

OBSERVATORIO SECTORIAL EXPANSIÓN-SANITAS

El reto de las grandes compañías: mejorar la salud de sus empleados

HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE/ Los talleres informativos, los programas de prevención y los eventos deportivos se ponen de moda entre las grandes empresas. ¿El objetivo? mejorar el bienestar de los trabajadores.

Paula Gazpio, Madrid

El concepto de empresa saludable ha llegado para quedarse. Cada vez son más las compañías que buscan promover hábitos de vida saludable entre sus empleados, un reto donde el entorno juega un papel fundamental. “El estilo de vida, el entorno en el que vivimos y la manera en la que las ciudades se diseñan, todo ello tiene una implicación directísima en la calidad de vida”, declaró Yolanda Erburu, directora ejecutiva de Comunicación y RSC de Sanitas, durante la celebración del Observatorio ‘Healthy cities: el futuro de las ciudades saludables’, organizado por EXPANSIÓN-Sanitas.

El objetivo es concienciar al trabajador y también a su familia, mejorar el bienestar físico y psicológico, y crear un entorno laboral saludable que además repercuta positivamente en el funcionamiento de la empresa.

Iniciativas y programas

Durante el Observatorio se reiteró la importancia de que las iniciativas en materia de salud sean siempre voluntarias para el empleado. La hoja de ruta para lograr los objetivos pasa también por hacer al trabajador más participe a la hora de elegir las actividades, flexibilizar los programas y adecuarlos a las necesidades y a los horarios de cada empleado y de su situación familiar. “Desde Sanitas promovemos programas de salud para empleados de una manera estructurada y los hemos adaptado a las necesidades de cada colectivo”, explicó Erburu.

Por su parte, Encarnación Tato, directora de Prevención de Riesgos Laborales y Servicios Médicos de Accenture, destacó el papel fundamental que juega la comunicación a la hora de hacer llegar las iniciativas a los empleados, y subrayó además que “para que un programa tenga difusión tiene que contar con la ayuda del presidente y del comité ejecutivo”. Desde Altrán, Alicia Sánchez Ruíz, habló de la importancia de incorporar programas más allá de la prevención y



De izquierda a derecha: Rafael Moyano, director de Comunicación de Unidad Editorial; José M^a Bellón, Director de Comunicación del Comité Olímpico Español; Jaime Sánchez-Cano, director de Salud y Seguridad Laboral de Endesa; Ana Valdivielso, directora de RRHH de GSK; José Carrón, responsable de Bienestar de Liberty Seguros; Fernando Ruíz Gutiérrez, director médico de Thales; Alicia Sánchez, directora de Recursos Humanos y Comunicación de Altrán; Encarnación Tato, directora de Riesgos Laborales de Accenture; Yolanda Erburu, directora ejecutiva de Comunicación y RSC de Sanitas y Leandro Plaza, presidente de la Fundación Española del Corazón.

de ofrecer siempre facilidades a los empleados. En Altran cuentan una vez al mes con “el día de la fruta” –iniciativa que nació de los empleados–, con talleres de nutrición, eventos deportivos y con descuentos para que los empleados puedan utilizar instalaciones deportivas cercanas a la oficina. La última iniciativa de la consultora busca involucrar también a sus clientes.

“Nuestro propósito es que

Algunas empresas quieren implicar a los empleados y los clientes en hábitos saludables

el empleado sea feliz en nuestras instalaciones”, destacó José Carrón, responsable de Bienestar en Liberty Seguros. En la aseguradora han puesto en marcha varios programas como “No solo

Word”, donde utilizan las instalaciones de la empresa y las necesidades del empleado para dar una forma personalizada, todo ello bajo tres pilares: salud, bienestar y cultura. Además, cuentan con gimnasios, salas de relax, circuitos saludables dentro de las oficinas y hasta realizan partidas de Wii, todo para lograr su reto: sedentarismo cero.

Leandro Plaza, presidente de la Fundación Española del

Corazón, habló de la necesidad precisa de la fundación: “prevenir a toda la población en general”. “Los estudios que hemos hecho en los últimos 15 años nos muestran que, con la prevención, logramos disminuir del 70% al 80% la mortalidad”. Además, desde la Fundación han creado el programa “Empresas Cardiosaludables”, una iniciativa que pretende llegar también a los más pequeños para inculcar hábitos de pre-



YOLANDA ERBURU
Dir. ejecutiva de Comunicación y RSC de Sanitas

“ Hay que cuantificar las mejoras no solo en materia de salud, sino también en valor para la empresa”



ALICIA SÁNCHEZ
Directora de RRHH y Comunicación de Altrán

“ Que la empresa sea saludable es un indicador claro de la rentabilidad de tu compañía y del valor que vas a dar”



JOSE M^a BELLÓN
Dir. de Comunicación del Comité Olímpico Español

“ Queremos animar a las grandes empresas y a diferentes organizaciones a que continúen con las iniciativas”



JAIME SÁNCHEZ-CANO
Dir. de Salud y Seguridad Laboral de Endesa

“ Toda inversión que se realice en hábitos saludables tiene un importante retorno para la empresa”

TENDENCIAS

El mundo empresarial pone el **foco en concienciar a los empleados** de las bondades de una forma de vida saludable. Es importante que el equipo directivo se implique en extender esta cultura.

vencción. Concienciar a la población infantil también se encuentra en la hoja de ruta del Comité Olímpico Español (COE). “Es muy importante que los niños se conciencien de la importancia de hacer deporte todos los días como hábito saludable”, explicó José M^a Bellón, director de Comunicación del COE, que subrayó también la necesidad de que “se extrapolen los valores del deporte olímpico a la sociedad”.

Valor para la empresa

“Toda inversión en hábitos saludables tiene un importante retorno para la empresa”, declaró Jaime Sánchez-Cano, director de Salud y Seguridad Laboral de Endesa, que destacó además que “todavía hay que dar ese paso para que sea algo habitual y no extraordinario”. Auto-crítica también hizo Ana Valdivielso, directora de Recursos Humanos de GSK, que subrayó que “el reto pasa porque el proyecto no sea solo de un departamento determinado, sino de toda la compañía.”. Valdivielso explicó que en GSK se ha evolucionado de la prevención al bienestar del empleado, y han conseguido que “el empleado entienda nuestra propuesta de valor”, que se centra en el ejercicio físico, en la nutrición y en la psicología.

“Tenemos que crear conciencia que repercuta en las nuevas generaciones para crear hábitos de saludables”, argumentó Fernando Ruíz Gutiérrez, director médico del área de Salud y Bienestar de Thales. Pero además, para lograr el éxito no hay que olvidar el entorno: “la implicación de las empresas en la comunidad donde le toca vivir es vital”, subrayó Ruíz. Por su parte, Rafael Moyano, director de Comunicación de Unidad Editorial, habló del proceso de cambio que está experimentando la sociedad española en materia de concienciación sobre hábitos saludables. “Las empresas estamos dando soporte, estamos por delante y hay que seguir estándolo”.