

BETTERFLY REDOBLA SU APUESTA POR LOS BENEFICIOS EN PLENO CRECIMIENTO DEL SECTOR EN ESPAÑA

En plena expansión del mercado de la retribución flexible en España, Betterfly se consolida como uno de los actores con mayor proyección en el sector de los beneficios corporativos.

Con una inversión triplicada en el país durante el último año, la compañía ha duplicado el tamaño de su equipo local, abierto unas nuevas oficinas en Madrid y superado los 100.000 usuarios activos sólo en España.

UN AÑO CLAVE PARA LA FIRMA

El último año ha marcado un punto de inflexión para la compañía en España. Dos años después de la adquisición de la startup española Flexoh, especializada en retribución flexible, en los últimos doce meses la empresa ha culminado la integración operativa, tecnológica y comercial de ambas marcas. La fusión ha permitido combinar la experiencia y penetración comercial local de Flexoh con las capacidades tecnológicas de la startup chilena, que ya suma más de un millón de usuarios a nivel global.

El resultado es una propuesta alineada con las nuevas necesidades del mercado español, **marcado por un cambio de paradigma**: atraer talento ya no depende solo del salario, "y el bienestar se ha convertido en un factor estratégico ante retos como el absentismo récord, cambios legislativos en torno a la jornada laboral y la creciente exigencia de flexibilidad por parte de los empleados", afirma Antonio Sas, director general de Betterfly en España.

Con previsión de alcanzar los 500 clientes antes de que termine 2025 y duplicar su facturación este mismo año, la compañía representa a una nueva generación de soluciones de retribución flexible que buscan ayudar a las empresas no solo a fidelizar talento, sino también a **generar un retorno tangible en sus políticas de compensación** y beneficios.

BENEFICIOS CORPORATIVOS COMO EXPERIENCIA

En el último año, Betterfly ha reforzado su expansión en España con el lanzamiento de una nueva aplicación que convierte la gestión de beneficios en una experiencia personalizada para cada empleado. A través de ella, los usuarios pueden activar y **administrar su retribución flexible**, acceder a seguros de salud y bienestar, y participar en dinámicas gamificadas que premian hábitos saludables como caminar, meditar o aprender idiomas.

Esta aproximación busca **evitar la actual fragmentación del ecosistema de**

plataformas de beneficios para recursos humanos. Para ello, se apoya en una red de alianzas con partners como Savia (la plataforma de salud digital de MAPFRE), Headspace o TaxDown, entre otros, que se integran de forma nativa en el ecosistema. Para las empresas, esto se traduce en un entorno único donde medir el impacto, automatizar la gestión y comunicar sus políticas de forma efectiva. "La diferencia está en pasar del beneficio como producto al beneficio como experiencia", añade el directivo de Betterfly en España.

EL PAPEL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Uno de los grandes avances de la plataforma en 2025 ha sido la incorporación de Buddy AI, un asistente virtual diseñado para acompañar a los empleados en el uso de sus beneficios y su recorrido de bienestar. Su misión es doble: resolver dudas operativas —como activar una tarjeta restaurante o identificar un beneficio relacionado con el estrés— y guiar a cada usuario según su contexto personal y laboral. "Buddy está cuando se le necesita y desaparece cuando no. Libera tiempo para que los equipos humanos hagan lo que la IA no puede: escuchar, acompañar y construir relaciones de confianza", explica Sas.

Esta tecnología, basada en inteligencia artificial, **alivia la carga de los departamentos de recursos humanos** y mejora significativamente la experiencia de los

empleados, que encuentran respuestas inmediatas y relevantes.

CAMBIO DE PARADIGMA EN BENEFICIOS CORPORATIVOS

El mercado español de beneficios está viviendo una transformación profunda. Según el estudio Better Work 2024, elaborado por la propia compañía con la participación de más de 400 empresas, el 32% de los empleados considera que los beneficios que recibe no impactan en su vida diaria, y apenas un 9% los percibe como alineados con sus necesidades.

La conclusión es clara: los empleados ya no valoran solo el salario, sino el equilibrio personal, la salud mental y la autonomía para elegir. Este nuevo paradigma obliga a las empresas a repensar su propuesta de valor si quieren atraer y fidelizar talento. "Hoy, el bienestar no es accesorio. Es una expectativa esencial, y solo las propuestas personalizadas, flexibles y tecnológicas pueden responder a esa demanda", sostiene el director general de Betterfly.

DE GASTO A INVERSIÓN ESTRATÉGICA

La flexibilidad y la personalización no solo son demandas de los empleados, también se han convertido en herramientas clave para maximizar el retorno de inversión en las políticas de compensación. La retribución flexible **permite aumentar el salario neto sin elevar el coste salarial**, mientras que los beneficios bien gestionados contribuyen a reducir el absentismo y aumentar el compromiso. "Si los beneficios no se usan, no hay retorno. Y si no se adaptan a las prioridades de las personas, no generan vínculo. La personalización ya no es un extra: es el único camino para que estas políticas funcionen", argumenta Sas.

Desde Betterfly aseguran que, cuando se incentiva el uso de la plataforma, el **nivel de engagement de los empleados puede pasar del 20% al 55%**. La clave está en la experiencia digital, la usabilidad y el seguimiento continuo de resultados.

BIENESTAR PERSONAL, PREVENTIVO Y MEDIBLE

La visión de Betterfly para el futuro del bienestar corporativo en España es clara: será personal, preventivo y medible. No bastará con ofrecer beneficios estándar. Las empresas deberán demostrar su impacto real sobre la salud, la satisfacción y la productividad de sus equipos.

En este contexto, Betterfly aspira a ser mucho más que un proveedor de beneficios. Su objetivo es convertirse en el ecosistema de bienestar más completo del país, un socio estratégico que combine tecnología, datos y prevención para transformar la cultura empresarial desde dentro. "El bienestar ya no es una acción puntual. Es una estrategia transversal que incide directamente en la competitividad y sostenibilidad de las empresas", concluye Antonio Sas.



Antonio Sas, director general de Betterfly en España