obstáculo que frenaba la irrupción de estos planes está ya superado: más allá de la complejidad del producto en sí, los trabajadores son conscientes de que una buena base financiera genera el bienestar y la seguridad que abre las puertas a los sueños de futuro.

Ante esta crisis que estamos viviendo tendemos a mirar por el futuro de nuestro poder adquisitivo. ¿Ves necesario que tu empresa te ofrezca un plan de pensiones?



¿Qué parte de tu salario estarías dispuesto a dedicar para invertir en un plan de pensiones teniendo en cuenta que tu empresa te ayudaría duplicando esa cantidad?



4 Conclusión

Los empleados opinan

80%

cree que su plan es generalista e impersonal

75%

no sabe cuánto aporta a su salario un plan de beneficios

61%

no ha podido consumir sus beneficios durante la pandemia

¿Qué necesitan?

Material

Bienestar físico
Bienestar financiero
Formación
Entretenimiento

Emocional

Flexibilidad horaria
Teletrabajo
Conciliación

¿Qué medidas tomar?



CONOCER

Seguir el camino del employee centricity, donde se escucha y se reconoce al empleado, sus opiniones, su autonomía y sus circunstancias.



FLEXIBILIZAR

Es necesario apostar por la personalización en los beneficios para poder satisfacer a cada empleado y estrechar sus lazos con la empresa.



DIGITALIZAR

Resolver problemas en ambas direcciones, empleado-empleador, automatizar tareas y ahorrar tiempo. Más aún en la era del teletrabajo.



COMUNICAR

Necesitamos aplicar medidas con mayor compromiso social y creatividad, y sobre todo comunicar al empleado con claridad cada propuesta.

¿Y el presupuesto?

Opciones desde:

- presupuesto cero, aprovechando ventajas fiscales
- presupuesto limitado para beneficios concretos
- la gran revolución: el salario emocional, directo al corazón (prefieren un pack de beneficios personalizado valorado en 1.600€ a una subida salarial de 2.000€)

Conclusión final

En solo tres meses el mundo entero cambió, se reordenaron las prioridades en el lugar de trabajo y surgieron nuevas necesidades para los empleados. Los planes de beneficios han sido un indicador más de que la tradición pesa aún demasiado y se hace del todo visible antes eventos inesperados. Por eso, desde las empresas hoy es más necesario que nunca situar a los empleados en el centro de

la transformación digital, como motor real del cambio en el que los procesos, tareas y beneficios se adaptan al empleado y no al revés. No son las nuevas tecnologías aplicadas a los beneficios las que garantizarán el bienestar de toda la empresa; la comunicación, la empatía y la capacidad de escuchar y cuidar al empleado son las claves de la verdadera revolución digital.

5 Metodología

Durante enero y febrero de 2021 recogimos las respuestas de más de 600 empleados de empresas españolas pertenecientes a diferentes sectores. Los participantes completaron una encuesta sobre Tendencias en los planes de Beneficios creada íntegramente por Cobee y formada por 27 preguntas. Solo han sido consideradas como válidas las respuestas de aquellos participantes que han respondido al cuestionario total y todas ellas han sido tratadas con carácter anónimo.

Únicamente se han utilizado dos criterios para crear grupos de opinión: edad y tamaño de empresa.

En esta segunda edición de nuestro informe anual se ha puesto el foco en el estado actual de los beneficios bajo el impacto de la pandemia, las expectativas de las diferentes generaciones y las tendencias emergentes.

Para cualquier duda o comentario: info@cobee.io

Sobre Cobee

Cobee es la primera plataforma integral que permite gestionar los planes de beneficios de empleados de manera flexible y totalmente automatizada.

Con el objetivo de ayudar a las empresas a simplificar el trabajo de sus equipos de Recursos Humanos y a mejorar el bienestar de toda la plantilla, Cobee presenta una solución unificada y fácil de usar que permite a los profesionales de Recursos Humanos crear programas

personalizados añadiendo diferentes beneficios y ventajas al momento, sin necesidad de negociar con diferentes proveedores.

Esta solución única también proporciona la más completa experiencia a los empleados, que pueden controlar y gestionar su compensación y beneficios de forma cómoda y totalmente independiente.

Cobee fue fundada en 2018 y está situada en Madrid, España.

