



Asociación Centro
de Dirección de RRHH
Miembro de  edipe

DOSSIER DE PRENSA

Jornada Empresa Saludable con MEDYCSA

Madrid, Junio 2015

GM Julio/Agosto 2015

Responsabilidad Social Corporativa | 19

En profundidad

MUNDO LABORAL

Ser una empresa saludable se convierte cada vez más en un reto para las propias compañías

Aunque la cultura de la salud ha llegado con fuerza al mundo empresarial, muchos no tienen todavía las claves para ser capaces de afrontar este reto, y las actividades que se llevan a cabo en este sentido se realizan de forma descoordinada

Almudena Fernández, RSC

La cultura de la salud llega con fuerza tanto al mundo empresarial como al académico, sin embargo, la mayoría de compañías no están todavía preparadas para afrontar este reto. Así se puso de manifiesto durante la jornada 'Empresa saludable orientada a resultados', organizada por la Asociación Centro de Dirección de Recursos Humanos y Medycsa.

Carmen Gallardo, decana de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, apuntó a que "no todo es salud aunque se hable como si todo lo fuera".

Francisco José Perales, director de Servicios Médicos de Medycsa, por su parte, aseguró que el concepto de salud "está de moda", pero la valoración que suele hacerse es de la pérdida de salud, no de la ganancia de la misma. Sin embargo, de las empresas que componen el IBEX 35, el 90 por ciento no tienen este concepto, ni la promoción del mismo, en su misión, visión o valores.

Y, aunque cada vez más, las compañías invierten en ello, contratan a médicos, ofrecen formación sobre estilos de vida saludables u organizan talleres —de yoga o reiki, por ejemplo—, entre otras cosas, no suele hacerse de manera coordinada y global, sino que cada departamento "va por su lado", pero, por lo general, no hay "apoyo real" desde los equipos directivos, por lo que no existen datos generales.

En este sentido, se preguntó hacia dónde debería enfocarse la empresa en este ámbito y agregó que la salud dentro de la compañía va más allá de los *personal trainers* y las actividades que organizan, de los recursos humanos llevando a cabo iniciativas que ayuden a conciliar la vida laboral con la familiar, de lo que hacen los médicos que trabajan en las compañías y de la responsabilidad social corporativa, pero, para que sea posible, deben estar alineados todos estos factores. Y es que, sin trabajadores sanos, no hay empresas saludables, y el concepto de salud en este caso debe ser integral, a través de un plan personalizado para cada empresa en particular.

Asimismo, deberá tenerse en cuenta cómo han ido cambiando los conceptos pues, mientras que antes se trataba con trabajadores, ahora se hace con personas, y lo mismo ocurre con los tratamientos ante determinadas patologías, pues ahora no se abordan las enfermedades, sino a las personas en su conjunto. Y es que cada vez se habla más de algunos términos que tienen que ver con que una empresa sea saludable, como el hecho de mantener el talento o realizar una buena gestión de las emociones.

Además, Perales señaló que hay empresas que, al contratar a sus empleados, tienen además en cuenta su 'tasa de optimismo'.

Resultados

Valorar resultados es también fundamental, pues sin hacerlo no es posible saber en lo que se está trabajando bien y lo que no, además, es esencial contar con el



David Gutiérrezz (Asociación Centro de Dirección de RR.HH.), Carmen Gallardo (URJC) y Juan Dancausa (Medycsa).

apoyo del comité directivo para tener éxito, pues deberá llevar el liderazgo de este tipo de iniciativas.

En esta línea, los planes que se lleven a cabo con el objetivo de que la empresa sea saludable —continúa el director de Servicios Médicos de Medycsa—, deberán establecerse a tres o cinco años al menos y tendrán que buscar beneficiar tanto a los trabajadores como a la propia compañía.

En definitiva, abogó por conseguir el objetivo del comité de empresa con la salud de la compañía, realizar un seguimiento a través del cual se midan los resultados y, si alguna de las iniciativas que se están llevando a cabo resulta ser equivocada, simplemente se modifica o rectifica, pero "tiene que ser un cambio y un avance continuo".

Ángel Alloza, director y secretario general de Corporate Excellence, por su parte, incidió en que, actualmente, el 80 por ciento del valor de una empresa está en los intangibles asociados a la misma —marca y reputación— pero, por el contrario, solo el 20 por ciento de las compañías reconocen estar preparadas para gestionar el mundo intangible, dentro del que se encuentra la salud de la empresa.

"Definir tu propósito significa crear un sistema de creencias compartidas y ecosistemas saludables que generan compromiso emocional, primero en tus propios empleados", aseguró Ayoza. En esta línea, apuntó a que las marcas corporativas se crean "desde dentro

hacia fuera", por lo que el hecho de que los empleados estén satisfechos es esencial para el buen funcionamiento futuro.

Y es que si se consigue alcanzar un sistema de creencias conjunto con el que se sientan identificados tanto los directivos como los propios empleados, los trabajadores hablarán sobre el mismo con otras personas, no por sentirse obligados a ello, sino porque quieren, fomentando la reputación de la empresa porque "crecer en reputación implica crecer también en millones de euros", apostilló el director y secretario general de Corporate Excellence.

Por otro lado, José María Martínez, profesor de la Universidad Internacional de Cataluña, insistió en la necesidad de empezar a distinguir entre la protección y la promoción de la salud, ya que generalmente se hace lo primero, pero es importante "dar un paso más" y pasar a promocionarla.

Subrayó que "la salud es un constructo", formado por la parte física, la psíquica y la social, y "un trabajo saludable, siempre reporta salud", algo especialmente importante si se tiene en cuenta que la mayor parte de la población pasa más de cuarenta o cincuenta años de su vida trabajando. Por ello, Martínez consideró también a la empresa como el ambiente ideal para promocionar la salud. En esta línea, abogó por empezar a distinguir entre las empresas que son saludables y las que no lo son.

En profundidad

MUNDO LABORAL

Ser una empresa saludable se convierte cada vez más en un reto para las propias compañías

Aunque la cultura de la salud ha llegado con fuerza al mundo empresarial, muchos no tienen todavía las claves para ser capaces de afrontar este reto, y las actividades que se llevan a cabo en este sentido se realizan de forma descoordinada

Almudena Fernández, RSC

La cultura de la salud llega con fuerza tanto al mundo empresarial como al académico, sin embargo, la mayoría de compañías no están todavía preparadas para afrontar este reto. Así se puso de manifiesto durante la jornada 'Empresa saludable orientada a resultados', organizada por la Asociación Centro de Dirección de Recursos Humanos y Medycsa.

Carmen Gallardo, decana de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, apuntó a que "no todo es salud aunque se hable como si todo lo fuera".

Francisco José Perales, director de Servicios Médicos de Medycsa, por su parte, aseguró que el concepto de salud "está de moda", pero la valoración que suele hacerse es de la pérdida de salud, no de la ganancia de la misma. Sin embargo, de las empresas que componen el IBEX 35, el 90 por ciento no tienen este concepto, ni la promoción del mismo, en su misión, visión o valores.

Y, aunque cada vez más, las compañías invierten en ello, contratan a médicos, ofrecen formación sobre estilos de vida saludables u organizan talleres —de yoga o reiki, por ejemplo—, entre otras cosas, no suele hacerse de manera coordinada y global, sino que cada departamento "va por su lado", pero, por lo general, no hay "apoyo real" desde los equipos directivos, por lo que no existen datos generales.

En este sentido, se preguntó hacia dónde debería enfocarse la empresa en este ámbito y agregó que la salud dentro de la compañía va más allá de los *personal trainers* y las actividades que organizan, de los recursos humanos llevando a cabo iniciativas que ayuden a conciliar la vida laboral con la familiar, de lo que hacen los médicos que trabajan en las compañías y de la responsabilidad social corporativa, pero, para que sea posible, deben estar alineados todos estos factores. Y es que, sin trabajadores sanos, no hay empresas saludables, y el concepto de salud en este caso debe ser integral, a través de un plan personalizado para cada empresa en particular.

Asimismo, deberá tenerse en cuenta cómo han ido cambiando los conceptos pues, mientras que antes se trataba con trabajadores, ahora se hace con personas, y lo mismo ocurre con los tratamientos ante determinadas patologías, pues ahora no se abordan las enfermedades, sino a las personas en su conjunto. Y es que cada vez se habla más de algunos términos que tienen que ver con que una empresa sea saludable, como el hecho de mantener el talento o realizar una buena gestión de las emociones.

Además, Perales señaló que hay empresas que, al contratar a sus empleados, tienen además en cuenta su 'tasa de optimismo'.

Resultados

Valorar resultados es también fundamental, pues sin hacerlo no es posible saber en lo que se está trabajando bien y lo que no, además, es esencial contar con el



David Gutiérrez (Asociación Centro de Dirección de RR.HH.), Carmen Gallardo (URJC) y Juan Dancausa (Medycsa).

apoyo del comité directivo para tener éxito, pues deberá llevar el liderazgo de este tipo de iniciativas.

En esta línea, los planes que se lleven a cabo con el objetivo de que la empresa sea saludable —continúa el director de Servicios Médicos de Medycsa—, deberán establecerse a tres o cinco años al menos y tendrán que buscar beneficiar tanto a los trabajadores como a la propia compañía.

En definitiva, abogó por conseguir el objetivo del comité de empresa con la salud de la compañía, realizar un seguimiento a través del cual se midan los resultados y, si alguna de las iniciativas que se están llevando a cabo resulta ser equivocada, simplemente se modifica o rectifica, pero "tiene que ser un cambio y un avance continuo".

Ángel Alloza, director y secretario general de Corporate Excellence, por su parte, incidió en que, actualmente, el 80 por ciento del valor de una empresa está en los intangibles asociados a la misma —marca y reputación— pero, por el contrario, solo el 20 por ciento de las compañías reconocen estar preparadas para gestionar el mundo intangible, dentro del que se encuentra la salud de la empresa.

"Definir tu propósito significa crear un sistema de creencias compartidas y ecosistemas saludables que generan compromiso emocional, primero en tus propios empleados", aseguró Ayoza. En esta línea, apuntó a que las marcas corporativas se crean "desde dentro

hacia fuera", por lo que el hecho de que los empleados estén satisfechos es esencial para el buen funcionamiento futuro.

Y es que si se consigue alcanzar un sistema de creencias conjunto con el que se sientan identificados tanto los directivos como los propios empleados, los trabajadores hablarán sobre el mismo con otras personas, no por sentirse obligados a ello, sino porque quieren, fomentando la reputación de la empresa porque "crecer en reputación implica crecer también en millones de euros", apostilló el director y secretario general de Corporate Excellence.

Por otro lado, José María Martínez, profesor de la Universidad Internacional de Cataluña, insistió en la necesidad de empezar a distinguir entre la protección y la promoción de la salud, ya que generalmente se hace lo primero, pero es importante "dar un paso más" y pasar a promocionarla.

Subrayó que "la salud es un constructo", formado por la parte física, la psíquica y la social, y "un trabajo saludable, siempre reporta salud", algo especialmente importante si se tiene en cuenta que la mayor parte de la población pasa más de cuarenta o cincuenta años de su vida trabajando. Por ello, Martínez consideró también a la empresa como el ambiente ideal para promocionar la salud. En esta línea, abogó por empezar a distinguir entre las empresas que son saludables y las que no lo son.

**COLESTEROL
ALTO**

BAJA TU COLESTEROL YA

Descubre sencillos trucos para reducir tu colesterol de una vez

Aquí

economía
de hoy.com

none

Inicione / Empresasnone / El 90% de las empresas no tienen "salud" en su misión, visión o valores

Jornada "Empresa saludable orientada a resultados", organizada por la Asociación Centro de Dirección de Recursos Humanos y Medycsa

El 90% de las empresas no tienen "salud" en su misión, visión o valores

Directores de Recursos Humanos y de Prevención de Riesgos Laborales se han dado cita esta mañana en la jornada "Empresa saludable orientada a resultados" para compartir experiencias sobre la cultura de la salud en la empresa tanto del mundo empresarial como del académico.

21 junio 2015 Publicado : 19:12 (21/06/2015) | Actualizado: 08:55 (22/06/2015)



David Gutiérrez, Carmen Gallardo y Juan Dancausa.

none none none none none none

Junio,2015.- La jornada, organizada por Asociación Centro de Dirección de RRHH y Medycsa, ha abordado el tema desde un enfoque diferente, que impacta positivamente en las empresas y mejora aspectos como la productividad, el compromiso y la satisfacción de las personas.

Según Francisco José Perales, Director de Servicios Médicos de Medycsa, el 90% de las empresas no tienen “salud” en su misión, visión o valores, y “aún así todo el mundo habla de salud, wellness, bienestar, motivación...”. Defiende la necesidad de abordar el tema de la salud en una empresa desde un enfoque diferente; desde una visión global, porque “las acciones aisladas son cortoplacistas”, y con un plan personalizado. Destaca igualmente la importancia de medir las acciones que se emprendan y de demostrar el beneficio de los planes de salud sobre las personas y el negocio. “La cultura de la salud de la empresa tampoco puede tener éxito sin el apoyo del comité de dirección y si no se integra en la estrategia de la compañía”.

Ángel Alloza, Director y Secretario General de Corporate Excellence, ha señalado que hoy el 80% del valor de una empresa está en los intangibles (marca y reputación), pero “sólo el 20% de las empresas reconocen estar preparadas para gestionar el mundo intangible”.

La diferenciación basada en el valor tangible de los productos y servicios se ha agotado. Hoy la marca corporativa sustenta la diferenciación, ha explicado, y las reglas para diferenciarse en marca corporativa son diferentes a las de la diferenciación por producto. “No puedes hablar en términos funcionales; tienes que contar para qué estoy aquí, cómo hago las cosas y finalmente qué es lo que comercializo”.

“Definir tu propósito significa crear un sistema de creencias compartidas y ecosistemas saludables que generan compromiso emocional, primero en tus propios empleados. “Las marcas corporativas se crean desde dentro hacia fuera”.

En opinión de José María Martínez, Profesor de la Universitat Internacional de Catalunya, las empresas tienen que cambiar el paradigma y pasar de la prevención a la promoción de la salud. “Se traduce en beneficios sociales, humanos y económicos”.

Julio Alegría, Director Comercial y de Marketing de Medycsa, ha presentado el modelo de empresa saludable “Profitcare”, “totalmente orientado hacia la optimización y medición del impacto económico de todas nuestras actuaciones”. “No sólo nos detenemos en la búsqueda del bienestar de las personas, sino que también abordamos el de la marca y el económico de la empresa”.

En España, según Medycsa, las compañías hasta la fecha, sólo han desarrollado buenas prácticas e iniciativas aisladas, sin crear sinergias que aúnen todos los esfuerzos de la empresa hacia un objetivo común. “Por lo tanto, existe una gran oportunidad para aquellas organizaciones que integren estratégicamente este concepto en su modelo de negocio”.

La jornada ha finalizado con la visión práctica de las empresas Vodafone, -con Félix Sanz, Manager Health, Safety & Wellbeingen-, FCC -Juan Carlos Sáez de Rus, Director Corporativo de seguridad, salud y bienestar laboral en FCC Servicios Ciudadanos- y Grupo Mutua Madrileña, con Mario Cabezos Cañavate, Gerente de Prevención y Medio Ambiente.

Moderada por David Gutiérrez, vocal de la Asociación Centro de Dirección de RRHH, la jornada ha tenido lugar en la Universidad Rey Juan Carlos. La Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud, Carmen Gallardo Pino, ha subrayado también la importancia de la promoción de la salud, un aspecto en el que “España va

avanzando”.

Juan Dancausa, Subdirector General de Medycsa, ha clausurado la jornada, que en su opinión, “nos ha aportado un enfoque singular e innovador”; “hemos visto que, en definitiva, se trata de trascender de la empresa a la persona”.

nonononononononone



EDITORIAL

Gema Sancho
Coaching Outdoor

RRHH Digital

EL PRIMER PERIÓDICO ONLINE DE RECURSOS HUMANOS

22.06.2015 - 11:01

HEMEROTECA

BRANCHVILLE
{"message": "Er
Not
found
city" "cod": "40%

VOLVER

El 90% de las empresas no tienen “salud” en su misión, visión o val

POR RRHH Digital, ⌚ 11:00 | 19 de Junio del 2015





Directores de Recursos Humanos y de Prevención de Riesgos Laborales se han dado cita en la jornada “Empres resultados” para compartir experiencias sobre la cultura de la salud en la empresa tanto del mundo empresaria

La jornada, organizada por Medycsa, ha abordado el tema desde un enfoque diferente, que impacta positivamente mejora aspectos como la productividad, el compromiso y la satisfacción de las personas.

Según Francisco José Perales, Director de Servicios Médicos de Medycsa, el 90% de las empresas no tienen “o valores, y “aún así todo el mundo habla de salud, wellness, bienestar, motivación...”. Defiende la necesidad de salud en una empresa desde un enfoque diferente; desde una visión global, porque “las acciones aisladas son c plan personalizado. Destaca igualmente la importancia de medir las acciones que se emprendan y de muestra planes de salud sobre las personas y el negocio. “La cultura de la salud de la empresa tampoco puede tener éxito de dirección y si no se integra en la estrategia de la compañía”.

Ángel Alloza, Director y Secretario General de Corporate Excellence, ha señalado que hoy el 80% del valor de

intangibles (marca y reputación), pero “sólo el 20% de las empresas reconocen estar preparadas para gestionar

La diferenciación basada en el valor tangible de los productos y servicios se ha agotado. Hoy la marca corporativa diferenciación, ha explicado, y las reglas para diferenciarse en marca corporativa son diferentes a las de la diferenciación. “No puedes hablar en términos funcionales; tienes que contar para qué estoy aquí, cómo hago las cosas y finalmente cómo comercializo”.

“Definir tu propósito significa crear un sistema de creencias compartidas y ecosistemas saludables que generan primero en tus propios empleados. “Las marcas corporativas se crean desde dentro hacia fuera”.

En opinión de **José María Martínez, Profesor de la Universitat Internacional de Catalunya**, las empresas deben cambiar su paradigma y pasar de la prevención a la promoción de la salud. “Se traduce en beneficios sociales, humanos y económicos”.

Julio Alegría, Director Comercial y de Marketing de Medycsa, ha presentado el modelo de empresa saludable orientado hacia la optimización y medición del impacto económico de todas nuestras actuaciones”. “No sólo nos centramos en la búsqueda del bienestar de las personas, sino que también abordamos el de la marca y el económico de la empresa”.

En España, según Medycsa, las compañías hasta la fecha, sólo han desarrollado buenas prácticas e iniciativas aisladas que aúnen todos los esfuerzos de la empresa hacia un objetivo común. “Por lo tanto, existe una gran oportunidad para las organizaciones que integren estratégicamente este concepto en su modelo de negocio”.

La jornada ha finalizado con la visión práctica de las empresas **Vodafone**, -con Félix Sanz, Manager Health, Sa

Juan Carlos Sáez de Rus, Director Corporativo de seguridad, salud y bienestar laboral en FCC Servicios Ciudadar **Madrileña**, con Mario Cabezos Cañavate, Gerente de Prevención y Medio Ambiente.

La jornada ha tenido lugar en la Universidad Rey Juan Carlos. La Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud, subrayado también la importancia de la promoción de la salud, un aspecto en el que “España va avanzando”.

Juan Dancausa, Subdirector General de Medycsa, ha clausurado la jornada, que en su opinión, “nos ha aportad innovador”; “hemos visto que, en definitiva, se trata de trascender de la empresa a la persona”.

*Si te ha resultado interesante este artículo, te animamos a seguirnos en **Twitter**.

RRHHDigital



[Twitter](#)



[Facebook](#)



[Menéame](#)



Enviar a un amigo

Imprimir

(0) COMENTARIOS

Uso de cookies

Este sitio web utiliza cookies para que usted tenga la mejor experiencia de usuario. Si continúa navegando está dando su consentimiento para la aceptación de las mencionadas cookies y la aceptación de nuestra [política de privacidad](#).

ACEPTAR



Observatorio de Recursos Humanos

NAVIGATE



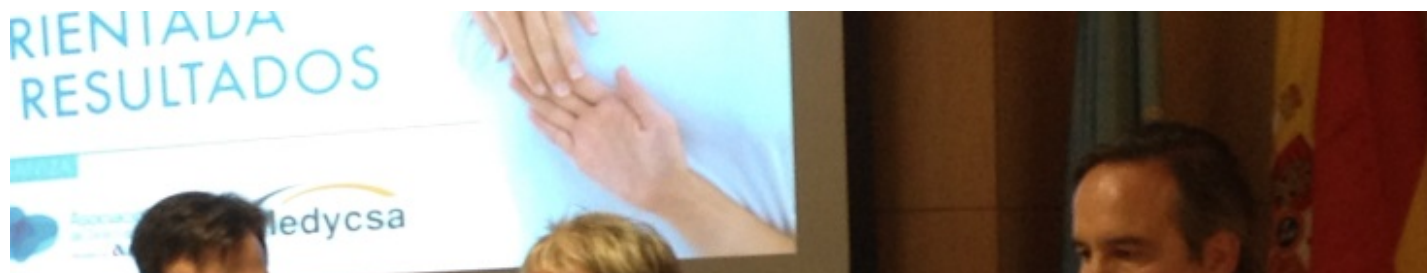
HOME > ORH

Un plan de empresa saludable ha de desarrollarse a 3 o 5 años para tener resultados

0

By Maite Sáenz on 19 junio, 2015

ORH SALUD LABORAL





“El 90% de las empresas del IBEX no tienen incluido el concepto “salud” en su misión, visión o valores”. Así lo ha revelado Francisco José Perales, Director de Servicios Médicos de **Medycsa**, durante la celebración de la “2ª Jornada de Empresa Saludable orientada a resultados”, organizada por Aedipe-Centro con la colaboración de la citada compañía de salud. Carmen Gallardo Pino, Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Rey Juan Carlos, inició la ronda de intervenciones en las que, entre otros, han participado Ángel Alloza (Corporate Excellence), Félix Sanz (Vodafone), Juan Carlos Sáez (FCC) y Mario Cabezos (Mutua Madrileña).

Ante las más de 50 personas que llenaron el salón de actos de la Universidad Rey Juan Carlos, Perales ha profundizado en el concepto de “empresa saludable”, para el que ha reconocido que todavía no hay un sello o certificación oficial pero sí reconocimientos de buenas prácticas como el de Aenor. En su opinión, la empresa saludable es un todo integral que contribuye a aunar las visiones de lo que significa ser saludable para los distintos miembros del comité de dirección: rentabilidad, cuota de mercado, clientes satisfechos... y también empleados comprometidos y más productivos. “Sin trabajadores sanos no hay empresa saludable”, ha afirmado y ello entendido tanto física, como mental y socialmente hablando.

También ha compartido los pasos a dar a la hora de establecer un plan estratégico de empresa saludable:

- 1.- Analizar datos: la empresa saludable ha de disponer de un auténtico CRM que permita conocer toda la información relativa a las campañas emprendidas internamente y sus resultados (índices de accidentabilidad, absentismo, actividad de las entidades colaboradoras...), y también a las tendencias externas (estrategia europea, planes nacionales...).
- 2.- Conocer la inversión global de la compañía en todo lo relacionado con su estrategia saludable, incluida la formación, la comunicación, etc.
- 3.- Realizar benchmark entre empresas con comparaciones equilibradas.
- 4.- Lograr el compromiso del comité de dirección diseñando planes con acciones y objetivos, mediciones, seguimientos... con el objetivo de que la empresa saludable sea un proyecto de mejora continua.

Y todo ello, además, con dos ideas iniciales muy claras:

- Sin personalización no hay plan que funcione.
- Los planes han de desarrollarse a 3 o 5 años vista como mínimo y han de tener marcados objetivos tanto para las personas y como para la compañía.



TAGS: [empresa saludable](#) [Francisco José Perales](#) [Medycsa](#)

Related Stories



Descarga: Nuevo número gratuita de Prevencionar Magazine



Descarga gratuita: Nuevo número de Focus ORH+ 29/junio



Psyta pone en marcha el programa ¡Cuido Mi Salud!

Leave A Reply

Uso de cookies

Este sitio web utiliza cookies para que usted tenga la mejor experiencia de usuario. Si continúa navegando está dando su consentimiento para la aceptación de las mencionadas cookies y la aceptación de nuestra [política de privacidad](#).

ACEPTAR



Observatorio de Recursos Humanos

NAVIGATE



HOME > AGENDA

2ª Jornada “Empresa saludable orientada a resultados”: 18 junio en Madrid

0

By Nacho Torres on 10 junio, 2015

AGENDA

SALUD LABORAL

Tras la gran acogida que tuvo la **1ª Jornada de “Empresa saludable orientada a resultados”**, celebrada el pasado 30 de abril en Barcelona, el próximo jueves 18 de junio se realizará una segunda edición en Madrid. Organizada por **Medycsa**, tendrá lugar en el **Salón de Actos de la URJC (Sede Manuel Becerra)**, ubicado en la Plaza Manuel Becerra, 14, de la capital española.

Para inscribirte, gratuitamente, haz click en este [enlace](#).

Jornada “Empresa saludable orientada a resultados”



09:00 - 09:10 h. **Introducción**

Profa. Dra. Carmen Gallardo Pino - Decana Facultad ciencias de la salud. Universidad Rey Juan Carlos

09:10 - 09:30 h. **Empresa Saludable: de la prevención a la promoción de la salud**

Ponente: José María Martínez - Profesor de la Universitat Internacional de Catalunya. Responsable de la Universidad Saludable.

09:30 - 09:50 h. **Gestión de los intangibles clave en una empresa saludable: Marca y Reputación**

Ponente: Ángel Alloza - Director y Secretario General de Corporate Excellence. Laboratorio de ideas para impulsar la gestión de los intangibles en las compañías.

09:50 - 10:20 h. **Salud orientada a resultados**

Ponentes: Julio Alegría - Director comercial y de Marketing de Medycsa.
Francisco José Perales - Director de Servicios Médicos de Medycsa.
Compañía de “Salud Integral” enfocada en los trabajadores y su seguridad.

10:20 - 10:30 h. **Turno de preguntas**

10:30 - 11:00 h. **Desayuno y Networking**

11:00 - 11:20 h. **Power to your Health**

Ponente: Félix Sanz – Health Safety & Wellbeing Manager en Vodafone
Compañía líder del sector de las telecomunicaciones.

11:20 - 11:40 h. **La empresa como agente promotor de la salud**

Ponente: Juan Carlos Sáez de Rus - Director Corporativo de seguridad, salud y bienestar laboral en FCC Servicios Ciudadanos.
Empresa dedicada a la prestación de Servicios Ciudadanos que también realiza todo tipo de infraestructuras.

11:40 - 12:00 h. **Mutua Madrileña, iniciativas saludables**

Ponente: Mario Cabezas Cañavate – Gerente de Prevención y Medio Ambiente del Grupo Mutua Madrileña.
Compañía aseguradora.

12:00 - 12:10 h. **Preguntas y cierre**

Organizado por:



Colaboran:



✉ Correo electrónico



7

🖨 Imprimir

🌐 Share 5

🐦 Tweet

Share 0

📌 Pinit

🔖 TAGS: agenda Empresa saludable orientada a resultados Medycsa

Related Stories



La Huerta de la Fundación Juan XXIII lanza una campaña de promoción de hábitos saludables en las empresas



¿Qué ventajas tiene trabajar en equipo?



Atresmedia: Management & Business Summit 2015



BREVES

El 90% de las empresas no tienen "salud" en su misión, visión o valores



- — MADRID 19 JUN, 2015 - 5:04 PM

La jornada "Empresa saludable orientada a resultados", organizada y desarrollada en Madrid por la Asociación Centro de Dirección de RRHH y Medycsa, ha arrojado como primera conclusión que el 90% de las empresas no tienen "salud" en su misión, visión o valores; en el encuentro, que reunió a directores de Recursos Humanos y de Prevención de Riesgos Laborales, los asistentes compartieron experiencias sobre la cultura de la salud en la empresa, tanto del mundo empresarial como del académico.



Según Francisco José Perales, director de Servicios Médicos de Medycsa, a pesar de este dato, "aun así todo el mundo

DIMES Y DIRETES

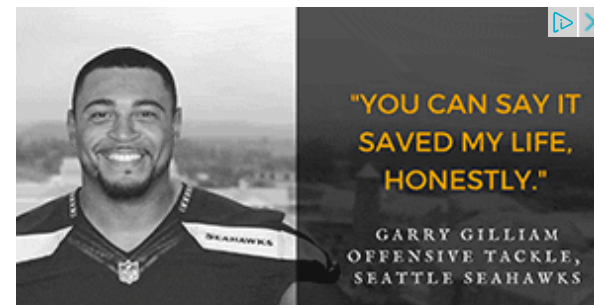
Los juzgados admiten recursos por los 'aprobados irregulares' en la OPE de A.P. en...

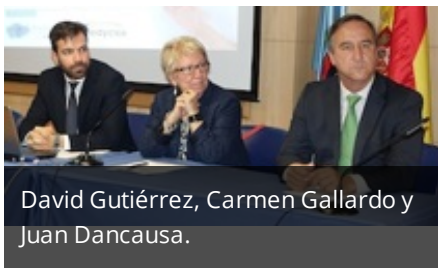
El PP reconoce el proceso de privatización de la sanidad de...

La sorprendente actividad de Ignacio...

Rocío Mosquera defiende la integración de...

PUBLICIDAD





David Gutiérrez, Carmen Gallardo y Juan Dancausa.

habla de salud, wellness, bienestar, motivación...". Al decir de Perales, es necesario abordar el tema de la salud en una empresa desde un enfoque diferente; desde una visión global, porque "las acciones aisladas son cortoplacistas", y con un plan personalizado. "La cultura de la salud de la empresa" dijo, "tampoco puede tener éxito sin el apoyo del comité de dirección y si no se integra en la estrategia de la compañía".

Entre los participantes cabe citar, además, a Ángel Alloza, director y secretario general de Corporate Excellence; Julio Alegría, director comercial y de marketing de Medycsa; Carmen Gallardo Pino, decana de la Facultad de Ciencias de la Salud; David Gutiérrez, vocal de la Asociación Centro de Dirección de RRHH que actuó de moderador, y Juan Dancausa, subdirector general de Medycsa, que clausuró la jornada. Para Medycsa, las compañías en España, hasta la fecha, sólo desarrollan buenas prácticas e iniciativas aisladas, sin crear sinergias que aúnen todos los esfuerzos de la empresa hacia un objetivo común. "Por lo tanto, existe una gran oportunidad para aquellas organizaciones que integren estratégicamente este concepto en su modelo de negocio".



DEJA UN COMENTARIO



EDITORIAL

[La sanidad, en el punto de mira de la renovación...](#)

OPINIÓN



EL MIRADOR

Juan Gérvas

[Tosferina: brotes epidémicos sin...](#)



PUNTO DE VISTA

Javier Rey del Castillo

[Una sentencia constitucional discutible...](#)



EDITORIAL

Carlos Nicolás

[La sanidad, en el...](#)



APUNTES DE UN BOTICARIO

Pedro Caballero-Infante

[Plazos, recortes y...](#)



[Leer otras ediciones](#)

[Suscripción a RSS](#)

[Ver PDA](#)

[Sitio optimizado para iPad](#)

DÍA DE LA MÚSICA



ABENGOA "B" 3,029 1,644%

- Home
- Economía
- Empresas
- Exterior
- Laboral
- Mercados
- Emprendedores
- Formación
- Análisis y Opinión
- Sociedad
- Directivos
- Tendencias
- Iberonews

Síguenos en...



Buscar en esta edición

Buscar más

Diario actualizado de economía y finanzas 22 de junio de 2015

Get two free bonus months of simple, automatic cloud backup.

CARBONITE

Buy Now

Cámbiate a **XOOM** y envía dinero en segundos estés donde estés.



Regístrate GRATIS

Aplican restricciones.



Empresas

AEDIPE CENTRO Y MEDYCSA

El 90% de las empresas no tienen “salud” en su misión, visión o valores

Publicidad

GARCÍA-VAQUERO
Abogados
FERNÁNDEZ DE SOTO
Asesores Fiscales



ANGEL GARCIA-VAQUERO MARTINEZ

Especialistas en Derecho Tributario

91 865 77 94

asesoria@garciavaqueroabogados.com



· Jornada “Empresa saludable orientada a resultados”, organizada por la Asociación Centro de Dirección de Recursos Humanos y Medycsa

By REDACCIÓN

MÁS ARTÍCULOS DE ESTE AUTOR

domingo 21 de junio del 2015, 23:15h



2



1

Directores de Recursos Humanos y de Prevención de Riesgos Laborales se han dado cita esta mañana en la jornada “Empresa **saludable** orientada a resultados” para compartir experiencias sobre la cultura de la salud en la empresa tanto del mundo empresarial como del académico. La jornada, organizada por Asociación Centro de Dirección de RRHH y Medycsa, ha abordado el tema desde un enfoque diferente, que impacta positivamente en las empresas y mejora aspectos como la productividad, el compromiso y la satisfacción de las personas.

Según Francisco José Perales, Director de Servicios Médicos de Medycsa, el 90% de las empresas no tienen “**salud**” en su misión, visión o valores, y “aún así todo el mundo habla de salud, wellness, bienestar, motivación...”. Defiende la necesidad de abordar el tema de la salud en una empresa desde un enfoque diferente; desde una visión global, porque “las acciones aisladas son cortoplacistas”, y con un plan personalizado. Destaca igualmente la importancia de medir las acciones que se emprendan y de demostrar el beneficio de los planes de salud sobre las personas y el negocio. “La cultura de la salud de la empresa tampoco puede tener éxito sin el apoyo del comité de dirección y si no se integra en la estrategia de la compañía”.

Ángel Alloza, Director y Secretario General de Corporate Excellence, ha señalado que hoy el 80% del valor de una empresa está en los intangibles (marca y reputación), pero “sólo el 20% de las empresas reconocen estar preparadas para gestionar el mundo intangible”.

La diferenciación basada en el valor tangible de los productos y servicios se ha agotado. Hoy la marca corporativa sustenta la diferenciación, ha explicado, y las reglas para diferenciarse en marca corporativa son diferentes a las de la diferenciación por producto. “No puedes hablar en términos funcionales; tienes que contar para qué estoy aquí, cómo hago las cosas y finalmente qué es lo que comercializo”.

“Definir tu propósito significa crear un sistema de creencias compartidas y ecosistemas **saludables** que generan compromiso emocional, primero en tus propios empleados. “Las marcas corporativas se crean desde dentro hacia fuera”.

En opinión de José María Martínez, Profesor de la Universitat Internacional de Catalunya, las empresas tienen que cambiar el

Publicidad



Publicidad

AsiaNortheast

專用於西亞，政治，文化和其他博客

Publicidad

Publicidad



Premium Clicks / Leads

Anunciantes : maximice su rendimiento gracias a la red Premium Ligatus España.

Más información »



Premium Clicks / Leads

Anunciantes : maximice su rendimiento gracias a la red Premium Ligatus España.

Más información »



Premium Clicks / Leads

Anunciantes : maximice su rendimiento gracias a la red Premium Ligatus España.

Más información »



Premium Clicks / Leads

Anunciantes : maximice su rendimiento gracias a la red Premium Ligatus España.

Más información »



Publicidad

paradigma y pasar de la prevención a la promoción de la salud. "Se traduce en beneficios sociales, humanos y económicos".

Julio Alegría, Director Comercial y de Marketing de Medycsa, ha presentado el modelo de empresa saludable "Profitcare", "totalmente orientado hacia la optimización y medición del impacto económico de todas nuestras actuaciones". "No sólo nos detenemos en la búsqueda del bienestar de las personas, sino que también abordamos el de la marca y el económico de la empresa".

En España, según Medycsa, las compañías hasta la fecha, sólo han desarrollado buenas prácticas e iniciativas aisladas, sin crear sinergias que aúnen todos los esfuerzos de la empresa hacia un objetivo común. "Por lo tanto, existe una gran oportunidad para aquellas organizaciones que integren estratégicamente este concepto en su modelo de negocio".

La jornada ha finalizado con la visión práctica de las empresas Vodafone, -con Félix Sanz, Manager Health, Safety & Wellbeing-, FCC -Juan Carlos Sáez de Rus, Director Corporativo de seguridad, salud y bienestar laboral en FCC Servicios Ciudadanos- y Grupo Mutua Madrileña, con Mario Cabezos Cañavate, Gerente de Prevención y Medio Ambiente.

Moderada por David Gutiérrez, vocal de la Asociación Centro de Dirección de RRHH, la jornada ha tenido lugar en la Universidad Rey Juan Carlos. La Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud, Carmen Gallardo Pino, ha subrayado también la importancia de la promoción de la salud, un aspecto en el que "España va avanzando".

Juan Dancausa, Subdirector General de Medycsa, ha clausurado la jornada, que en su opinión, "nos ha aportado un enfoque singular e innovador"; "hemos visto que, en definitiva, se trata de trascender de la empresa a la persona".

¿Te ha parecido interesante esta noticia?  Si (0)  No(0)



Comuniquese con Ligatus

Descubra nuestra red de sitios Premium y maximice su rendimiento.

¡Más informaciones aquí!

» [Pincha aquí](#)



Comuniquese con Ligatus

Descubra nuestra red de sitios Premium y maximice su rendimiento.

¡Más informaciones aquí!

» [Pincha aquí](#)



Comuniquese con Ligatus

Descubra nuestra red de sitios Premium y maximice su rendimiento.

¡Más informaciones aquí!

» [Pincha aquí](#)



Comuniquese con Ligatus


Descubra nuestra red de sitios Premium y maximice su rendimiento.

¡Más informaciones aquí!

» [Pincha aquí](#)

Publicidad  Ligatus

Cámbiate a **XOOM** y envía dinero en segundos estés donde estés.



Regístrate GRATIS

Aplican restricciones.



2



Share

2



Pin it



Sociedades Urgentes®

Creación de empresas Limitadas y Anonimas



Pasos a seguir

Es muy fácil. Pinche aquí para ver los pasos.

Disponemos de sociedades de hasta diez años de antigüedad y con capitales de entre 3.000 y 1.000.000 de euros.

Publicidad

COMING UP

THESE LOVE STORIES ARE GOING TO MAKE YOU SOB!

WE ♥ LOVE



Publicidad

Help keep your identity YOURS

