



◆ minu ◆

Employer Branding Financiero:

Convierte tus prestaciones en un
imán para el talento joven

Índice

- Introducción 03
- **Capítulo 1 — 04**
El talento joven y los beneficios: qué está cambiando
- **Capítulo 2 — 06**
Qué es el Employer Branding Financiero
- **Capítulo 3 — 08**
Los beneficios que el talento joven más valora
- **Capítulo 4 — 10**
Cómo comunicar tu propuesta de beneficios
- **Capítulo 5 — 12**
Plan de acción: de las prestaciones al imán de talento
- Bibliografía 15



Introducción


Las generaciones jóvenes que hoy ingresan al mercado laboral, millennials en su última etapa y centennials en plena incorporación, no buscan solo un buen sueldo. Buscan empresas que los vean como personas completas.

Los números son contundentes: según el Randstad Employer Brand Research 2025, 1 de cada 3 personas en México planea cambiar de empleo este año, y los perfiles más propensos a moverse son precisamente los más jóvenes. Al mismo tiempo, el 60% de los empleados en México dice que es más probable permanecer con un empleador que ofrece un programa diseñado para ayudarlos a manejar su dinero (PwC, 2023).

Este ebook es una guía práctica para responsables de Recursos Humanos que quieren transformar su portafolio de beneficios en una herramienta real de atracción y retención. No se trata de gastar más. Se trata de mostrar mejor lo que ya tienes, completar los gaps que el talento joven percibe, y comunicarlo de forma que conecte.

¿Para quién es este ebook?

Para directores, gerentes y responsables de RH en empresas medianas y grandes de México que buscan modernizar su propuesta de valor como empleador sin necesariamente aumentar el presupuesto de compensación.



El talento joven y los beneficios: ¿qué está cambiando?

Hace diez años, la conversación sobre beneficios laborales giraba casi exclusivamente alrededor de los vales de despensa. Hoy esa conversación es completamente diferente.

Qué busca el talento menor de 35 años

Las nuevas generaciones no solo evalúan el salario base. Evalúan la propuesta completa. Cuando un candidato joven compara dos ofertas, considera:

- **Flexibilidad financiera:** ¿la empresa le da herramientas para manejar sus ingresos?
- **Acceso a salud:** ¿puede atenderse sin complicaciones?
- **Desarrollo personal:** ¿hay educación, bienestar, crecimiento?
- **Experiencia digital:** ¿los beneficios se acceden fácil o son procesos complicados?
- **Propósito e impacto:** ¿la empresa se preocupa por su bienestar real?

El resultado es que las empresas que solo ofrecen el mínimo legal están perdiendo candidatos frente a organizaciones que han entendido que los beneficios son parte del salario emocional.

El problema de la percepción

Muchas empresas ya ofrecen beneficios valiosos. El problema es que los colaboradores no los perciben como tales, ya sea porque no se comunican bien, porque el acceso es complicado o porque los beneficios no responden a sus necesidades reales.

Un vale de despensa que se entrega en físico una vez al mes, sin recordatorio ni contexto, no genera el mismo impacto que un beneficio digital disponible desde el celular con recordatorio de saldo.

Insight clave

El valor percibido de un beneficio no depende solo de su costo. Depende de qué tan relevante es, qué tan fácil es accederlo y qué tan bien se comunica. Una plataforma digital puede transformar la percepción sin cambiar el presupuesto.

El riesgo de no actuar

Las empresas que no evolucionan su propuesta de beneficios no solo pierden en atracción de talento. También ven aumentar la rotación, especialmente en perfiles jóvenes y de alta demanda, que tienen más opciones y menos tolerancia a empleadores que no los escuchan.

México tiene la tasa de rotación más alta de América Latina: entre 30% y 34%, según el estudio 'El estado de los Recursos Humanos 2023' de Factorial. Aproximadamente el 60% de las empresas mexicanas reportan una tasa de rotación alta (ManpowerGroup, 2024), y el costo de reemplazar a un colaborador puede representar entre el 50% y 60% de su salario anual en procesos de reclutamiento, selección y capacitación.

Para las empresas que compiten por perfiles especializados, retener o perder a un colaborador clave puede estar ligado a algo tan concreto como si ofrece o no acceso anticipado al salario en un momento de apuro.

Qué es el Employer Branding Financiero

El employer branding tradicional se ha enfocado en cultura, ambiente de trabajo, valores y desarrollo de carrera. Todo eso sigue siendo importante. Pero hay un componente que pocas empresas trabajan de forma explícita: la propuesta financiera hacia el colaborador.

El Employer Branding Financiero es la forma en que una empresa comunica, estructura y posiciona los beneficios económicos de su paquete laboral como parte de su identidad como empleador.

Por qué importa ahora más que nunca

El contexto económico en México ha puesto el bienestar financiero de los colaboradores en el centro de la conversación de RH. La ENSAFI 2023 (CONDUSEF/INEGI) reveló que el 45.9% de la población mexicana casi nunca o nunca le sobra dinero al final del mes, y el 36.9% reporta un nivel alto de estrés financiero. Más relevante aún para RH: el 48.4% de los trabajadores se preocupa mucho por la acumulación de deudas.

Ese estrés tiene un costo productivo directo. Según PwC (2023), 1 de cada 5 empleados admite que su productividad se ha visto afectada por preocupaciones financieras, y el 49% dedica tres horas o más de su jornada laboral a lidiar con problemas de finanzas personales.

Un colaborador que enfrenta estrés financiero no puede enfocarse con la misma efectividad. RH tiene la oportunidad de reducir ese estrés con herramientas concretas, no con discursos.

Employer Branding tradicional	Employer Branding Financiero
Cultura organizacional	Vales de despensa
Desarrollo de carrera	Salario On-Demand
Ambiente de trabajo	Caja de ahorro
Valores y propósito	Telemedicina y asistencias
Reconocimiento	Educación financiera



Los tres pilares del Employer Branding Financiero

- 1 Estructura:** contar con beneficios que realmente mejoren el flujo de efectivo y la estabilidad del colaborador.
- 2 Comunicación:** explicar con claridad qué beneficios existen, cómo accederlos y qué valor representan en términos reales.
- 3 Experiencia:** hacer que el acceso a esos beneficios sea fácil, digital y sin fricción.

Ejemplo práctico

Una empresa que ofrece vales de despensa, Salario On-Demand y educación financiera, y los comunica de forma clara dentro de su propuesta de valor como empleador, está haciendo Employer Branding Financiero. No solo está ofreciendo prestaciones: está posicionándose como una empresa que se preocupa por la estabilidad de su gente.

Los beneficios que el talento joven más valora

No todos los beneficios generan el mismo impacto. Algunos son percibidos como obligación legal. Otros, cuando se estructuran y comunican bien, se convierten en razones reales para elegir o quedarse en una empresa.

El bienestar financiero es el diferenciador que el talento joven más valora y que menos empresas ofrecen de forma completa. Estos son los beneficios clave que minu pone al alcance de tus colaboradores:

Cuando un colaborador joven evalúa una oferta de trabajo, la pregunta de fondo no es solo '¿cuánto voy a ganar?'. Es '¿esta empresa va a ayudarme a estar mejor económicamente?'. Los siguientes beneficios son los que más impacto tienen en esa percepción.



Salario On-Demand

El acceso anticipado a un porcentaje del salario ya trabajado es uno de los beneficios que más conecta con las necesidades reales del talento joven. No es un préstamo. No genera deuda. Es simplemente acceso al dinero que el colaborador ya generó, antes del día de pago habitual.

Para muchos colaboradores, saber que pueden resolver una emergencia económica sin recurrir a préstamos informales o tarjetas de crédito cambia su percepción del empleador de forma significativa. La empresa deja de ser solo la que paga quincenalmente y se convierte en un aliado financiero de confianza.

Desde la perspectiva de RH, este beneficio tiene un costo operativo bajo y un impacto directo en la reducción del estrés financiero, que es una de las causas más frecuentes de ausentismo y baja productividad.



Caja de ahorro

La caja de ahorro es uno de los beneficios más tradicionales en México y, bien implementada, sigue siendo de los más valorados. Permite al colaborador ahorrar de forma sistemática con descuento vía nómina, y acceder a crédito con tasas más accesibles que las del mercado.

En minu, la caja de ahorro opera con tasa competitiva (25% anual), bajo riesgo para la empresa gracias al respaldo colectivo, y recuperación por descuento vía nómina. Esto la hace práctica tanto para el colaborador como para el área de RH, que no necesita gestionar cobros de forma manual.

Para el talento joven, la caja de ahorro representa algo que pocas instituciones financieras les ofrecen: acceso a crédito real, con condiciones claras, sin trámites complicados y respaldado por su propio empleador.



Soluciones de crédito: minu Libertad Financiera

Uno de los mayores problemas que enfrentan los colaboradores en México es el acceso a crédito formal en condiciones accesibles. Cuando no lo encuentran, recurren a opciones que complican más su situación: préstamos informales, tarjetas de crédito con tasas muy altas, o adelantos que se convierten en ciclos difíciles de romper.

minu Libertad Financiera es una solución de crédito empresarial con cuatro modalidades diseñadas para distintas necesidades:

- ◆ **Crédito dentro de la caja de ahorro:** tasa competitiva del 25% anual, con bajo riesgo y respaldo colectivo. Ideal para colaboradores que ya participan en la caja y necesitan liquidez con condiciones justas.
- ◆ **Alivio de deuda:** diseñado para refinanciar compromisos existentes y reducir la presión financiera. El colaborador consolida deudas en una sola con mejores condiciones, lo que mejora su situación mensual de forma inmediata.
- ◆ **Crédito a largo plazo con respaldo empresarial:** hasta 3 veces el salario mensual, con la empresa como aliado solidario. Es la opción para necesidades más grandes como reparaciones del hogar, gastos médicos o educación.
- ◆ **Crédito a corto plazo para liquidez inmediata:** resuelve necesidades urgentes de efectivo, mejora el historial crediticio y se consulta Buró de Crédito. Diseñado para situaciones de emergencia donde el colaborador necesita una respuesta rápida.

Todos los créditos se recuperan por descuento vía nómina, lo que simplifica la gestión para RH y garantiza el cumplimiento sin necesidad de cobranza activa.

Valor estratégico para la empresa

Estas soluciones de crédito no solo benefician al colaborador. Complementan el Salario On-Demand, alivian la presión financiera que afecta el desempeño, y mejoran la permanencia del talento. Un colaborador que resuelve sus necesidades económicas a través de la empresa tiene menos razones para buscar otras opciones.



Cómo comunicar tu propuesta de beneficios

Muchas empresas tienen buenos beneficios y aun así no los aprovechan como herramienta de atracción o retención. El problema no es el beneficio en sí: es la comunicación.

Estos son los principios y prácticas que hacen que una propuesta de beneficios se perciba de forma más clara y valiosa:

1 Traduce el beneficio en impacto real

No basta con decir 'ofrecemos vales de despensa'. La comunicación efectiva traduce el beneficio en su impacto concreto:

'Recibes \$2,000 mensuales en vales de despensa para tus compras en supermercados y tiendas de conveniencia'

'Puedes acceder hasta al 50% de tu salario antes del día de pago, sin trámites ni intereses'

'Tienes consultas médicas ilimitadas para ti y tu familia desde la app, sin costo adicional'

Cuando el colaborador o candidato puede imaginar el beneficio en su vida diaria, el valor percibido aumenta significativamente.

- ◆ 'Recibes \$2,000 mensuales en vales de despensa para tus compras en supermercados y tiendas de conveniencia'
- ◆ 'Puedes acceder hasta al 50% de tu salario antes del día de pago, sin trámites ni intereses'
- ◆ 'Tienes consultas médicas ilimitadas para ti y tu familia desde la app, sin costo adicional'

Cuando el colaborador o candidato puede imaginar el beneficio en su vida diaria, el valor percibido aumenta significativamente.

2 Centraliza la información

Si los beneficios están dispersos en correos, documentos PDF desactualizados o en páginas de intranet que nadie visita, el colaborador asume que los beneficios no existen o que son complicados de acceder.

Una plataforma digital donde el colaborador puede ver todos sus beneficios en un solo lugar resuelve este problema y mejora la percepción de la empresa como empleador organizado y moderno.

3 Comunica en los momentos que importan

La comunicación de beneficios no debe limitarse al proceso de onboarding. Hay momentos clave donde recordar los beneficios disponibles genera alto impacto:

- Inicio de mes, cuando el colaborador está planificando su gasto
- Inicio de año escolar, cuando los gastos familiares aumentan
- Temporada de fiestas, cuando la presión financiera es mayor
- Momentos de estrés o cambio en la organización

3 Incluye los beneficios en el proceso de reclutamiento

El paquete de beneficios debe estar presente desde la oferta laboral, no solo en el manual de bienvenida. Los candidatos que conocen el paquete completo desde el inicio tienen más elementos para tomar una decisión y perciben a la empresa como más transparente.

3 Mide la percepción, no solo el uso

Una métrica que pocas empresas siguen es la percepción del valor de los beneficios. El uso es importante, pero no es el único indicador. Un colaborador puede no usar telemedicina en un mes y aun así valorar mucho saber que está disponible.

Incluir preguntas sobre percepción de beneficios en las encuestas de clima laboral permite a RH entender qué está comunicando bien y dónde hay oportunidades de mejora.

Comunicación interna como ventaja

Las empresas que comunican bien sus beneficios tienen colaboradores que los aprovechan más, los valoran más y hablan mejor de la empresa hacia afuera. Eso impacta directamente en la reputación como empleador y en la capacidad de atraer nuevo talento.

Plan de acción: de las prestaciones al imán de talento

Transformar la propuesta de beneficios en una ventaja real para atraer y retener talento joven no requiere multiplicar el presupuesto. Requiere claridad, estructura y consistencia.

Este es un plan de acción en cuatro fases que puedes adaptar a tu organización:

Fase 1: Auditoría de beneficios actuales

Antes de cambiar nada, mapea lo que ya existe. Pregúntate:

- ¿Qué beneficios ofrecemos actualmente?
- ¿Cuál es el nivel de uso de cada uno?
- ¿Qué tan fácil es acceder a cada beneficio?
- ¿Cómo perciben los colaboradores cada beneficio?
- ¿Qué gaps existen frente a lo que el talento joven busca?

Esta auditoría te dará una línea base para priorizar. Es probable que encuentres beneficios que tienen bajo uso no porque no sean valiosos, sino porque están mal comunicados o son difíciles de acceder.

Fase 2: Cierra los gaps prioritarios

Con base en la auditoría, identifica qué beneficios tendrían mayor impacto en la percepción del talento joven y que puedes implementar sin aumentar significativamente el presupuesto.

La integración de múltiples beneficios en una sola plataforma digital suele ser el cambio de mayor impacto, porque transforma la experiencia sin necesariamente cambiar los beneficios en sí.

Fase 3: Rediseña la comunicación

Actualiza cómo presentas los beneficios en cada touchpoint del ciclo de vida del colaborador:

Oferta laboral: incluye el resumen del paquete de beneficios con impacto en pesos

Onboarding: explica cada beneficio con ejemplos concretos de uso

Comunicación periódica: recordatorios mensuales o en momentos relevantes

Encuestas de clima: incluye preguntas sobre percepción de beneficios



Fase 4: **Mide y ajusta**

Define métricas de éxito con benchmarks concretos. Según Deloitte, las empresas que invierten en bienestar integral reportan un 25% menos de rotación y un aumento significativo en el compromiso laboral. El 60% de los empleados dice que es más probable que permanezca con un empleador que ofrece un programa de apoyo financiero (PwC, 2023). Estas cifras son un punto de comparación útil para justificar la inversión ante dirección y finanzas.

- Adopción de la plataforma por parte de los colaboradores
- Uso de cada beneficio
- Percepción en encuestas de clima
- Menciones positivas de beneficios en entrevistas de salida o incorporación

Revisar estas métricas cada trimestre permite identificar oportunidades de mejora y demostrar el impacto de la estrategia de beneficios ante dirección y finanzas.

Resultado esperado

Una empresa que completa estas cuatro fases tiene una propuesta de valor como empleador más sólida, colaboradores que aprovechan mejor sus beneficios y una narrativa coherente para atraer talento joven que busca más que un sueldo.



Tu empresa ya tiene más de lo que crees: es momento de mostrarlo

El talento joven no es difícil de atraer. Es exigente con razón. Ha visto de cerca cómo el trabajo puede afectar el bienestar o potenciarlo, y elige con más información que cualquier generación anterior.

Las empresas que entienden esto tienen una ventaja real: no necesitan ser las que más pagan. Necesitan ser las que mejor comunican su propuesta de valor completa, incluyendo los beneficios financieros que hacen la diferencia en la vida cotidiana de sus colaboradores.

minu existe para ayudar a las empresas a construir esa propuesta: centralizar beneficios laborales en una sola plataforma digital, mejorar el bienestar financiero del colaborador y simplificar la gestión para RH.

Si ya ofreces vales de despensa y quieres transformar tu paquete de beneficios en un imán de talento, el primer paso es conocer lo que minu puede hacer por tu empresa.

Agenda una demo en

minu.mx

Descubre cómo más empresas en México están convirtiendo sus prestaciones en su mayor ventaja competitiva.





Bibliografía

- INEGI / CONDUSEF. Encuesta Nacional sobre Salud Financiera (ENSAFI) 2023. México.
- INEGI. Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024.
- ManpowerGroup / Junior Achievement Américas. Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos 2024. México.
- Randstad. Employer Brand Research 2025 (REBR). México.
- PwC. Financial Wellness Survey 2023. Estados Unidos (datos referenciados en contexto latinoamericano).
- Deloitte. Reporte de bienestar integral y rotación laboral 2024.
- Factorial. El estado de los Recursos Humanos 2023: El futuro de la gestión de personas en Latinoamérica.
- Lockton México. Bienestar financiero en los colaboradores. 2024.
- El Financiero. '2025, el año de la transformación en RH en México'. Enero 2025.





¡Contáctanos!

✉ hola@minu.mx

☎ 55 2898 4712

🌐 www.minu.mx

minu® es una marca registrada.
Todos los derechos reservados. 2025