

FITNESS CORPORATIVO

Empresas saludables, negocios rentables



Por María del Carmen Loria (*)

Lejos de ser una moda, el *corporate fitness* ha demostrado ser una efectiva herramienta para mejorar la calidad de vida de los recursos humanos en las empresas, así como su rentabilidad. En constante crecimiento a nivel mundial, este mercado aún no ha alcanzado su madurez en Latinoamérica, por lo que representa una excelente oportunidad de negocios para los profesionales del sector.

"Todas las compañías reconocidas en el último ranking de Las Mejores Empresas para Trabajar en la Argentina tienen programas de bienestar corporativo", dice **Omar Gennari**, gerente general de **Great Place to Work** para Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay. Si bien no todas poseen los mismos programas, el 78% promueve hábitos saludables y el 80% tiene gimnasio *in company* o un descuento en membresías.

En un principio, este tipo de servicios era demandado por compañías internacionales, pero "pronto se extendió a las grandes empresas nacionales y ahora también a las pequeñas y medianas", explica **Javier Petit de Meurville**, gerente de Marketing de **Megatlon**. Esta firma hoy tiene más de 150 clientes corporativos, ha incrementado en más del 50% sus planes corporativos y en el 400% el servicio de gimnasios *in company*.

Aun cuando las pequeñas y medianas empresas cuentan con presupuestos mucho más acotados o tiendan a contratar cursos específicos de capacitación, para **Kárem Pezúa**, gerente general de **Fitcorp**, de Perú, "más que el tamaño de la empresa, es la preocupación en el recurso humano lo que determina la contratación del servicio".

Fitcorp acaba de inaugurar un gimnasio dentro del Banco de Crédito de Perú y su cartera ha aumentado a un ritmo de más del 100%, mientras que la facturación por cliente se ha incrementado el 50% año tras año. En esta línea, **Jorge Osorio**, gerente Técnico de **Jorge Osorio & Cía**, firma especializada en programas de bienestar, dice que el crecimiento de su cartera en Chile ha sido del 70% en los últimos cinco años.

Desde Brasil, **Marcos Tartuci**, chief operating officer de **Bio Ritmo Academias**, comenta que han tenido "un aumento

ESTÉTICA Y CALIDAD AL MEJOR PRECIO

NUEVA LÍNEA CLASICLINE

EQUIPAMIENTO DE MUSCULACIÓN / EQUIPAMIENTO AERÓBICO / ACCESORIOS / ASESORAMIENTO

Puerto de Palos 834 - Villa Dominico / Tel. (5411) 4207-8668 / 4207-5757 / Fax 4207-2118 / Cel. 115 467-5438 / www.lionforce.com.ar

de clientes corporativos del 41% a partir de 2008 y un incremento de clientes activos (empleados de las empresas) del 195% desde 2007 a la fecha". Sobre esta tendencia también brindó su opinión el equipo de Servicios Corporativos de **SportClub**, que manifestó haber obtenido un incremento del 75%.

"El crecimiento ha sido constante desde hace varios años. En 2002 inauguramos el primer gimnasio institucional con la empresa BBVA Consolidar, y a partir de allí abrimos nuevos gimnasios corporativos, a razón de uno por año", afirma **Julieta Suárez**, responsable de Corporate Wellness del **Vilas Club**, de Argentina.

Claves para el éxito

A la hora de diseñar un plan corporativo, los especialistas coinciden en que existen puntos esenciales a tener en cuenta para que éste resulte efectivo. Desarrollar un servicio orientado a las necesidades del empleador y sus empleados, así como establecer objetivos mensurables, resulta fundamental a la hora de demostrarles a las empresas los beneficios que estos programas generan.

Según el consultor **Jorge Osorio**, "la clave está en impactar variables de rendimiento de las empresas y transformarse en socios estratégicos". Asimismo, **Julieta Suárez** asegura que el éxito radica en "poder demostrar a la empresa que esto es una inversión, que tiene su retorno, que se puede medir, evaluar y ver los resultados".

La flexibilidad y capacidad de adaptarse a cada requerimiento o inquietud son otros de los factores elementales que subraya **Ulla Hofmann**, directora de **Office Gym**, quien pone énfasis en la importancia de brindar un plan personalizado para que "cada empresa tenga el servicio que realmente necesita".



Una exitosa implementación del plan corporativo depende, para **Osorio**, en "contar con el apoyo y compromiso de la alta dirección de la empresa". Según la opinión de **Arturo Dewey**, gerente de Servicios Corporativos de la red argentina **Megafon**, también es crucial "comunicar con antelación el lanzamiento del servicio".

Un punto clave a tener en cuenta es conocer quién toma las decisiones en la empresa para hacer llegar la propuesta a la persona correcta. "En **Fitcorp** tratamos de contactarnos directamente con la alta gerencia. Esto lo hacemos gracias a la red de contactos que tenemos, pero si nos toca contactar en frío a una empresa, nos dirigimos al gerente de Recursos Humanos", explica **Pezúa**.

Según estudios realizados por **Nutrim**, consultora en programas de bienestar, el personal de Recursos Humanos es el que promueve estas actividades en el 67% de los casos. Sin embargo, también existen otras áreas responsables dentro de las empresas, por lo que es importante destacar que el lenguaje y foco puesto en la propuesta deberá variar, dependiendo de a quién sea dirigida la misma.

"Por ejemplo, si la reunión es con el CEO, el foco estará puesto en incrementar la rentabilidad de la empresa. Ante

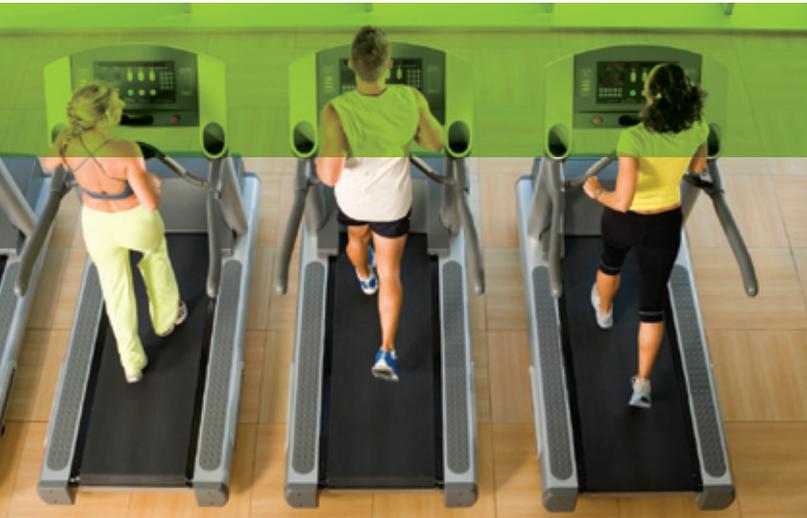
Shaker 2
Práctica plataforma vibratoria sin mástil,
ideal para ejercicios semi profesionales

IMPORTANTE DESCUENTO

+ MÁS EJERCICIO
- MENOR PRECIO

MORALES
ELECTROMEDICINA

» RIVADAVIA 11018 C.A.B.A. TEL: 4642-7247 / VIAMONTE 2250 C.A.B.A. TEL.: 4951-9168 - TEL: (5411) 4682-9312 - 4683-2690 - www.e-morales.com.ar



un gerente de Recursos Humanos el objetivo será impactar en el ausentismo de causa médica y mejorar el clima laboral. Frente a un gerente de Operaciones habrá que encantarlos para aumentar la productividad. Con un gerente de Control de Pérdidas el foco estará en reducir la siniestralidad”, detalla Osorio.

Desafíos

Un mercado en pleno crecimiento no sólo es sinónimo de oportunidades sino también de retos a enfrentar. Los especialistas coinciden en que una de las principales dificultades del sector radica en que todavía son muchas las empresas que ven a los programas de bienestar como un gasto y no como una inversión.

“El desafío es demostrar el retorno financiero que la empresa obtendrá, sobre todo cuando éstas no controlan los resultados”, afirma **Marcos Tartuci**. Según datos suministrados por **Mariana Patrón Farías**, responsable de Bienestar Corporativo de **Nutrim**, el 40% de las empresas que realizan programas de este tipo no evalúa los resultados, la mayoría por falta de interés y tiempo.

Entre otras dificultades destacadas por los especialistas se encuentran: lograr una comunicación libre y directa con los

empleados, garantizar la participación de los líderes innatos de la empresa capaces de motivar y contagiar el entusiasmo, hacer entender a las empresas que en salud y bienestar no se trata de conseguir descuentos masivos en gimnasios.

Otra peculiaridad del sector es que, a diferencia de otros negocios, cuenta con dos clientes diferentes a satisfacer: la empresa y sus empleados. Por tal motivo, el nivel de adherencia del personal resulta clave en el éxito de un plan corporativo. Estudios realizados por **Nutrim** indican que la participación del personal varía del 20 al 40%, dependiendo del tipo de actividad que se ofrezca.

Para atraer al personal, los expertos recomiendan: diagnosticar a priori los intereses de los trabajadores, desarrollar estrategias graduales que incorporen progresivamente a los empleados, poner el foco en el entretenimiento y desarrollar programas de actividad física que no demanden un esfuerzo excesivo.

Casos exitosos

Desde hace más de 10 años, la compañía HSBC desarrolla iniciativas que promueven el bienestar de sus empleados. “La empresa cuenta con dos gimnasios *in company*, en los que también se dan clases de aeróbic y



100% PROFESIONALES DEL DEPORTE

VENTO

ESPECIALISTAS EN ALTO RENDIMIENTO DEPORTIVO

- Bandas de suspensión
- Chalecos
- Cuadrados
- Escaleras
- Sobrepesos de espalda
- Sogas elásticas
- Trineos
- Vallas de aluminio y hierro

Jonas Salk 3032, Olivos, Buenos Aires - Tel. (54 11) 4794-0971 / 156 183-6942
www.ventoentrenamiento.com.ar - info@ventoentrenamiento.com.ar
f ventoentrenamiento - t ventoDeportes

yoga", explica **Carolina Scarampi**, responsable de comunicaciones externas de **HSBC Argentina**.

Según la experiencia de **Dow Argentina**, que implementa políticas de bienestar desde hace 55 años, el desafío pasa por "educar, para que la gente entienda los beneficios, y saber interpretar sus gustos", afirma **Nicolás Brodtkorb**, director de Recursos Humanos.

En la opinión de **Javier Carrara**, director de Recursos Humanos para Sudamérica de **Accenture**, "los servicios que más adhesión tienen son el gimnasio, el torneo de fútbol y el maratón solidario. La participación es alta y varía de acuerdo con la actividad y al grupo etario".

"Este tipo de programas brinda a la empresa beneficios a largo plazo, como una diferencia considerable en el nivel de ausentismo, disminución en los gastos médicos y un aumento significativo de la productividad", aseguran desde **Dow Argentina**.

Un negocio con futuro

De acuerdo con la Asociación Brasileña de Calidad de Vida (ABQV, tal su sigla en portugués), la tendencia es que las empresas inviertan cada vez más en programas de prevención y salud como forma de disminuir el gasto en salud, reducir impuestos, aumentar la productividad y retener talentos.

En la opinión de **Petit de Meurville**, la perspectiva del mercado a futuro conlleva "un crecimiento al compás de la industria del 10% anual". Según el punto de vista de **Jorge Osorio**, en algún momento los servicios se "comoditizarán", con lo cual afirma que "se deberá facturar a las empresas sólo por los resultados que se obtengan".

Por su parte, **Ariel Idez**, responsable de comunicación de **Three Balance**, remarca que "si bien este tipo de actividades ha experimentado un constante crecimiento, se trata de un sector altamente desregulado con muchos jugadores, por lo que es tan importante obtener un cliente como retenerlo en el tiempo".

Según la encuesta mundial realizada en 2010 por **Buck Consultants**, consultora de Recursos Humanos, los programas de bienestar en empresas tienen una presencia del 74% en América del Norte, mientras que en América Latina la misma es del 45%. En este sentido, la región representa un mercado en pleno crecimiento y un cúmulo de oportunidades para aquellos que sepan explotarla.

(*) Periodista. Responsable de contenidos de Mercado Fitness.

STEP NUEVO MILENIO SNM

Discos acanalados

EL FENÓMENO NUNCA SE ACABA

STEP 20 AÑOS

MIR FITNESS

Helguera 5245 - C.A.B.A. - Arg.
Tel/Fax: (54 11) 4574-4842/43
mir@mirfitness.com.ar
www.mirfitness.com.ar

Descuentos para empresas saludables

La Cámara de Diputados de Brasil analiza un proyecto de ley que proporciona una reducción del impuesto sobre la renta (IR) a las empresas cuyas estructuras garanticen la actividad física de sus empleados, las cuales deberán contar con el acompañamiento constante de profesionales del fitness y de la nutrición.

El descuento será del 1% del importe total sobre el IR para las empresas medianas y del 3% para pequeñas y microempresas. Para recibir el reembolso, las compañías deberán acreditar por escrito los servicios brindados y comprobar que, por lo menos, el 50% de sus empleados disfruta de tales beneficios.

Según el autor del proyecto, el descuento en el IR no causará ningún daño al gobierno federal en la medida en que los costos en atención de salud, retiro y pensiones de los trabajadores se verán reducidos.

Muchas son las empresas que en Brasil ofrecen este tipo de servicio a sus empleados, como el Banco Itaú, Bradesco y la compañía de neumáticos Colway BS, que obtuvo un aumento del orden del 10% en su producción.

Fuente: Agencia de noticias de la Cámara de Diputados de Brasil

MERCADO FITNESS 8ª EXPO & CONFERENCIAS



Por Estel Mallorquí Ayach (*)



EL FUTURO ES EL DIAGNÓSTICO

En el fitness corporativo resulta fundamental garantizar la personalización de los programas y ejecutar una correcta metodología de implementación desde el inicio. Una de las claves del éxito es el diagnóstico inicial –la fase cero de la implantación–, que se centrará en tres enfoques.

El primero es el diagnóstico de la empresa. La obtención de un perfil de salud de la organización ayuda a establecer la dirección y los objetivos, la cultura organizativa y a determinar la forma de medir el éxito a partir de indicadores.

En segundo lugar, el diagnóstico individual de los trabajadores que participarán del programa. Para captarlos y fidelizarlos, aparte de ser flexible y tener la capacidad de adaptarse a las necesidades de la empresa, también se deben percibir las necesidades físicas y psíquicas del grupo de trabajo para conocer el clima social. Finalmente, habrá que adaptar el programa a los objetivos que desea alcanzar la empresa.

Es fundamental establecer metas que se puedan medir y evaluar periódicamente para motivar al grupo de trabajo y analizar la eficacia del programa con indicadores específicos. Para conseguirlo debe realizarse un seguimiento

personal y grupal, monitoreando indicadores con el fin de obtener los resultados que finalmente evidencien el impacto real del programa y justifiquen los beneficios para la empresa.

Garantizar el retorno en productividad, disminución de las bajas y ausentismos laborales o mejora del clima laboral, es otra de las claves del éxito. Los indicadores se deberán consensuar con la empresa y tendrán que ser cuantificables y concretos. Este proceso metodológico debería incluir un seguimiento, con reuniones periódicas entre el responsable de Recursos Humanos de la empresa y el gimnasio a cargo del programa.

Hay muchos estudios que muestran que el costo directo de una enfermedad es inferior al costo indirecto. Pero se debe ir más allá, identificando indicadores de productividad –cuantitativos y cualitativos– que aporten un valor añadido y que demuestren los beneficios a largo plazo para la empresa al implementar un programa de fitness corporativo en su cultura organizativa. ■

(*) Socia-fundadora de Biwel. Máster en Alto Rendimiento. Máster en Actividad Física y Salud. Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. estelmallorqui@gmail.com