

Publicación Revista Expansión

estrategias

MANAGEMENT

LIDERAZGO

EMPRENDEDORES

MERCADO FINANCIERO

RECURSOS HUMANOS



OPERACIÓN WELLNESS

MÁS QUE EJERCICIO, LOS EMPLEADOS NECESITAN PROGRAMAS DE SALUD INTEGRAL.

110

ENTREVISTA /
DECIDIR EN LA
INCERTIDUMBRE
P. 111

GESTIÓN /
EL SÍMBOLO LA CAZA
DE LOS EVASORES
P. 113

MARKETING /
EL ARTE DE HACER
PROBLUNTAS
P. 123

CAPACITACIÓN /
LA LITERATURA
COMO ESTRATEGIA
P. 121

EMPRENDEDORES /
BIG DATA PARA
PYMES
P. 125



ALEJANDRO MACIEL
1111-8811-1111-1111

www.expansion.com

Revista Expansión
Tel. 81772 500 Ext. 10000
Móvil. 552 4928413

Revista Expansión
Móvil para celular

45
AÑOS



RECURSOS HUMANOS

Inversión saludable

Las compañías descubren que el bienestar de sus empleados va más allá de la activación física. Para que los programas de *wellness* funcionen, deben basarse en las necesidades de sus colaboradores.

POR ALEJANDRO MACIEL

Los directivos de American Express querían motivar a sus trabajadores. Primero, los pusieron a tallar. En un segundo intento, a entrenar kick-boxing. Pero los empleados siempre terminaban cansados y sudados, y las instalaciones del corporativo no tenían vestidores ni regaderas para refrescarse.

“Nuestros colaboradores se sentían incómodos por estar sucios”, cuenta Rosa María Espinosa Cuéllar, directora de Compensación y Beneficios de American Express. “Tuvimos que cambiar esas actividades por otras que el equipo agradecería más”.

Después de la estrategia fallida, la empresa aprendió la lección: hay que escuchar a los trabajadores. “Ahora basamos nuestro programa de *wellness* en seis pilares, desde detección de enfermedades hasta la ergonomía de las instalaciones”, dice Espinosa Cuéllar, responsable del programa ‘Vivir sanamente’, que desde 2010 brinda beneficios a los casi 5,000 trabajadores que tiene la compañía en México.

Al igual que American Express, muchas empresas en México están aprendiendo a implementar programas efectivos de bienestar. Ahora comienzan a medir resultados, a identificar las actividades más efectivas y a enfocarse en los verdaderos problemas.

En 2013, las iniciativas de *wellness* redujeron entre 9 y 10% la rotación de personal en empresas de todo el mundo, de acuerdo con la Universidad de Cornell. Además, por cada 150 dólares invertidos ahorraron entre 300 y 400 dólares de posibles pérdidas por bajo rendimiento.

Recientemente, PepsiCo contrató a la consultora RAND para medir los resultados de su programa ‘Healthy Living’, en Estados Unidos. Gracias a las iniciativas, la refresquera ahorró 30 dólares mensuales por cada trabajador en pagos de servicios médicos. Es decir, por cada dólar invertido en el programa, ahorró 1.46 dólares. Además, redujo 29% las hospitalizaciones del personal.

Jimena García, gerente de Nutrición de PepsiCo México, lleva el

programa Vive Saludable ADN*. Gracias a la iniciativa, cerca de 340 personas con obesidad lograron bajar de peso.

“En México, hemos visto que el ausentismo y presentismo le cuesta a una empresa hasta 400% más de lo que invertiría en programas de salud”, agrega Amaia Ramírez, gerente de Consultoría en PwC.

Activó a sus empleados para bajar de peso. En conjunto, lograron reducir 211 kilos. “Conseguimos disminuir 8% los gastos médicos por hospitalizaciones y enfermedades laborales”, dice Isela García, directora de Recursos Humanos de la empresa y responsable del programa ‘Bienestar, siempre y viva’.

Deso para llegar a ese resultado, admite García, la empresa tuvo que aprender de aquello que, al principio, representaba más gastos que beneficios.

MÁS QUE EJERCICIO

Los especialistas coinciden en que la activación física ya no es suficiente. “El *wellness* va más allá de eso”, dice Gastón García, director



de Diseño Humano en Accenture México. "Hay actividades más funcionales que las clases de zumba, que a veces eran simplemente..."

Roberto Rodríguez Caballero, director de Operaciones de la consultora Wellness Laboral México, dice que el diseño de un programa de bienestar consiste en tres pasos: detección de riesgos, diseño de iniciativas e implementación y seguimiento de los resultados.

"Pero muchos no detectan cuáles son sus necesidades", opina el consultor. "Cada empresa es diferente, requiere identificar a su personal enfermo y enfocar el programa hacia ellos".

Las tres principales preocupaciones de los trabajadores son sus relaciones personales, el cuidado de sus hijos y su desarrollo profesional, de acuerdo con estadísticas de la consultora ICAS.

"Son problemas que no se solucionan con yoga o clases de baile", opina Gastón García, de Accenture México. "Hay iniciativas más efectivas cuando escuchas a los trabajadores. Pueden darte un viernes de media jornada, horarios flexibles o permitirles trabajar desde casa".

La tendencia global es realizar un análisis detallado de lo que tu empresa realmente necesita y enfocarse hacia allá las iniciativas, dice la doctora Rebeca Navarro, responsable del programa de wellness en Unilever.

La empresa creó tres centros de apoyo: el de Actividad Física, de apoyo Nutricional y de Fisioterapia



BALANCE PARA TODOS

Ayudar al bienestar de tu personal no es un asunto de dinero, sino de cultura laboral. Descubre qué puedes hacer de acuerdo con el tamaño de tu empresa.

DE 10 A 100 EMPLEADOS

LA INVERSIÓN REQUERIDA: NO EXISTE UN MÍNIMO.

Si estás en el rubro de micro, pyme o tu empresa apenas comienza a despegar, puedes pedirle a tus trabajadores que se hagan un chequeo básico en algún laboratorio clínico y privada. Una opción más eco-

nómica es que entres al programa Prevénos, en el Instituto Mexicano del Seguro Social, o a través de un seguro de salud que tengas en el instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, recomienda la

doctora Mónica Herra Alvarado, de la consultora Aon Hewitt. Este paso es importante para definir quiénes requieren atención médica.

"Hay iniciativas más efectivas cuando se escuchan a los empleados, como un horario flexible".

GASTÓN GARCÍA,
ACCENTURE
MÉXICO

DE 100 A 500 EMPLEADOS

LA INVERSIÓN REQUERIDA: 369 PESOS AL MES POR EMPLEADO.

Elabora un diagnóstico de las necesidades y riesgos en tu ambiente laboral. Puedes pedir ayuda a una consultora para que te ayu-

xie en la medición de riesgos, así como a diseñar un programa estético de wellness. Este proceso tarda de una a

seis semanas. Las empresas coinciden en que los resultados comienzan a verse en un año, aproximadamente.



Publicación Revista Expansión



DE 500 A 1,000 EMPLEADOS

LA INVERSIÓN REQUERIDA: 238 PESOS MENSUALES POR EMPLEADO.

Cuando tu empresa es grande, los riesgos de tener capta humano también lo son. Fomenta una buena alimentación entre tus empleados, vigila la ingesta calórica en el comedor (si existe) e imparte talleres sobre la importancia de un nivel de vida balanceado. También puedes crear convenios con spas, gimnasios y clínicas para que los trabajadores se hagan check-ups.

MÁS DE 1,000 EMPLEADOS

LA INVERSIÓN REQUERIDA: 885 PESOS MENSUALES POR EMPLEADO.

Los grandes corporativos necesitan programas más sólidos. Consulta a expertos en salud para detectar al personal en riesgo por estrés, obesidad, diabetes o hipertensión. Evitar la rotación de tu plantilla, debes dar capacitación permanente sobre estilo de vida saludable. Si está en sus posibilidades, puedes instalar aparatos de ejercicio en el corporativo y regaderas. Esto generará una relación de lealtad con ellos, asegura Salvador de Antuñano, director de Recursos Humanos de la consultora Adecco.

FUENTES: Wellness Laboral México, Adecco y JohnHewitt.

plá, que dieron resultados un año después de iniciar operaciones.

Hoy, alrededor de 32% de las empresas con presencia en México tiene este tipo de iniciativas, de acuerdo con la encuesta anual de la consultora Ann Hewitt.

"En 2002, sólo 29% de las compañías tenía un presupuesto asignado para dichos fines", dice Mónica Ham Alvarado, responsable del área de salud de la consultora.

Según la encuesta, en los últimos años las grandes empresas han invertido un promedio de 500,000 pesos anuales en estos programas.

En 2008, Ángeles de Gyves fundó el Workplace Wellness

Council de México junto a Alan Mason y otras dos personas. A cinco años de su creación, el organismo es uno de los principales promotores de prácticas saludables en compañías como Pfizer, 3M y Johnson & Johnson.

"En 2008 iniciamos con 16 empresas. Cada año fuimos sumando a 40 más. A principios de 2014 llegamos a 147", cuenta Mason.

Una de las compañías afiliadas al consejo es Ux. La transaccional tiene el programa 'Health Imagination', que promueve entre sus empleados el autocuidado de la salud en materia de nutrición, prevención de adicciones y actividad física.

"Hemos reducido 23% los niveles de absentismo", dice el doctor Miguel Ramírez, responsable del proyecto de GE.

Un estudio de la consultora Wellness Laboral México detectó que, a raíz de que ocho compañías implementaron programas de salud y bienestar, los trabajadores redujeron su índice de masa corporal de 27.8 a 25.7%.

"Las iniciativas de bienestar son un ganar-ganar", dice Roberto Ramírez, consultor de Wellness Laboral México. "Cuando una organización se preocupa por sus trabajadores genera mayor lealtad del equipo hacia la empresa".

CAMINO POR DECORRER

Aunque las compañías en México ya revisan y mejoran sus programas, el porcentaje todavía es bajo, comparado con el de otros países. "En Estados Unidos, alrededor de 70% de las compañías tiene este tipo de iniciativas", dice Abner Mason, del Wellness Council.

Ángeles Ramírez, de la consultora 7wC, señala que la mayoría de las empresas con estos programas en México son multinacionales.

Ángeles de Gyves ve una ventaja que los corporativos están mejor tomados la delantera. "Llevar años implementándolos. Lo traen en sus genes", afirma.

Ramírez Caballero dice que las empresas mexicanas todavía no ven el *wellness* como inversión, sino como gasto. "Aún no tenemos una cultura preventiva, somos más bien correctivos", dice.

"Elegradamente, muchas corporaciones siguen enfocadas sólo en las ganancias y no les importa la salud de sus trabajadores", señala Gastón García, de Accenture. "Las empresas en México todavía no ven a sus colaboradores como el eslabón responsable del éxito de la compañía".

