

2008

E A P N E W S

Programa de Asistencia al Empleado



FedEx

María José Decloux
Responsable de RRHH
para Argentina, Chile
y Uruguay



American Express

Sergio Sosa
Director de RRHH en Argentina
y de los RRHH de Latinoamérica
en Sector Ventas



Wal-Mart

Ana Laura Delbarba
Gerente Divisional
de Compensaciones y Beneficios
Daniel Torriño
Analista Senior



Hablan los protagonistas

EMPLOYEE
ASSISTANCE
PROGRAM

LatinA Corporation

Editorial

Con pocas palabras quiero expresar mi agradecimiento a todos y cada uno de ustedes por lo que hoy nos toca vivir en EAP.

Hace casi diez años, junto a Hugo Hirsch y su grupo profesional fundamos las bases de EAP LatinA Corporation. Lo hicimos con la firme convicción de estar desarrollando algo socialmente interesante y nuevo en esta parte del mundo. Nos identificamos con la idea del Programa de Asistencia al Empleado, concebido como un servicio de ayuda al trabajador y su familia para resolver problemas personales, familiares, legales y financieros. Estábamos convencidos que redundaría en mejor calidad de vida para el empleado y mayor productividad para el empleador. La idea era atractiva, el objetivo noble y el medio incuestionablemente humano. Teníamos la clara sensación de estar haciendo algo por el bien de todos.

Lo que no vimos entonces es que el beneficio nos alcanzaría a nosotros también, al tratar con personas sanamente comprometidas con el bienestar y el desarrollo humano de las fuerzas laborales. En estos años, aprendimos a entender y valorar el esfuerzo, conocimiento e ingenio que los equipos de Recursos Humanos ponen en su trabajo, haciendo que las empresas se conviertan en lugares cada vez mejores y más atractivos para los trabajadores y sus familias. Así, como siempre sucede cuando uno se relaciona con buena gente, comenzamos a crecer y desarrollarnos, no sólo como EAP, sino como grupo humano que encuentra su sentido asistiendo a los demás.

Por esto, por las muchas experiencias humanas compartidas durante estos años, hemos decidido rendirles tributo con esta edición especial de EAP News que, espero, sirva para seguir pensando y trabajando juntos.

Muchísimas gracias.

Lic. Eduardo Lambardi
Director
EAP LatinA Corporation

Asistencia al Empleado como forma de excelencia, buen trato y respeto en FedEx

El 17 de abril se cumplieron 35 años desde que Fred Smith, fundador de FedEx implementó su filosofía: **“Personas - Servicio - Ganancias (People - Service - Profits)”**. Esta teoría plantea que los empleados satisfechos proveen un mejor servicio al cliente, lo que a su vez, logra mayores ganancias empresariales que son compartidas por los empleados. Esta idea guía el trabajo diario de los trabajadores de FedEx: 250 mil personas en 220 países diferentes. FedEx es elegida entre las 10 mejores empresas para trabajar año tras año. Tom Peters, experto en gestión empresarial, sostiene que esta empresa es una organización modelo que defiende la filosofía del servicio a la excelencia.



María José Decloux,
Responsable de RRHH
para Argentina, Chile
y Uruguay.

¿Cuáles son esos requisitos a cumplir para ser “una organización modelo”?

Creo que se precisa una visión que trascienda lo inmediato. FedEx es lo que es hoy porque efectivamente su fundador fue un visionario. Con Fred nació una industria, pudo imaginar el futuro de la logística, las comunicaciones y el acercamiento al mundo. Además, pudo tener una visión clara sobre lo que hacía falta desde los RRHH para generar una empresa exitosa. Hace 35 años no se hablaba de capital humano ni de gestión de RRHH, era época industrial, la de bajada de línea. Sin embargo, Smith tuvo la virtud de darse cuenta que una compañía exitosa debía fundarse

sobre valores y pudo crear la filosofía “Personas- Servicio- Ganancias”. En realidad, no es una filosofía lineal, sino que es un círculo virtuoso que genera riqueza y bienestar para todos los participantes.

¿En qué se basan para llevar a cabo esta filosofía?

Las personas somos los empleados, somos quienes hacemos todos los días FedEx. Consideramos que si los empleados vienen a trabajar contentos, si se los respeta, se los trata justamente, dando un trabajo significativo con respecto a sus expectativas y se crea un clima en el cual se puedan expresar y sentirse libres de hacer una buena contribución, se van a comprometer con el cliente dando un excelente servicio. Por lo tanto, si como cliente recibís una buena atención, vas a repetir nuevamente la experiencia comprando otra vez el servicio, generando ganancias. Y son esas ganancias las que se reinvierten tanto en la mejora del servicio, como en la gente en nuevos programas, como el **Programa de Asistencia al Empleado** o algunos otros que refuerzan el bienestar de la gente. El servicio FedEx es un servicio que puede realizarlo mucha gente, de hecho lo vemos en la competencia

excelente y muy respetada. Sin embargo, la gente elige FedEx. Eso es porque cada una de las personas que tratamos con clientes internos y externos estamos en la búsqueda de la excelencia.

¿Cuáles son esas acciones que siguen día a día cada uno de los empleados de FedEx para alcanzar la excelencia?

En realidad, las acciones pasan por el buen trato. No es que los gerentes tengan pautas establecidas de vocabulario adecuado, cantidad de contactos con cada persona. Hay un ideal de cuánta comunicación hay que tener; pero, básicamente, uno de los procesos críticos de RRHH, y donde más nos involucramos, es en el proceso de selección. No sólo de las personas que entran sino, también, de las que promovemos internamente. **Si vos seleccionás a las personas que tienen los valores y sentimientos adecuados, el resto lo podés enseñar.** Y esas personas bien seleccionadas van a reflejar en su día a día la filosofía, las políticas y el espíritu de ellas mismas muy similar al que desea FedEx. Aquí no hay modelos a seguir como no usar apodos, preguntar por la familia una vez por mes, etc. Te sentís tan cómodo, comulgás tanto con la filosofía del people- service- profits, que te acercás a la gente, preguntás, te preocupás, escuchás, tratás de ayudar y demostrás que estás ahí porque son realmente importantes.

Giménez Zapiola, Gerente General, ha emitido dos afirmaciones muy contundentes: “es un buen negocio ser un buen empleador” y “ser un buen empleador es clave para la retención”. ¿Cuál es la definición de Buen Empleador para FedEx?

Tener **credibilidad en lo que hacés**, la gente tiene que confiar que hacés y que vas a hacer lo que vos decís y

no politiquería. **Transparencia** y tratar a la gente con **justicia y respeto**. Dar sentido al día a día de la gente. Promover y enseñar al empleado, permitiendo que crezca y demostrando que su trabajo es de suma importancia para el todo. Generar, así, una vivencia de orgullo en lo personal, hacer que la gente se sienta útil siendo parte de una cadena virtuosa.

¿Ser buen empleador retiene a los empleados?

La retención es una consecuencia. Fred Smith planteaba que tratar bien a las personas no es sólo lo correcto, lo que se debe hacer moralmente, sino que es una buena decisión de negocios. Esto está demostrado, el Great Place To Work® tiene estadísticas sobre esto, **las empresas que son un buen lugar para trabajar tienen un mejor rendimiento económico**. La rotación tiene un costo muy elevado para las empresas, si vos sos un buen empleador, y lográs retener a tu gente, bajás el costo asociado e impactás positivamente las finanzas. En FedEx tenemos 1% de rotación anual. Es un índice realmente bajo. Creo que esto habla de que el ser un buen empleador es un buen negocio.

¿Cuál es el rol de EAP en la filosofía de FedEx?

El EAP para nosotros es un socio ideal, se lleva excelentemente bien con nuestra filosofía y ayuda muchísimo a los gerentes en su diálogo y ayuda a los empleados. Es algo que constantemente tienen presente, tienen un incidente lamentable en la ruta, un acto de violencia, un problema familiar e inmediatamente se recomienda en primer lugar al EAP. Esto no quiere decir que todos los empleados usen necesariamente el EAP, pero sí que **nos ha ayudado como herramienta para contener a los empleados que realmente tienen necesidad**.

¿Cómo llegaron al EAP?

Fue concurrente, nosotros habíamos empezado una búsqueda local y al mismo tiempo la corporación, que ya tenía un programa similar en Estados Unidos y la zona del Caribe, decidió que ya era hora de implementar este beneficio al resto de Latinoamérica. La corporación comenzó a hacer la investigación y FedEx Argentina, a la vez, se había puesto en contacto con EAP LatinA debido a un incidente crítico sufrido por un empleado que necesitaba apoyo.

¿Qué experiencia tuvieron con el EAP?

Es un beneficio, sin dudas. En cuanto a su utilización nadie más que yo recibe informes sólo de manera estadística y sé cuánto se utiliza. **Sé que hay mucha difusión por parte de los gerentes que lo han incorporado como herramienta para ayudar a su gente. Hemos usado el EAP en planes de mejora con empleados que tenían problemas** de desempeño por temas varios que generaban ausentismo excesivo, llegadas tarde, distracción en el manejo y por ende altas chances de sufrir un accidente de tránsito. Cuando se identifica en un proceso de mejoras que hay un problema, el EAP se recomienda como parte del plan de acción de a esta persona para que encuentre una solución. Lo tenemos muy presente. En cuanto a la utilización, lo que más se precisa es confidencialidad para que la gente confíe y lo use. Necesitás trabajar en un ambiente de muchísima confianza. ¿Quién te dice que usás el servicio, contás que tenés un problema de adicción y no van a contarle a tu jefe? Dada la sensibilidad de los problemas humanos, la **confidencialidad** y el demostrar que ella está garantizada, hace que la gente confíe, sepa que la intención de la empresa nunca es hacer daño, y pueda, así, usar libremente el EAP. Al menos esta es la experiencia en FedEx.

¿Por qué mantienen el EAP con el paso del tiempo?

Por la relación intensidad frecuencia. Yo creo **que la frecuencia de utilización puede ser vista como baja o alta pero la intensidad del caso, lo que vos solucionaste o evitaste que sucediera, es altamente intenso y tiene un gran valor**. Cuando nosotros lo usamos en nuestros planes de acción tiene un valor inmenso para nosotros. Cuando alguien tiene un accidente de tránsito por problemas personales corre riesgo ella, pone en riesgo a terceros y provoca daños materiales. Si la empresa con esta herramienta evita alguna de estas situaciones y los consecuentes perjuicios físicos, psicológicos, morales y económicos... si la pregunta era cuál es el valor de tener EAP, creo que ahí está la respuesta. Si tenés un empleado que está mal, todos los días desmotivado, con sus problemas personales y familiares contamina el sector o al menos al grupo de compañeros y afecta el trabajo transmitiendo su malestar, realizando un trabajo inferior en calidad disminuyendo su atención al cliente, etc. Si el EAP ayuda a esta persona a mejorar su situación... ¿Quién puede decir cuánto dinero y energía se ahorran?

¿Qué rescataría como mayor ventaja del EAP?

Absolutamente, su valor preventivo. Si se logra que la gente busque ayuda profesional antes que sus problemas se transformen en grandes problemas, el EAP es de alto impacto. Dar una ayuda profesional, más allá de lo que podamos colaborar como compañeros, es la gran ventaja. Parece mínimo, pero es muy importante cuando los empleados se notan contenidos, escuchados, y se sienten mejor por esa ayuda que se le brinda. **EAP es un factor para nosotros muy importante en el paquete de beneficios, transmite a nuestros empleados que nos importan y no sólo ellos, sino a también la familia**.

Sergio Sosa, Director de RRHH en Argentina y de los RRHH de Latinoamérica en sector ventas de **American Express**, brindó una entrevista donde planteó aquello que a su criterio diferencia a **Amex** del resto de las empresas. Para él no es la maquinaria, ni la marca, sino la calidad de la gente que trabaja lo que hace la diferencia. En sus palabras: **“En productos como los nuestros, lo más importante es la calidad del servicio y esto lo brindan todas las personas que trabajan en la compañía”**. Sosa prefiere hablar más de empleados comprometidos que satisfechos. Considera que un empleado satisfecho no es suficiente para que una empresa logre destacarse del modo en que su empresa lo hace. El esfuerzo debe estar puesto al servicio de crear compromiso, tanto de un lado (empleador) como del otro (empleado). Si se logra el compromiso, se puede tener acceso al éxito porque en el compromiso hay un ida y vuelta, esto se observa en la responsabilidad personal de todos los días. Todos ganamos. La gestión de Sergio Sosa y su equipo profesional, está al servicio de generar esa vivencia de compromiso a través de varios frentes: compensaciones y beneficios, diversidad, programas de reconocimiento, work life balance (balance vida personal laboral), comunicaciones y desarrollo de talentos entre otros. Dentro del Programa Work Life Balance, Sosa resalta la necesidad de trabajar con compromiso en temas tales como familia, salud, calidad de vida, opinión, deportes y entretenimiento. El objetivo es dar la mayor cantidad de oportunidades para que los empleados se desarrollen como personas y empleados. Es dentro de esta idea fundacional, el trabajar constantemente por crear siempre una vivencia de compromiso real, donde para **Amex** se instala el EAP (Programa de Asistencia al Empleado), como un programa más que ayuda al equilibrio vida personal y laboral.

El compromiso es la clave para el éxito

Ubicada en el primer puesto del Ranking 2007, elaborado por “Great Place to Work” en Argentina, **American Express** es considerada hoy referente en materia de diseño de políticas de Recursos Humanos. En EAP tenemos el honor de poder desarrollar el Programa de Asistencia al Empleado desde el año 2005 junto a **American Express**.



Sergio Sosa,
Director de RRHH en Argentina
y de los RRHH de Latinoamérica
en Sector Ventas.

¿Por qué American Express implementó un programa de asistencia al empleado?

Este programa vino a suplir una problemática en donde creíamos que no estábamos haciendo muy bien las cosas porque, sencillamente, precisaban de un marco altamente profesional y confidencial. **Profesionalidad y confidencialidad son los ejes más importantes de este programa**. El EAP cubre una necesidad de los empleados que, muchas veces, no está prevista o cubierta en forma adecuada. Las personas tenemos problemas y siempre es bueno que esos problemas se abarquen con seriedad, profesionalidad, objetividad y confidencialidad.

¿Cuál fue el punto clave para la decisión?

El tema fue pensar en el volumen y crecimiento que tenía la empresa. Las personas, tanto sea por la compañía y su dimensión, y porqué no, por

estar inmersas en una ciudad como Buenos Aires, necesitan enfrentar frecuentemente problemas. Por ello, teníamos que abocarnos a tratar ciertos problemas desde el punto de vista social, psicológico, legal, financiero, económico. En **American Express** no creemos en la compañía todo poderosa, que todo lo puede hacer; somos concientes que para determinados temas privados e individuales, profesionales externos podían dar un asesoramiento y una solución con mayor rapidez y eficacia, pero sobre todo con absoluta confidencialidad. Muchas veces, hay temas que las personas no quieren compartir con la compañía y para poder ayudarlos, la empresa puede dar un servicio externo que sea confidencial y confiable. Es decir, no hay una causa indiscutible del porqué tener el programa, es un conjunto, **nos brinda un servicio con una seriedad a la que está acostumbrada a trabajar American Express**, y por sobre todo vuelvo a recalcar con profesionalidad y confidencialidad que es lo que más buscábamos.

¿Cuáles son los resultados?

Este tipo de servicios es muy difícil de controlar y monitorear dada su naturaleza. Se trata de brindar el programa manteniendo la confidencialidad por sobre todas las cosas. Sí podemos decir que todos los comentarios han sido positivos. **Muchas compañías deberían adoptarlo porque puede dar un valor agregado, brindando un servicio de calidad, externo a la empresa lo que implica**

mayor confidencialidad a la vez que se reafirma el compromiso de ocuparse de la calidad de vida de sus trabajadores.

¿Cuáles son las ventajas de implementar un EAP?

Ayuda a descomprimir necesidades que se tienen por parte de los empleados, en áreas donde la empresa no siempre está capacitada. Hay que aclarar algo, siempre que se hace un asesoramiento por parte de un director o gerente implica un compromiso por parte de la compañía; entonces, tener un servicio profesional externo es asumir un compromiso mayor en tanto y en cuanto los profesionales contratados se capacitan y disponen del tiempo necesario para tratar esos temas particulares. También, como dije antes, la confidencialidad permite que las personas se animen a tratar temas que de otra forma tal vez no tratarían. Así, en realidad, pasa por ser más responsables dándoselo a una persona que lo puede hacer mejor, aconsejar de favor no es ser responsable. A veces, uno no toma la real dimensión; un ejemplo es cuando suceden cosas más globales dentro de una compañía, el EAP es un centro de canalización de ciertos temas que sin duda los van a saber manejar mejor que cualquiera de nosotros por la profesionalidad. Creemos que tener un contacto de tipo paternalista tampoco es la cuestión, **este programa es neutro y se le da a todos de la misma manera y para todos por igual.**

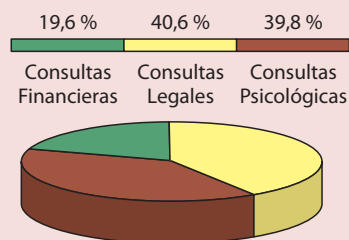
Es notable cómo algunas personas consideran que el EAP es una extensión del paternalismo y otras piensan que es justamente una salida del paternalismo.

No es una cuestión paternalista, vamos a ser sinceros, el mundo está cambiando permanentemente. Tener una visión de management de hace 15 años no es la visión de **American Express**; los estilos cambian permanentemente y también los paradigmas. En el mundo de hoy la gente tiene sus problemas y, aunque la compañía se ocupe o no, la gente los sigue teniendo igual. Paternalismo era intentar resolver todo y que la gente dependa absolutamente de la empresa. **Darles el EAP es brindar una herramienta externa que los puede ayudar**, es el empleado el que decide usarlo en forma voluntaria y, por eso, no es paternalismo ya que la responsabilidad de tomarlo o no es del individuo. La empresa no aconseja, ni dice, ni recomienda. En algún momento se creyó que con aumentar el sueldo, la gente se arreglaba. El dinero no compra un gracias a tiempo, ni una conversación de feedback con un empleado. **Para American Express, el EAP es un servicio básico para los empleados que tengan algún tipo de inconveniente y puedan llegar a tener una solución, recomendación u orientación a su problema en forma estrictamente voluntaria, profesional y confidencial.**

¿Qué problemas plantea la gente al EAP en Argentina?

- **40.6 % son consultas legales.** Los temas más usuales: familia (separación, divorcio, sucesión y pensión alimentaria); contratos de compraventa de inmuebles y de alquiler; temas referidos al personal doméstico.
- **39.8 % pertenece al área psicológica.** Temas más frecuentes: problemas familiares (relacionados con los hijos pequeños y adolescentes, relación de pareja, separación y divorcio); stress, angustia, depresión, ansiedad y adicciones. Poco a poco se incrementan las consultas gerenciales para recibir asesoramiento sobre cómo manejarse con empleados con problemas personales.
- **19.6 % atañe al área financiera.** Es el área más sensible a las contingencias del momento. Así como en 2002 las consultas se referían al corralito, en el 2007 fueron por temas impositivos y previsionales. Refinanciación de deudas y obtención de créditos son temas muy usuales.

Sobre una muestra de 10 empresas y 18.000 vidas cubiertas en 2007



“Innovación y Calidad de Vida en el rubro del Retail”

“La experiencia Wal-Mart”

Wal-Mart, empresa del rubro retail o supermecadista, como se conoce en español, tiene alrededor del mundo más de 7.200 tiendas y emplea a más de 1.9 millones de personas. En Argentina, iniciaron sus actividades en el año 1995 y en la actualidad cuenta con 8.500 asociados.

Tiene como objetivo transformarse en el mejor lugar para trabajar en nuestro país. Con esta consigna, posee un grupo de personas abocado en gran medida a reforzar y desarrollar en forma sostenida los beneficios y las compensaciones de sus asociados (manera comprometida de llamar a sus trabajadores).

A continuación **EAP News** comparte una entrevista realizada a **Ana Laura Delbarba**, Gerente Divisional de Compensaciones y Beneficios de **Wal-Mart**, y a **Daniel Torriño**, Analista Senior. A través de ellos, **Wal-Mart** desde mayo del 2007 brinda a sus asociados el programa de asistencia al empleado, bautizado como el **PAA (Programa de Asistencia al Asociado)**.



Ana Laura Delbarba,
Gerente Divisional
de Compensaciones y Beneficios.
Daniel Torriño,
Analista Senior.

¿Cuáles son los lineamientos básicos, valores e ideas que guían el trabajo diario de Beneficios y Compensaciones en Wal-Mart?

Wal-Mart busca mejorar la calidad de vida de los asociados, en todas las instancias posibles y a través de propuestas de valor e innovadoras. Básicamente, en materia de beneficios y compensaciones, el fin es ser competitivos creando “paquetes de compensación total”, manteniendo siempre una coherencia con la realidad laboral que ofrece el mercado actual. Consecuentemente, además de los programas de remuneración variable que abarcan a la totalidad de la Cia. tanto en Tiendas como en la Casa Central, poseen beneficios corporativos, estables y estacionarios. En los tiempos en los que vivimos el Área de Compensaciones y Beneficios enfrenta grandes desafíos. Desde nuestra cultura, Sam Walton, nuestro fundador determinó como pilares del día a día para un negocio exitoso, motivar a los asociados, comunicar y festejar los éxitos. El respeto por el individuo, ya sea externo o interno, es muy fuerte y muy marcado. Es por eso que esta **compañía está focalizada en el cuidado de la persona por sobre cualquier otra cosa.** En el convencimiento de esta filosofía se concibe como una alternativa innovadora y efectiva, implementar el EAP, copiando en alguna medida el modelo que estaba en EEUU con un programa similar. **A través del PAA (así fue bautizado en WM) ha quedado demostrado que es voluntad de la compañía estar presente en los sucesos de la vida de los asociados.**

¿Cuáles son los desafíos que enfrentan desde Beneficios y Compensaciones?

Tal vez uno de los desafíos que plantea la realidad actual es diferenciar aquellos beneficios que la compañía brinda de lo que por ley o por imperio de las circunstancias se esta obligado a otorgar. En el marco de un contexto sindical, con gremios muy presentes, activos y demandantes es muy difícil marcar el límite de “hasta acá me corresponde y de acá en adelante es un beneficio”; porque muchos de estos beneficios se incorporan como un derecho adquirido, cuando en realidad son un beneficio que la Cia. decide dar para diferenciarse. No obstante, se trabaja mucho en la comunicación y en la información al asociado para que el mismo perciba que un beneficio es un beneficio.

¿Cuál es la manera de implementar los beneficios?

Culturalmente, esta es una compañía que ha hecho de la comunicación abierta una práctica común. Consecuentemente, las tiendas tienen reuniones diarias que las dirige el director donde, además de hablar de resultados y mantener el espíritu de sus equipos de trabajo, tienen la posibilidad de hacer un up-date de la información sobre cualquier programa o política que eventualmente pueda ser implementada, comunicando efectivamente y en forma personal. Cuando se implementó el PAA se recorrieron varias tiendas con excelentes resultados, hablando directamente a los asociados y dando a conocer el nuevo servicio.

¿Por qué decidieron ofrecer el Programa de Asistencia?

En sus orígenes, la implementación surgió a través de la matriz de la empresa. En todo momento la idea siempre fue trabajar sobre todo en la calidad de vida de los asociados, otorgarle adicionales a su salario que puedan mejorar su calidad de vida

laboral; y por otro lado, también se implementó algo que se debe tener presente todos los días: “la innovación”. **Wal-Mart es hoy la única compañía de retail que posee un programa en este sentido.**

¿Cuál es la experiencia de Wal-Mart con el PAA?

A casi un año de haber implementado este programa, nos damos cuenta que nos ha servido mucho más que un programa de beneficios. Wal-Mart está en un proceso de pleno crecimiento, este programa nos ha ayudado a brindar una cordial bienvenida con una propuesta innovadora frente a los casi 400 nuevos Asociados que son incorporados cada vez que abrimos una Tienda y es muy valorado por ellos. Por otro lado nos ayuda a entender cuales son las problemáticas a las que debemos dar respuesta o soporte, ya sea desde el asesoramiento legal, impositivo, psicológico, y porqué no desde el liderazgo. Hemos podido darle usos alternativos, como ser durante el proceso de fusión que hemos tenido el año pasado como línea de asesoramiento ante las consultas más comunes que nuestros Asociados puedan tener, como así también hemos puesto la línea a disposición en momento críticos o hechos puntuales en algunas Tiendas que nos requirieron que los Asociados sean atendidos de manera exclusiva y confidencial. La línea de atención es gratuita, es confidencial y creo que el programa ha logrado ganarse su lugar en la Cia.

¿Qué resultados obtuvieron con la aplicación de este beneficio?

Los resultados están a la vista. El lanzamiento tuvo una repercusión extraordinaria teniendo durante los 4 primeros meses un índice altísimo de uso, cerrando el primer año con una utilización muy aceptable. Día a día se reciben muchos y muy buenos comentarios desde los usuarios a la compañía sobre el uso del Programa.

Obviamente que el EAP, es un ejem-

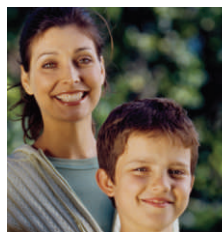
plo -resume Delbarba- de una de las diferencias entre la vieja y la nueva escuela de RRHH. Esta dicotomía entre la escuela paternalista vs. la escuela profesional es la diferenciación más relevante. Antes, el gerente de RRHH se conocía de memoria a todos y cada uno de sus empleados con el background correspondiente. **El EAP es seguir estando a disposición y no alejarse pero agregándole un valor profesional.** Cubre las áreas que anteriormente daban ese soporte adicional y no eran una responsabilidad estricta, pero en el día a día se manifestaba la necesidad.

En **Wal-Mart**, el PAA permite que esas áreas que antes brindaban el asesoramiento, hoy se dediquen exclusivamente a su gestión. **Se optimiza tiempo y calidad**, un abogado o un psicólogo en la empresa están para llevar adelante otros temas que tengan que ver con el negocio de la empresa, por eso, para ayudarlos se pone a disposición un recurso externo, confidencial y profesional que asista las necesidades de los asociados. Rompe con el modelo paternalista, sin dejar de lado a los asociados. Sin dudas, para la empresa, es necesario que la gente sepa que cuando un asociado se enfrenta a una compra o venta de un automóvil, por citar un ejemplo bastante frecuente, en vez de preguntarle a un amigo, puede llamar al PAA y recibir el asesoramiento de un profesional.

¿Qué desafíos plantea el PAA?

El gran desafío es que todos estén pensando en cómo mantenerlo vigente. “No se trata de promoverlo sino de patrocinarlo. Es importante que cada Gerente, Jefe o Coordinador sepa que es una de las herramientas que tiene para resolver problemas con los asociados, porque esto permitirá que el PAA viva y cumpla con su objetivo”.

En conclusión, para Ana Laura Delbarba y Daniel Torrillo, se trata de **“Ayudar a resolver problemas para que los asociados tengan una mejor calidad de vida”.**



Resultados y Satisfacción del Usuario

EAP LatinA realiza en forma constante una encuesta de resultados y satisfacción a sus clientes. En el año 2007 respondió el 40% de los usuarios.

- El **76%** de las personas dijo haber resuelto el problema por el que consultó.
- El **20%** dijo que el servicio le fue útil para saber qué estaba pasando y cómo debía resolver su problema.
- El **4%** sostuvo que el servicio no le aportó mayor información que la que ya conocía para resolver su situación.
- El **98%** de nuestros usuarios dijo que el servicio cumplió con sus expectativas.
- El **99%** manifestó que recomendaría el programa y que volvería a utilizarlo.

* EAP LatinA agradece a la Sra. Ana Laura Delbarba y al Sr. Daniel Torrillo por su predisposición, tiempo y colaboración para realizar esta nota.

¿Se utiliza el EAP?

La experiencia de EAP LatinA en el año 2007

Desde el año 1997, EAP LatinA se fue desarrollando como una red de profesionales latinoamericanos dedicados a desarrollar la vocación de asistencia al empleado y a proveer servicios a compañías tanto multinacionales como nacionales de muy diversos rubros.

Actualmente:

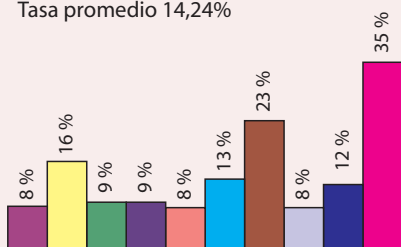
- Nuestra red supera los 1.500 profesionales.
- EAP LatinA sirve a más de 400.000 vidas.
- Ofrecemos servicios en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Venezuela y Uruguay.

Durante el año 2007, en Argentina, hemos desarrollado el EAP en un número considerable de empresas. Observamos que existe una tendencia a medir la efectividad del programa en términos de frecuencia de uso. Si bien la utilización es sólo una de las variables que deberían tenerse en cuenta a la hora de medir la efectividad y conveniencia de tener un Programa de Asistencia al Empleado, es bueno compartir la estadística para definir qué es un uso promedio o razonable.

¿Qué utilización tiene el EAP en Argentina?¹

Empresas modelo en Argentina

Tasa promedio 14,24%



Una utilización del 12 % significa que se reciben 12 casos al año cada 100 empleados cubiertos. A nivel internacional, en el año 2007, los contratos se negociaron a una tasa estimada de entre el 5 y el 8%. En Argentina, tal como vemos, la tasa suele ser mayor. Sin embargo, la utilización suele ser muy variable. Esta variabilidad responde a dos cuestiones básicas:

▪ La difusión del servicio.

El EAP es un servicio muy sensible a la difusión. Cuanto más se difunde más se usa. La difusión no es hacer propaganda sino lograr que el EAP esté siempre presente en forma de asistencia real. El EAP debe dar respuesta a los problemas actuales que la gente va teniendo. Proveedor y empresa cliente deben trabajar juntos para que esto suceda.

▪ El grado de aceptación en la gama gerencial del EAP.

Si gerentes y mandos medios asumen al EAP como una herramienta de resolución de problemas, ellos utilizarán el EAP para recibir consejo profesional sobre cómo lidiar con los problemas personales de su gente y cómo ayudar para que ellos resuelvan su situación o consulten al programa.

Otros puntos a considerar son el número de empleados, su distribución geográfica y nivel de educación de los empleados. Así, a mayor número de empleados, mayor dispersión geográfica y menor nivel de educación, más esfuerzos deben hacerse por difundir correctamente el servicio. Se puede concluir que en la experiencia de EAP LatinA el EAP suele usarse más que el promedio internacional, sin embargo, esto requiere de un esfuerzo mutuo entre EAP y la empresa cliente.

Romina Herrera

Área Comunicaciones
EAP LatinA

¹ Muestra 2007 en Argentina
Número de empresas tomadas: 10
Número de empleados cubiertos: 18.000

Frases con humor

- “Cuando una persona más se acerca a la perfección es cuando llena una solicitud de empleo”.

Stanley J. Randall

- “Antes de casarme tenía seis teorías sobre la crianza de los hijos, ahora tengo seis hijos y no tengo teorías”.

John Wilmot

- “Me preocupo por mi marido que no ha cenado bien
Me preocupo por mi marido que *no hace nada bien*”.

Adolfo Caballero

Suscribase



Disribución electrónica gratuita

EAP News

es un newsletter mensual cuyo objetivo es desarrollar temas estrictamente profesionales de contenido relativo a la relación **bienestar-salud-productividad.**

Ingresa a nuestra página

www.eaplatina.com

y suscribase en la sección **EAP News.**

Desde sus comienzos en 1997, **EAP Latina Corporation**
es reconocida como empresa líder en la provisión de
Programas de Asistencia al Empleado.

Av. del Libertador 6049 Piso 1° A
(C1428ARD) Buenos Aires - Argentina
Tel/Fax: (+54 11) 4706-0527
E-mail: eap@eaplatina.com / Web: www.eaplatina.com