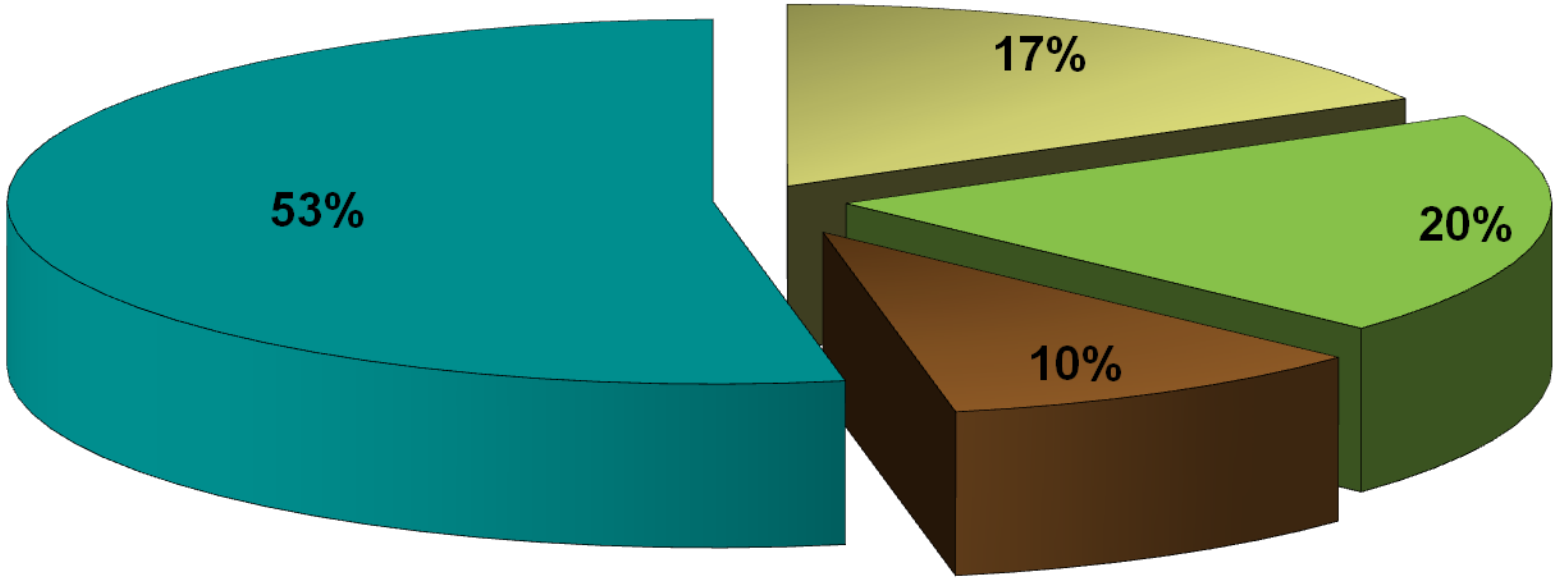
O IMPACTO DAS AÇÕES EM QUALIDADE DE VIDA NA SAÚDE CORPORATIVA

Sâmia Simurro

Junho / 2011

DETERMINANTES DA SAÚDE E DO BEM-ESTAR



- Carga genética ou heranças gestacionais
- Condições ambientais
- Cuidados Médicos
- Escolhas comportamentais ou estilo de vida

William Haskel, Stanford University, 1988

QUALIDADE DE VIDA NAS EMPRESAS

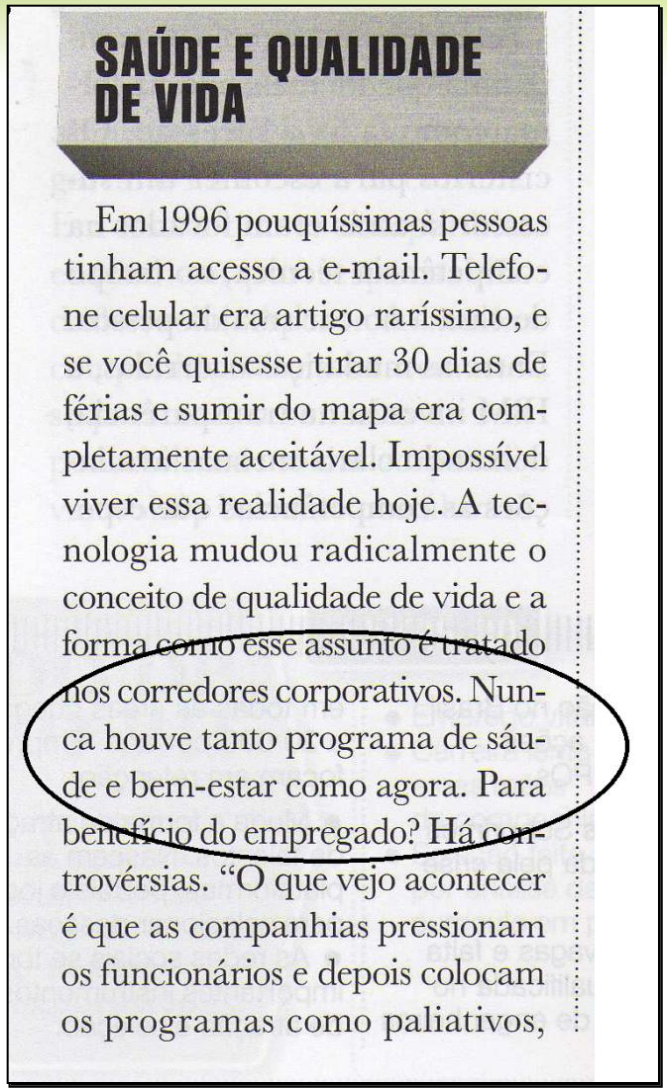
- Lugar onde se aborda as pessoas mais facilmente
- Ambiente de grande potencial para utilizar incentivos
- Grande força para influenciar no comportamento
- Todas as partes se beneficia:

EMPRESA	FUNCIONÁRIO	COMUNIDADE
Informações precisas sobre custos com a saúde	Melhoria do estilo de vida	Reforço para as políticas públicas de saúde
Oportunidade de economias	Diminuição dos fat. de risco	Respeito à adversidades
Imagem de empresa cidadã	Aumenta a motivação	Contribui para estabilizar a saúde da população
Relações mais positivas	Controle da própria saúde	Consciência da responsabilidade social
Ferramenta de recrutamento	Redução do stress	

PREOCUPAÇÕES DAS EMPRESAS

- Alto custo da assistência médica
- Melhoria da Produtividade
- Redução de absenteísmo
- Envelhecimento da força de trabalho
- Retenção de talentos
- Melhoria de Clima Organizacional
- Sustentabilidade

VOCE RH – maio junho 2011

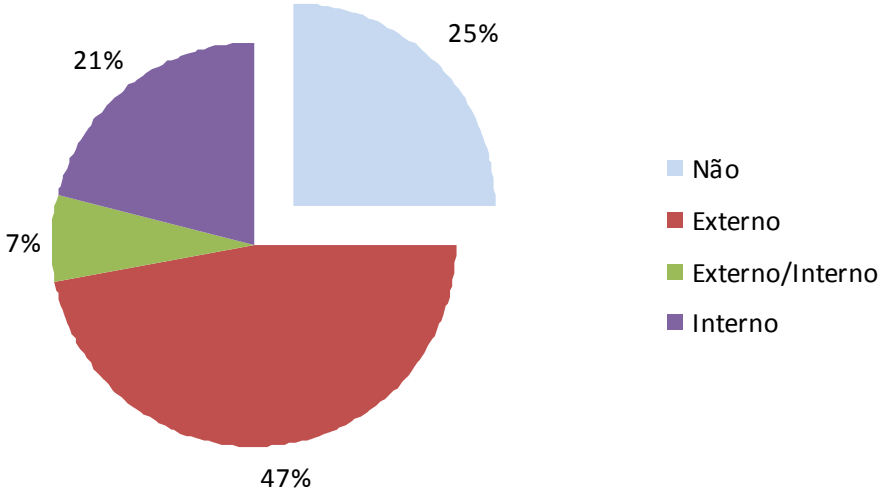


SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA

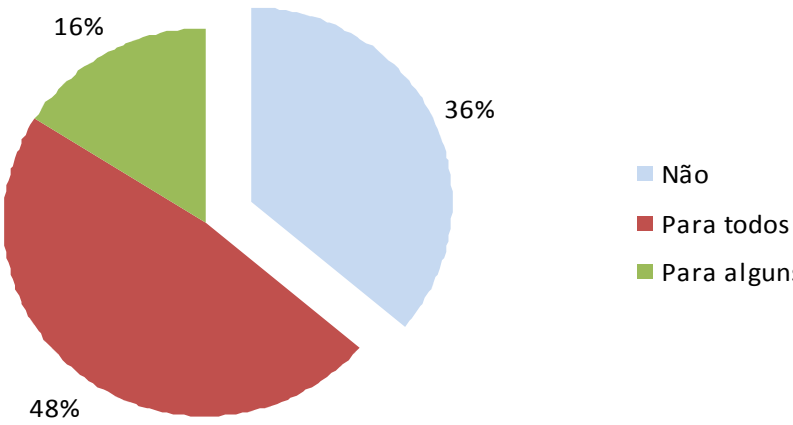
Em 1996 pouquíssimas pessoas tinham acesso a e-mail. Telefone celular era artigo raríssimo, e se você quisesse tirar 30 dias de férias e sumir do mapa era completamente aceitável. Impossível viver essa realidade hoje. A tecnologia mudou radicalmente o conceito de qualidade de vida e a forma como esse assunto é tratado nos corredores corporativos. Nunca houve tanto programa de sáude e bem-estar como agora. Para benefício do empregado? Há controvérsias. "O que vejo acontecer é que as companhias pressionam os funcionários e depois colocam os programas como paliativos,

100 MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR

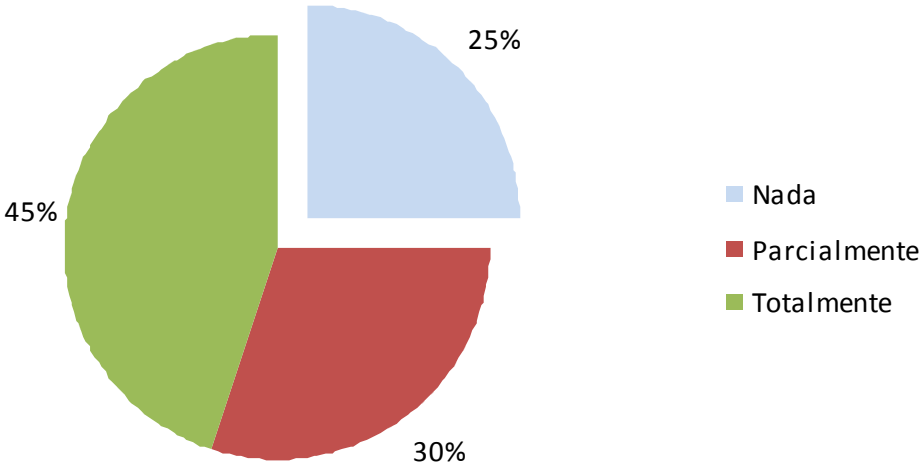
Praticas esportivas



Possibilidade de horário flexível



Apoio psicológico



Fonte: Great Place to Work® Institute , Inc

GREAT PLACE TO WORK®
CREATE YOURS

CUSTOS DO PLANO DE SAÚDE...

Os principais problemas apontados pelas empresas nos seus atuais planos de saúde são:

Custos altos	47%
Baixo controle de custos	17%
Insatisfação com a operadora	10%
Insatisfação dos usuários	9%
Inadequação à Lei no 9.656/98	7%
Insatisfação com a rede credenciada	7%
Baixa competitividade	5%
Baixo subsídio da empresa	3%
Problemas com reembolso	2%
Burocracia excessiva	1%

PROGRAMAS DE GERENCIAMENTO

Sessenta e dois por cento das empresas participantes da pesquisa informaram adotar algum programa de gerenciamento de saúde visando melhor controle dos custos com o benefício. Entre os mais citados, o programa de Qualidade de Vida é o que mais se destaca.

Programa de Qualidade de Vida	33%
Programa de Prevenção de Doenças	26%
Gerenciamento de Casos	20%
Gerenciamento de Doenças	15%
Outros	6%

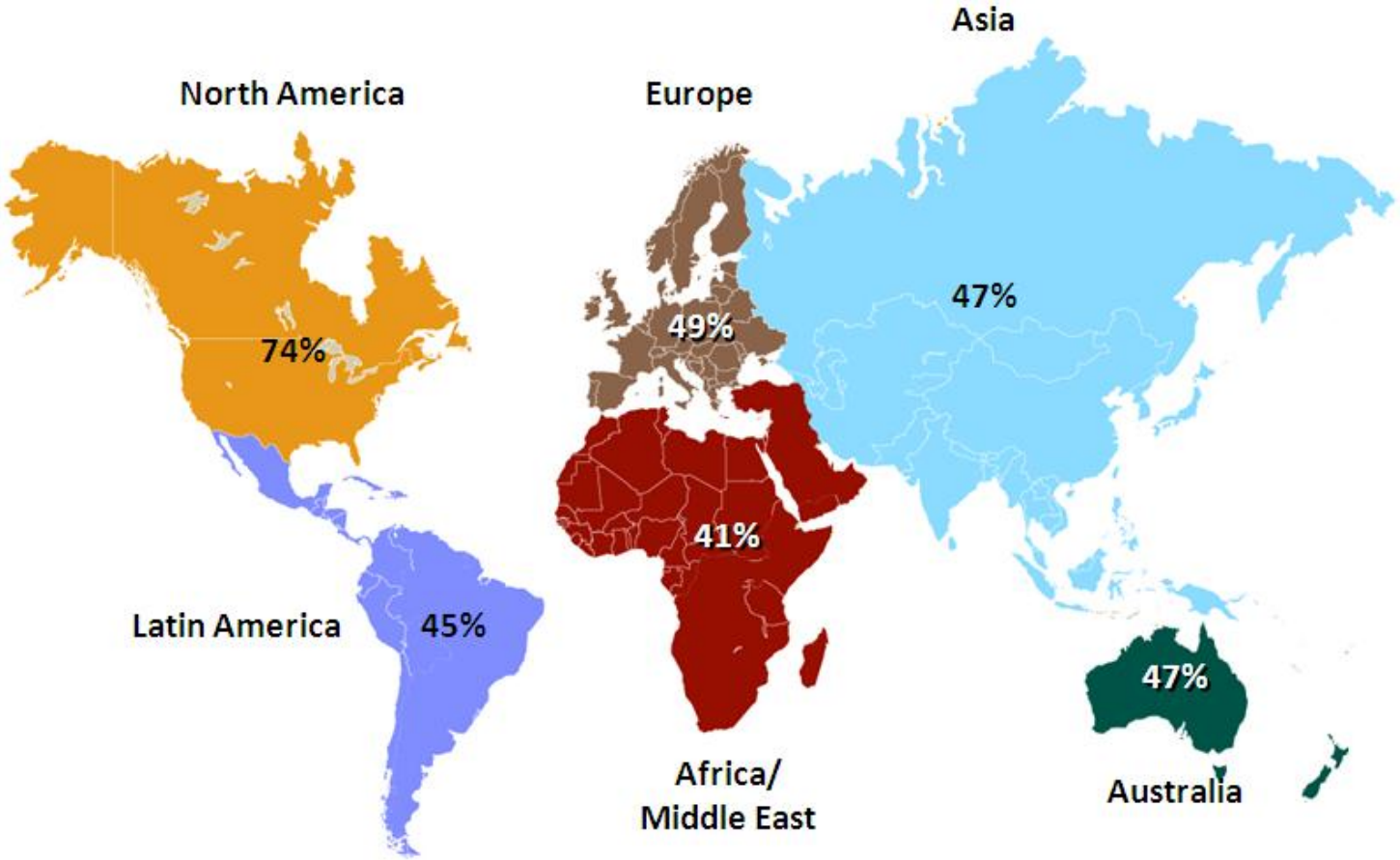
Towers Perrin,2005

Working Well:
A Global Survey of Health Promotion Strategies

Resultados Preliminares – Brasil

2010

PREVALÊNCIA GLOBAL DOS PROGRAMAS DE PROMOÇÃO A SAÚDE



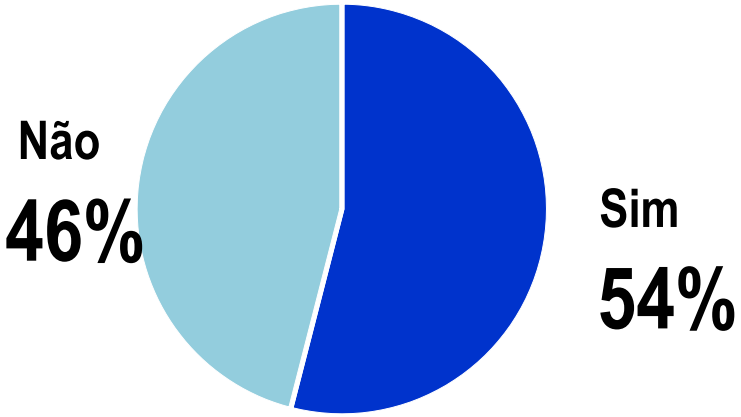
2010 Global Wellness Survey – preliminary pre-publication results

© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

Respondentes Globais

GLOBALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA

ESTRATEGIA É GLOBAL*
(EMPREGADORES MULTINACIONAIS)

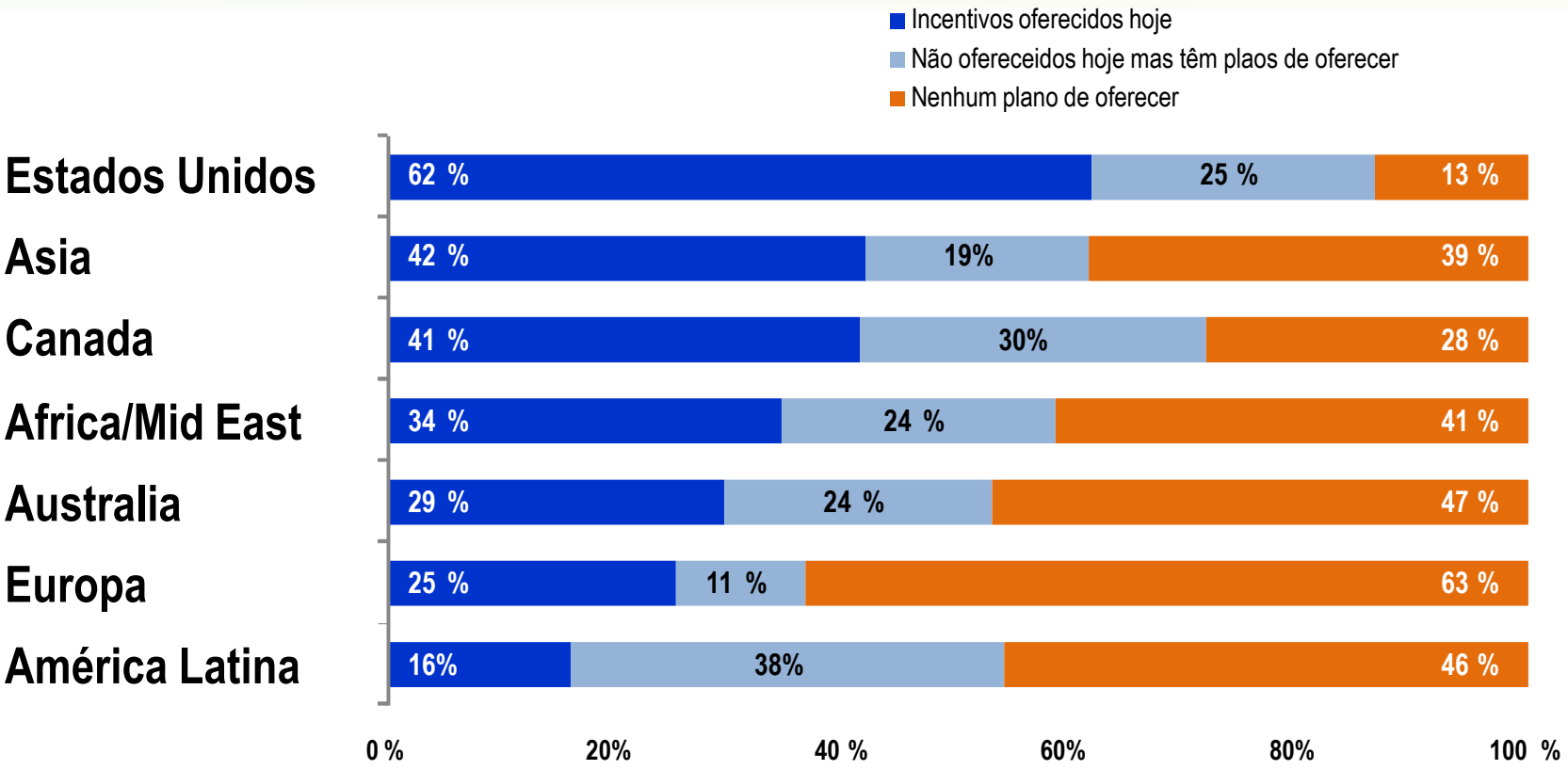


* Covers majority of employees regardless of geography

© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

Respondentes Globais

MOTIVAÇÃO COMPORTAMENTAL



© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

OBJETIVOS DOS EMPREGADORES NA CONDUÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO DE SAÚDE

	Brasil	África/ Oriente Médio	Asia	Australia	Canada	Europa	Estados Unidos
Aumentar produtividade/ presenteísmo	1	2	5	4	1	1	2
Aumentar a moral e comprometimento	2	1	2	2	3	2	4
Segurança no trabalho	3	2	4	1	6	6	6
Manter a habilidade para o trabalho	4	4	1	5	4	5	7
Valores organizacionais / missão	5	5	3	8	7	3	5
Responsabilidade social	6	9	9	9	10	9	10
Absenteísmo	7	5	6	3	2	4	3
Atrair e reter talentos	8	8	8	7	8	7	8
Atender a legislação	9	9	10	11	11	8	11
Promover a imagem / marca	10	7	7	6	9	10	9
Custos com a saúde	11	11	11	10	5	11	1
Complementar a assistência médica oferecida pelo governo	12	12	12	12	12	12	12

2010 Global Wellness Survey – preliminary pre-publication results

© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

Assuntos mais Abordadas nas Ações de Promoção de Saúde

Respondentes Brasileiros

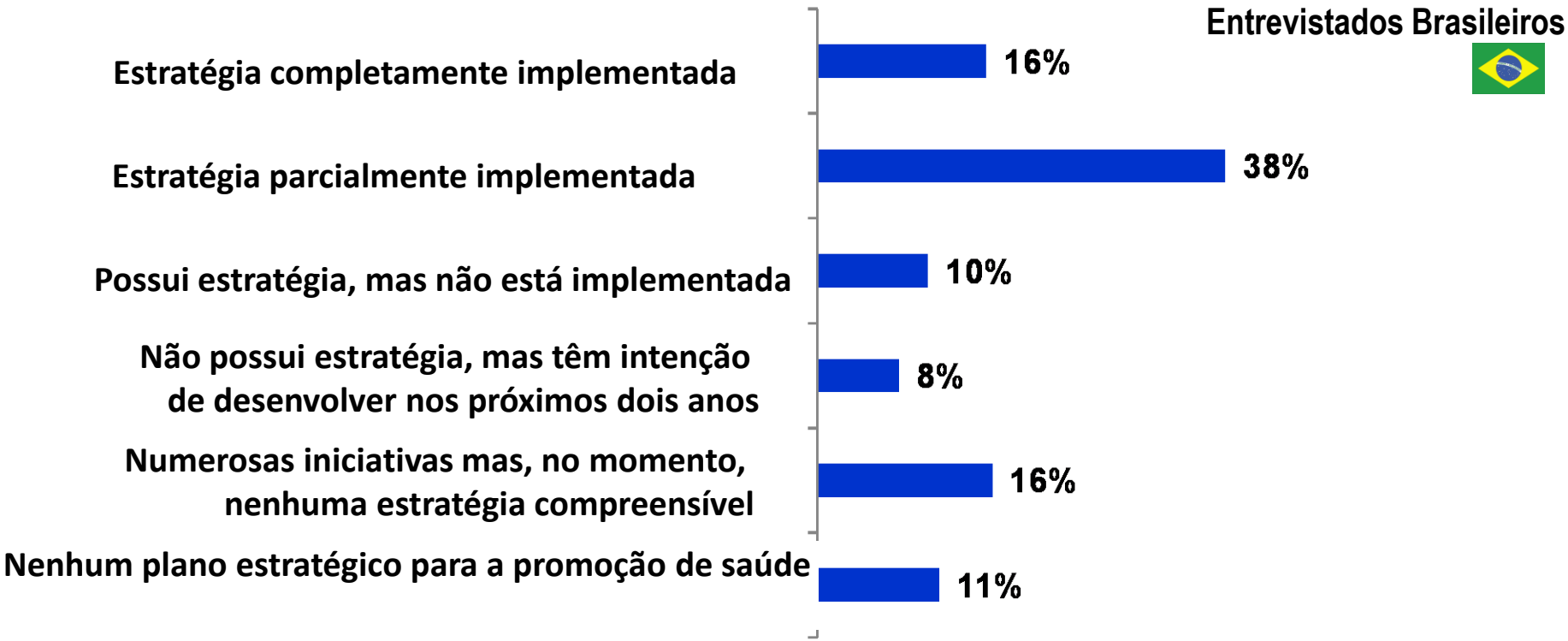
	Brasil	Africa/ Mid East	Asia	Australia	Canada	Europa	EstadosUnidos
Atividade Física / exercício	1	4	3	3	3	2	1
Stress	2	1	1	1	1	1	6
Nutritção /Alimentação saudável	3	4	7	1	5	5	2
Pressão Arterial	4	4	10	10	8	10	5
Doença Cronica	5	2	9	9	7	13	3
Segurança no trabalho	6	9	4	6	6	4	11
Colesterol alto	7	12	11	11	9	12	7
Ambiente Psicossocial	8	10	8	14	12	6	15
Depressão / ansiedade	9	8	13	7	4	7	9
Uso de Tabaco / fumo	10	11	5	13	11	8	8
Obesidade	11	15	14	8	14	14	4
Trabalho/assuntos da vida	12	4	2	3	2	3	10
Segurança Pessoal	13	13	6	12	13	9	13
Sono / fadiga	14	16	12	5	9	11	14
Maternidade/ saúdedo recém nascido	15	18	15	18	16	16	12
Doenças Infecciosas (HIV)	16	3	17	16	17	18	17
Saneamento Publico	17	17	16	17	18	17	18
Abuso de Substancias	18	14	18	15	15	15	16

2010 Global Wellness Survey – preliminary pre-publication results

© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

ESTRATÉGIAS NA PROMOÇÃO DE SAÚDE

STATUS ATUAL DOS PROGRAMAS DE PROMOÇÃO DE SAÚDE E BEM ESTAR



2010 Global Wellness Survey – preliminary pre-publication results

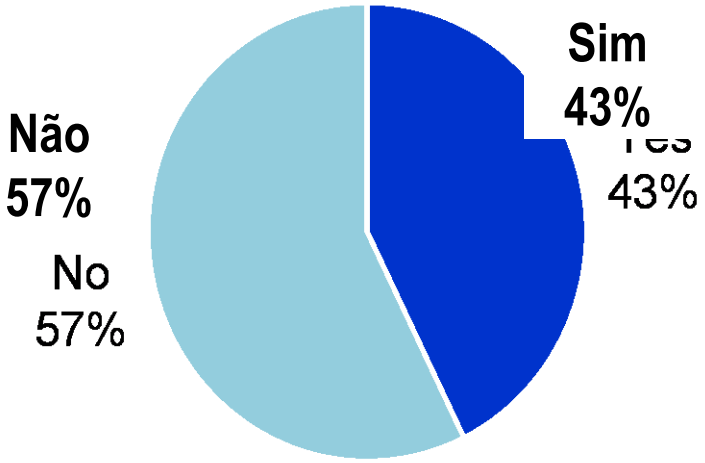
© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

Respondentes Brasileiros

MENSURAÇÃO DOS PROGRAMAS

MEDIRAM OS RESULTADOS ESPECÍFICOS DOS PROGRAMAS DE PROMOÇÃO DA SAÚDE

HAVE MEASURED SPECIFIC OUTCOMES FROM HEALTH PROMOTION PROGRAMS

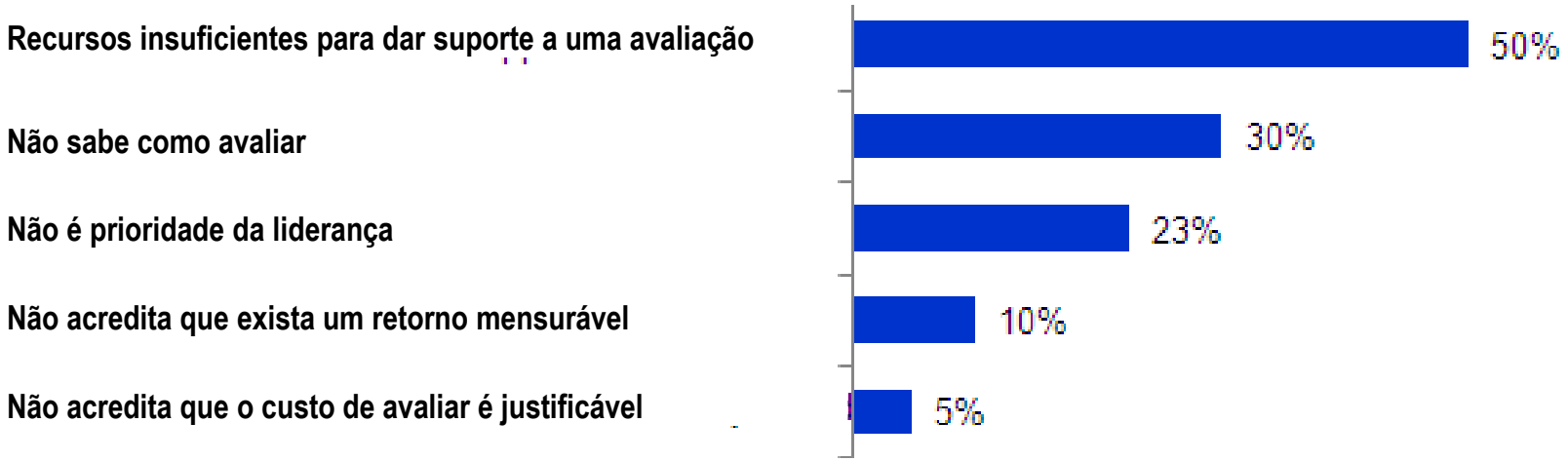


2010 Global Wellness Survey – preliminary pre-publication results

© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

AVALIAÇÃO E RESULTADOS

RAZÕES PELAS QUAIS OS RESULTADOS NÃO SÃO AVALIADOS

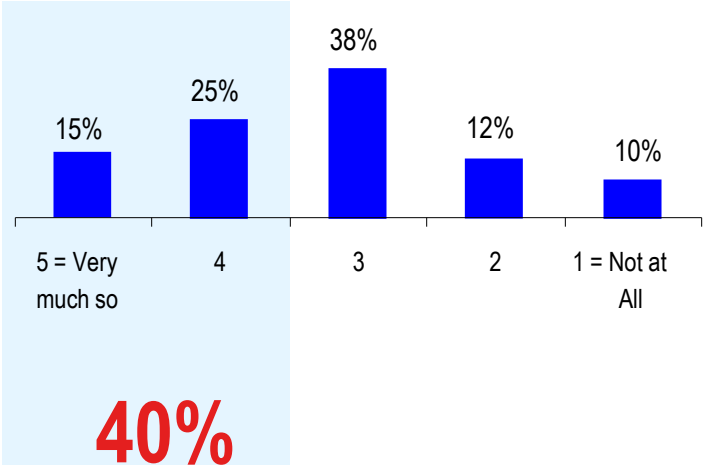


© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

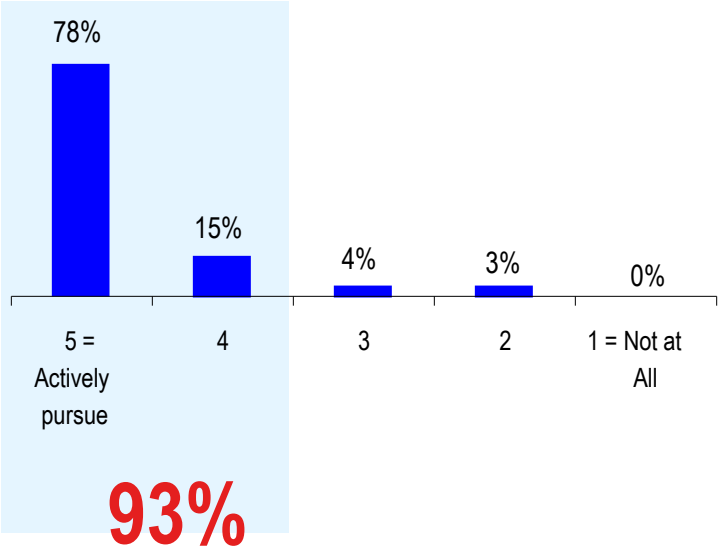
CONSTRUINDO UMA "CULTURA DE SAÚDE"

Respondentes Brasileiros

A ORGANIZAÇÃO TEM ATUALMENTE UMA CULTURA DE SAÚDE



A ORGANIZAÇÃO PLANEJA POSSUIR UMA UMA CULTURA DE SAÚDE NO FUTURO



© 2010 Buck Consultants, LLC. All Rights Reserved.

AMBIENTE FÍSICO
RECURSOS PARA A SAÚDE PESSOAL NO LUGAR DE TRABALHO
ENVOLVIMENTO DA EMPRESA E DA COMUNIDADE
AMBIENTE PSICOSOCIAL NO TRABALHO
Mobilizar
Reunir
Examinar
Priorizar
Planejar
Fazer
Avaliar
Melhorar
ENGAJAMENTO DA LIDERANÇA
ÉTICA E VALORES
ENVOLVIMENTO DOS TRABALHADORES E REPRESENTANTES

(OMS, 2010)

Qual o retorno real de programas de bem-estar na empresa?

O ROI irá surpreendê-lo. E resultados menos tangíveis podem inspirá-lo. *Leonard L. Berry, Ann M. Mirabito e William B. Baun*

Harvard Business Review, fev.2011

Pilares de um programa eficaz de bem-estar no trabalho

Um programa de bem-estar estrategicamente integrado tem seis fortes pilares que sustentam simultaneamente seu sucesso, independentemente do porte da organização. Cuide bem desses pilares e sua instituição poderá registrar retornos volumosos como os obtidos pelas dez empresas de nossa amostra.

Liderança em vários níveis

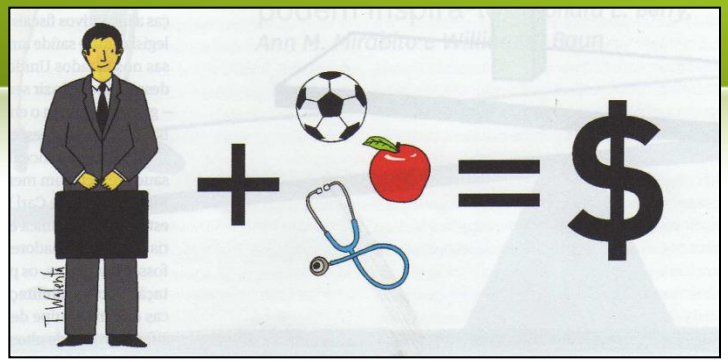
Para criar uma cultura de saúde é preciso uma liderança apaixonada, persistente e persuasiva em todos os níveis — da alta diretoria à gerência média, passando por gente cujo cargo traz, em sua descrição, o termo "bem-estar".

Alinhamento

Um programa de bem-estar deve ser uma extensão natural da identidade e das aspirações da empresa. Não esqueça que a mudança cultural leva tempo.

Escopo, relevância e qualidade

Um programa de bem-estar deve ser abrangente, estimulante e, simplesmente, excelente. Caso contrário, ninguém vai querer participar.



Acessibilidade

Oferecer serviços de baixo ou zero custo deve ser uma prioridade. Uma integração de verdade ao local de trabalho é essencial, pois conveniência pesa.

Parcerias

Uma colaboração ativa e permanente com parceiros internos e externos, incluindo fornecedores, pode brindar o programa com componentes essenciais e muitas melhorias desejáveis.

Comunicação

Bem-estar não é só uma missão — é uma mensagem. A forma usada para promovê-lo pode fazer toda a diferença. Sensibilidade, criatividade e diversidade de mídias são cruciais.

Resultados

Custos menores
A redução de gastos com saúde, por si só, já dá um ROI impressionante.

Maior produtividade
Quem participa de programas de bem-estar falta menos ao trabalho e tem um desempenho melhor do que quem não participa.

Moral mais elevado
Orgulho, confiança e compromisso do trabalhador aumentam, contribuindo para uma organização vigorosa.

Indicadores do trabalhador

PARTICIPAÇÃO DO TRABALHADOR

Utilização — total de funcionários envolvidos em atividades específicas do programa

Penetração — porcentagem de funcionários que participaram de pelo menos uma atividade de bem-estar

Profundidade — porcentagem de funcionários que fazem uso leve ou pesado de atividades de bem-estar

Sustentabilidade — número de funcionários que conseguem manter uma conduta que reduz determinado risco

SATISFAÇÃO com o escopo, a relevância, a qualidade e a acessibilidade do programa (obtida com sondagens)

ESTADO DE SAÚDE com porcentagem de funcionários em grupos de risco baixo, moderado ou alto (obtido de avaliações de saúde)

Indicadores organizacionais

SAÚDE

Custos e utilização de assistência médica e farmacêutica (obtidos da análise de pedidos de reembolso)

Custos de incapacitação

Custos de seguro de acidentes no trabalho

SEGURANÇA

Índices de incidentes de segurança por categoria ou tipo

Dias perdidos ou modificados de trabalho devido a incidentes de segurança

PRODUTIVIDADE

Absenteísmo

Presenteísmo

CULTURA ORGANIZACIONAL

Confiança na gerência (de sondagens em caráter anônimo)

Rotatividade voluntária

Disposição a recomendar a empresa como lugar para trabalhar

CINCO PRINCÍPIOS BÁSICOS

- Conhecer as necessidades da população total
- Reconhecer as necessidades, preferências e atitudes dos diferentes grupos participantes
- Reconhecer que “estilo de vida” é construído nas diferentes dimensões de bem estar
- Aculturar os programas para cada ambiente e necessidades específicas da organização
- Apoiar fortemente o desenvolvimento de políticas para um ambiente saudável

(Health Canada)

TENDÊNCIAS PARA INTERVENÇÕES NO BEM ESTAR

- Promoção da Saúde, Qualidade de Vida passa a ser visto como uma SÉRIA estratégia para o negócio das Organizações
- Mudança da visão de saúde como ausência de doença, para saúde como vitalidade e energia
- Mudança no discurso de custos com assistência médica para o valor total da saúde
- Da participação individual, para um engajamento das populações
- Da mudança de comportamento, para cultura da vida saudável

(NWI- The University of Michigan)

IMPLICAÇÕES

- **NOS OBJETIVOS DAS ORGANIZAÇÕES:** valorização tanto dos produtos criativos e inovadores como das pessoas saudáveis e produtivas
- **NAS ESTRATÉGIAS:**
  - Criar uma cultura saudável na empresa
  - Buscar parcerias: planos de saúde, fornecedores e corretoras.
- **NAS METAS:**
  - Manter as pessoas saudáveis com saúde
  - Manter as pessoas em baixo risco de doença
  - Aumentar participação da população saudável

OBRIGADA !

Sâmia Simurro

www.abqv.org.br

samia@ser-psi.com.br