

Informe sobre estrategias de promoción de la actividad física en el entorno laboral



Autor:

GRUPO GENUD TOLEDO (UNIVERSIDAD CASTILLA-LA MANCHA)

Coordinadores:

Dr. Ignacio Ara Royo

Dr. Asier Mañas Bote

D. Javier Leal Martín

Dña. Paola Gómez Redondo

Colaboradores:

España se Mueve

Círculo de Empresarios

Asociación Española de Directores de Recursos Humanos (AEDRH)

Gympass

Grant Thornton

Fecha:

14 de junio de 2021

Lugar:

Planta SS Castellana 81 (Madrid)

Edición y composición:

XXX

Índice

1	Justificación y objetivos	Pág. 04
2	Metodología	Pág. 08
3	Resultados	Pág. 10
4	Conclusiones	Pág. 18
5	Referencias	Pág. 20

01

Justificación y
objetivos

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la actividad física como (OMS, 2018): “cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía”. Según esta organización, la inactividad física es uno de los principales factores de riesgo de mortalidad por enfermedades no transmisibles. Concretamente señala que “aquellas personas que realizan bajos niveles de actividad física tienen un riesgo de mortalidad entre un 20% y un 30% mayor al compararlas con aquellas personas que realizan un nivel suficiente de actividad física”. Sin embargo, según un informe realizado por la Unión Europea, el 60% y el 67% de los españoles no practica ningún tipo de actividad física moderada o vigorosa, respectivamente (Union, 2017).

En este sentido, y circunscribiéndonos al ámbito laboral, se estima que los trabajadores a tiempo completo suelen pasar aproximadamente un tercio del día en el lugar de trabajo (Tudor-Locke, Leonardi, Johnson, & Katzmarzyk, 2011), lo que se ha comprobado que está asociado con más tiempo sentado y menos tiempo caminando/de pie que los días de ocio (McCrary & Levine, 2009). No contrarrestar este tipo de conductas, podría provocar la adopción de comportamientos sedentarios en el entorno laboral, reduciendo el incentivo para la realización de actividad física (Hupin et al., 2019).

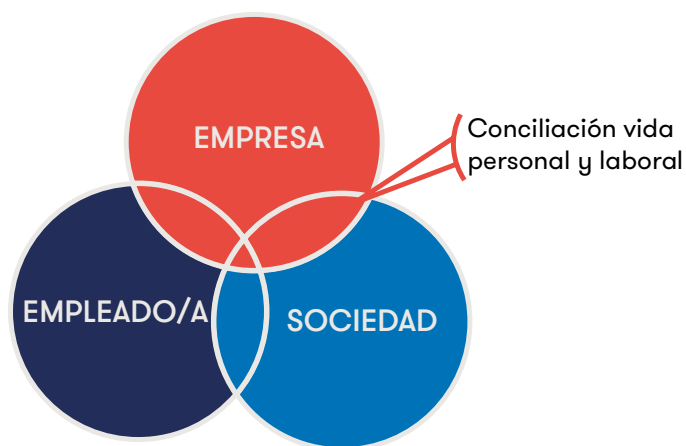
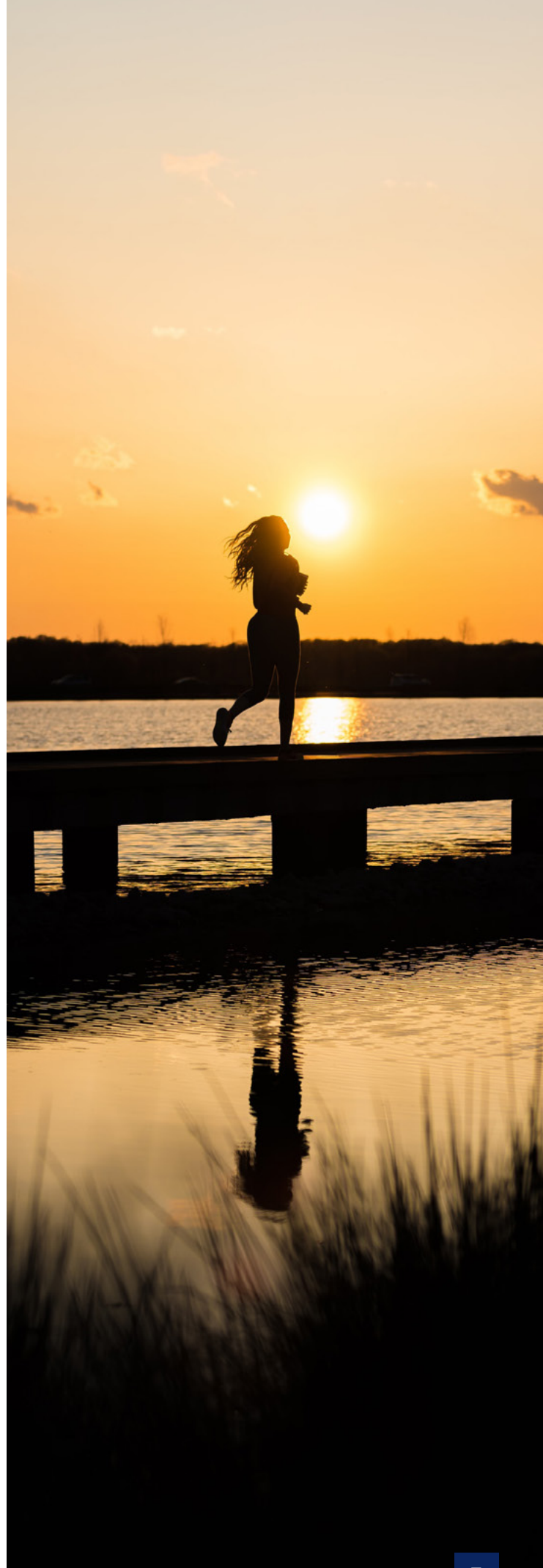


Figura 1 | Enfoques que contribuyen en la práctica de actividad física en el ámbito laboral. (Fuente: Adaptado de Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte Versión 1, Deporte en el Ámbito Laboral, 2009).

Los empleados en ocupaciones sedentarias son sedentarios durante aproximadamente 11 horas al día (Tudor-Locke et al., 2011), lo que supone un tiempo limitado para alcanzar los niveles recomendados de actividad física. Por consiguiente, las empresas tienen la oportunidad de fomentar la práctica de ejercicio, especialmente sabiendo que la evidencia señala que puede tener beneficios en el empleado, la empresa y la sociedad (Tabla 1).

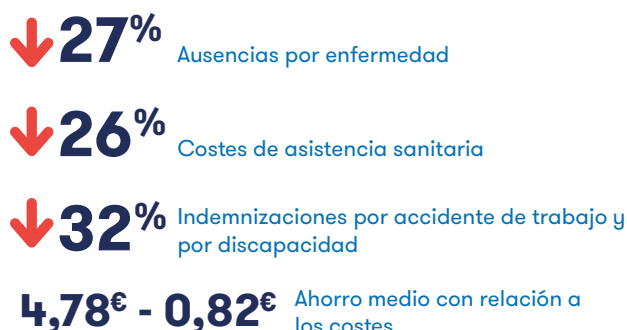
Tal y como detallaron Ríos et al. (2009) en el Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte Versión 1, Deporte en el Ámbito Laboral, la finalidad que se persigue con la práctica de la actividad física en el lugar de trabajo varía en función de quién tenga el enfoque (véase en Figura 1 y Tabla 1).



En este sentido, existen diversas estrategias que se pueden desarrollar desde el ámbito laboral para promocionar la actividad física, como: (1) Mejorar los equipamientos y las infraestructuras para actividades recreativas dentro del entorno laboral (salón para clases colectivas, gimnasio, entrenadores personales, programas de bienestar corporativo, etc.); (2) Limitar el uso de los ascensores como medio de traslado dentro del área laboral, fomentando el uso de escaleras; (3) Realización de pausas activas autónomas en el entorno laboral, facilitando el equipamiento e indumentaria para las mismas; (4) Pago de la cuota periódica de un programa de deporte por parte de la empresa; (5) Patrocinio y conformación de equipos para prácticas deportivas (*running*, ciclismo, baloncesto, etc.).

Cabe destacar, en este sentido, el informe de la OMS y el Foro Económico Mundial sobre un evento conjunto (2008) denominado “Prevención de las enfermedades no transmisibles en el lugar de trabajo a través del régimen alimentario y la actividad física”, al señalar que las estrategias de promoción de la salud en el lugar de trabajo consiguen reducir los costes médicos y aquellos relacionados con el absentismo laboral en un 25-30%, durante un periodo promedio de unos 3,6 años (Chapman, 2003).

Principales conclusiones:



Además, de acuerdo con Tolonen, Rahkonen y Lahti (2017), los empleados muy activos tenían menos bajas por enfermedad que los menos activos, siendo el coste directo de la baja por enfermedad de un empleado muy activo 404€ menos que el de un empleado inactivo.

La evidencia científica ha demostrado que la práctica de actividad física en el lugar de trabajo reporta numerosos beneficios para la empresa, la salud de los empleados y la sociedad (véase en Tabla 1 y Figura 2).

Vinculados al EMPLEADO/A:	Vinculados a la EMPRESA:	Vinculados a la SOCIEDAD:
<ol style="list-style-type: none"> 1 Descenso del riesgo cardiovascular y cerebrovascular (Hupin et al., 2019). 2 Cambios fisiológicos a corto plazo (Dupont et al., 2019). 3 Disminución de la presión arterial ambulatoria y aumento del gasto de energía durante la jornada laboral (Dupont et al., 2019). 4 Mejora del bienestar psicológico (Abdin, Welch, Byron-Daniel, & Meyrick, 2018). 5 Reducción significativa del peso corporal, el IMC y la circunferencia de la cintura (Mulchandani et al., 2019). 6 Disminución significativa del dolor musculoesquelético general y el dolor de cuello y hombros (Moreira-Silva et al., 2016). 7 Efectos significativamente positivos en la aptitud, niveles de lípidos y medidas antropométricas (Conn, Hafdahl, Cooper, Brown, & Lusk, 2009). 8 Una intervención basada en el uso de podómetros produce efectos positivos en la actividad física y la salud de los empleados (Freak-Poli, Cumpston, Albarqouni, Clemes, & Peeters, 2020). 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Beneficios de productividad a corto plazo (Dupont et al., 2019). 2 Menor absentismo laboral por enfermedad (Losina, Yang, Deshpande, Katz, & Collins, 2017). 3 Influye positivamente en los resultados relacionados con el trabajo (productividad, el desempeño laboral y la capacidad de trabajo de los empleados), especialmente en el absentismo (Grimani, Aboagye, & Kwak, 2019). 4 La actividad física constituye un medio eficaz para la reducción del conocido síndrome del “burnout” o agotamiento (Naczenski, Vries, Hooff, & Kompier, 2017). 5 Efectos significativamente positivos en la asistencia al trabajo y estrés laboral (Conn et al., 2009). 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Incrementa los índices de práctica deportiva en la población. 2 Facilita el acceso a la práctica de los más desfavorecidos. 3 Impulsa la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte Versión 1, Deporte en el Ámbito Laboral, 2009).
<p>Vinculación TRANSVERSAL: Búsqueda de la conciliación de la vida personal y la vida laboral.</p>		

Así, las empresas que tienen como política promover un programa de actividad física regular para sus empleados obtienen los siguientes beneficios (Alejandro & Vargas Parga, 2017):

- 1 | Son más atentos, creativos y competitivos
- 2 | Mejoran su rendimiento intelectual
- 3 | Potencian su sistema inmunitario y disminuye el índice de absentismo
- 4 | Promueven su autoestima, lo que facilita un clima agradable
- 5 | Las personas se divierten y se integran
- 6 | Mejoran la comunicación y la rapidez en la toma de decisiones



Figura 2 | Beneficios de la práctica de actividad física en la empresa. (Fuente: adaptado de Edington (1995)).

Conociendo la importancia y beneficios de la promoción de la actividad física en el ámbito laboral, España se Mueve ha encargado el "Informe sobre estrategias de promoción de actividad física en el entorno laboral" al Grupo de Investigación GENUUD Toledo de la Universidad de Castilla-La Mancha, con el objetivo de analizar la situación en este ámbito, en relación con la de los países de nuestro entorno y a la petición por parte de la Unión Europea de contemplar en los Informes No Financieros de las Empresas la actividad física junto a otras políticas o acciones en materia de sostenibilidad, acción social, etc. Se trata de un estudio pionero en esta materia, que trata de contribuir al desarrollo de un entorno laboral más saludable que redunde en una mejora del bienestar y de la productividad en las empresas españolas.



02

Metodología

A Obtención de la muestra

Para la realización del estudio se contó con la participación de empresas y entidades colaboradoras vinculadas al Círculo de Empresarios y promovido por España se Mueve, la Asociación Española de Directores de Recursos Humanos (AEDRH) y las empresas Gympass y Grant Thornton. El Círculo de Empresarios es un Proyecto Colectivo de Responsabilidad Empresarial integrado por más de doscientos altos ejecutivos de las principales empresas que operan en España, tanto nacionales como multinacionales, cuya finalidad es estudiar, divulgar y promocionar la función de la libre empresa, del papel del empresario y de la importancia del espíritu emprendedor. España se Mueve es una asociación sin ánimo de lucro cuyo principal objetivo es el de incentivar, promocionar y organizar diferentes intervenciones en el ámbito de la práctica de actividad física y estilos de vida saludables, con el objetivo de mejorar la salud física y mental en la sociedad. La Asociación Española de Directores de Recursos Humanos (AEDRH) es una organización creada con la finalidad de promocionar y desarrollar la función directiva de RRHH, así como facilitar el intercambio y la divulgación de conocimientos en materia de gestión de personas. Asimismo, cuenta con el respaldo de Gympass, la plataforma de bienestar corporativo y de la empresa Grant Thornton.



B Recogida de la información

El procedimiento de obtención de información se realizó a través de la administración de un cuestionario a través de una plataforma *online*. Para ello, se contó con la colaboración y asesoramiento de investigadores expertos sobre actividad física y deporte, provenientes del Grupo de Investigación GENUUD Toledo, de la Facultad de Ciencias del Deporte ubicada en la Universidad de Castilla-La Mancha.

El procedimiento seguido para la cumplimentación de dichos cuestionarios fue el siguiente:

- Envío de correo electrónico informativo a los responsables de la empresa. En él se detallaba toda la información relativa al estudio, además de las indicaciones e información de acceso y cumplimentación del cuestionario. En caso de acceder a participar, la empresa procedió con la siguiente fase. El responsable de la empresa accedió a la plataforma *online* y, de acuerdo con las indicaciones del cuestionario, contestó a las preguntas formuladas. Una vez cumplimentado el cuestionario, finalizó su envío. El cuestionario fue diseñado para poder conocer el grado de implantación de estrategias de promoción de actividad física en trabajadores de empresas españolas. Un total de 17 preguntas conformaron inicialmente el cuestionario. Sin embargo, por motivo de la emergencia sanitaria atribuida a la pandemia COVID-19, fueron incluidas tres preguntas adicionales (20 preguntas). Estas preguntas fueron implementadas para precisar aspectos relacionados con la implantación de estrategias de promoción de actividad física en un escenario de teletrabajo. De manera general, todas las preguntas pueden agruparse en seis apartados distintos:

- I Características generales de las empresas o entidades colaboradoras (cinco preguntas).
- II Implantación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa (siete preguntas).
- III Evaluación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa (una pregunta).
- IV Incentivos de instituciones u organismos públicos para la aplicación de estrategias de promoción de la actividad física en la empresa (tres preguntas).
- V Barreras y obstáculos encontrados durante la aplicación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa (una pregunta).
- VI Estrategias de promoción de actividad física, COVID-19 y teletrabajo (tres preguntas).

C Organización y análisis de datos

Una vez finalizada la etapa de recogida de datos, se procedió al procesamiento de la información obtenida y a la elaboración de la base de datos. Cada una de las preguntas y respuestas fueron tabuladas en filas y columnas para, posteriormente, ser transformadas en variables categóricas o dicotómicas. Finalmente, los datos fueron analizados mediante el uso del paquete estadístico SPSS Statistics 24 (IBM, Armonk, New York, USA).

03

Resultados

A Características generales de las empresas o entidades colaboradoras

Un total de 35 empresas cumplimentaron el cuestionario en la plataforma *online*. De este grupo de empresas, 34 fueron incluidas, descartando a una de ellas por no haber respondido adecuadamente a todas las preguntas (respuestas en blanco y falta de información). Las 35 empresas pertenecientes al Círculo de Empresarios y la Asociación Española de Directivos de RRHH incluyen un total de empleados que se encuentran entre los 27.000-28.000 trabajadores (información relativa a los años 2018-2019). Además, como se detalla en el apartado de metodología, tres preguntas adicionales se incorporaron a causa de la emergencia sanitaria de la COVID-19, lo que produjo que no todas las empresas encuestadas pudieran responder a

las mismas preguntas. En este sentido, las 13 primeras empresas que contestaron el cuestionario cumplimentaron 17 preguntas, mientras las 21 restantes pudieron cumplimentar las 20 preguntas que finalmente lo conformaron.

En cuanto a las características de la muestra, el conjunto de empresas incluidas en este informe presentó un perfil variado en cuanto al sector profesional al que pertenecían. De manera general, la mayor parte de ellas provenía del sector de la economía y empresa (35%) y al sector del comercio (18%) y, en menor medida, a los sectores de educación (3%), tecnología y comunicaciones (3%) y servicios jurídicos (3%) (Figura 3).

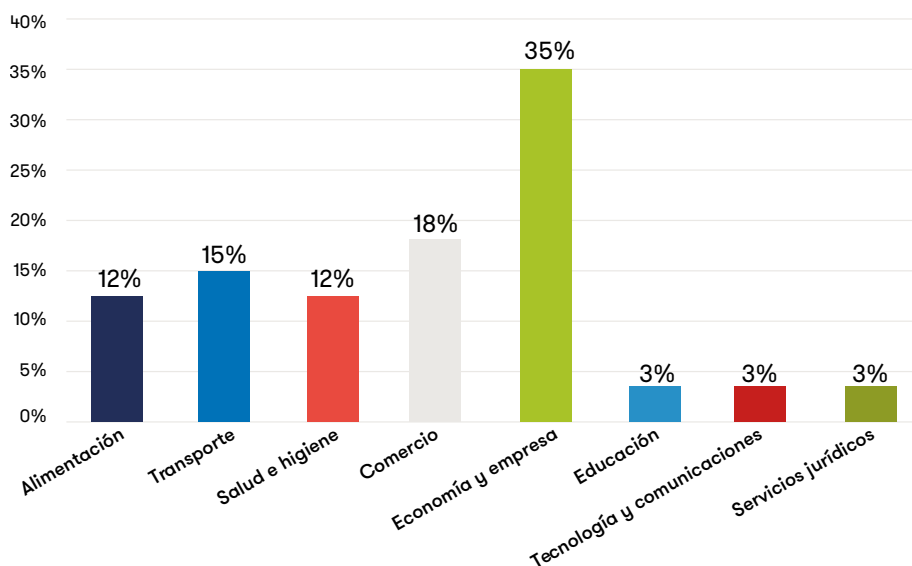


Figura 3 | Sectores productivos.

Por otro lado, respecto al nivel de facturación y tamaño de la plantilla, la mayoría de las empresas (56%) reportaron facturar cantidades de entre 50 y 300 millones de euros anuales, además de contar con un número de trabajadores superior a

250 empleados (76%) (Figura 4). Por lo tanto, nos encontramos ante una muestra compuesta por medianas y grandes empresas pertenecientes a una gran variedad de sectores productivos.

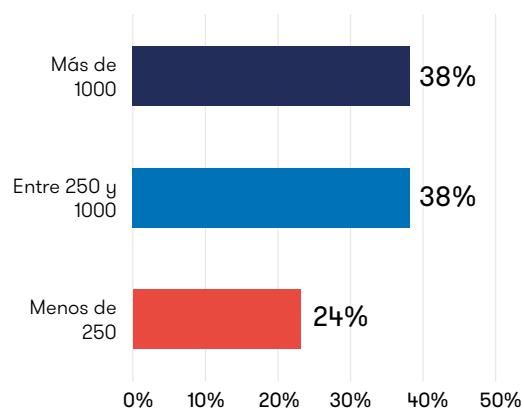
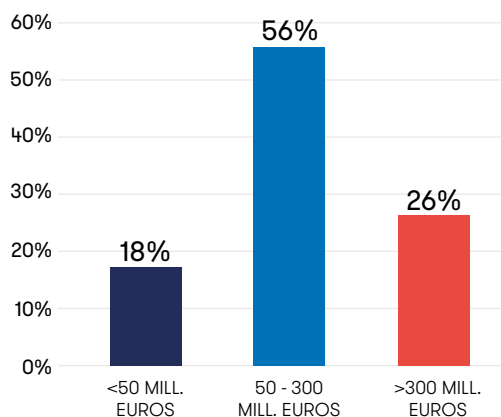


Figura 4 | Empresas por nivel de facturación (4.1) y número de trabajadores (4.2).

B Implantación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa

Del total de 34 empresas incluidas en los análisis, el 79% de ellas reportó aplicar algún tipo de estrategia de promoción de actividad física (Figura 5). Ello indica una generalizada aceptación de la necesidad de fomentar y facilitar la práctica de actividad física como forma de mantener un estilo de vida saludable entre los trabajadores. Sin embargo, cuando fueron preguntados por la aplicación de políticas específicas para otras poblaciones, alrededor de un 90% de ellas afirmó no llevar a cabo estrategias

de promoción de actividad física adaptadas para trabajadores mayores de 50 años o con algún tipo de discapacidad (Figura 5). Estos resultados cobran una importante relevancia por ser un conjunto de poblaciones con un mayor riesgo de desarrollar patologías asociadas a la inactividad física y el sedentarismo. Por lo tanto, deberían impulsarse nuevas iniciativas dirigidas a estas poblaciones.

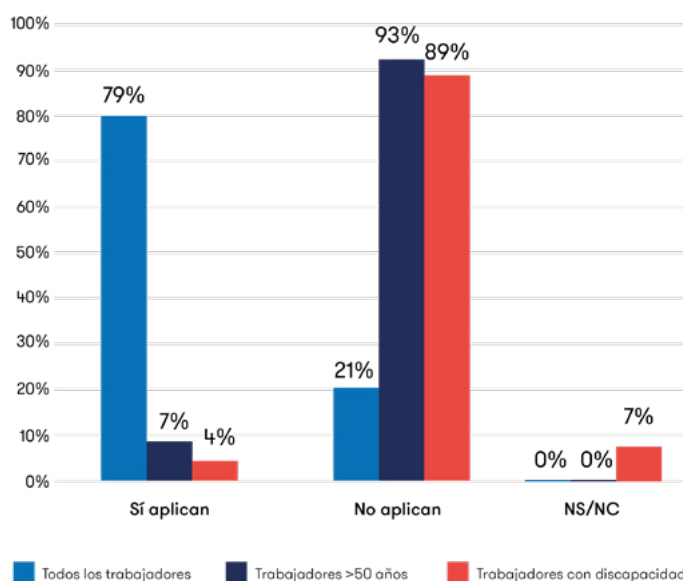


Figura 5 | Implantación de estrategias de promoción de la actividad física (para todos los trabajadores, para trabajadores >50 años y para trabajadores con discapacidad).

Respecto al conjunto de estrategias implementadas, las empresas reportaron una gran diversidad de actuaciones. Más de la mitad reportó promocionar la práctica de actividad física entre sus trabajadores a través del fomento en la participación en eventos deportivos (78%), la participación en talleres o charlas sobre hábitos saludables (70%) o mediante la facilitación en el uso de instalaciones deportivas externas (56%). Con algo menos de implantación, un 40% ofrecía instalaciones deportivas propias u ofertaba la participación en clases colectivas a cargo

de la empresa. Además, un 11% reportó tener a disposición de sus trabajadores un entrenador o educador físico-deportivo en el propio lugar de trabajo (Figura 6). Por último, un 22% de las empresas declararon aplicar otras estrategias alternativas entre las que destacó el uso de herramientas *online* para el fomento de la actividad física y hábitos saludables (siete empresas). Además, una empresa reportó aplicar pausas activas durante la jornada laboral y dos empresas afirmaron llevar a cabo patrocinios de equipos o eventos deportivos.

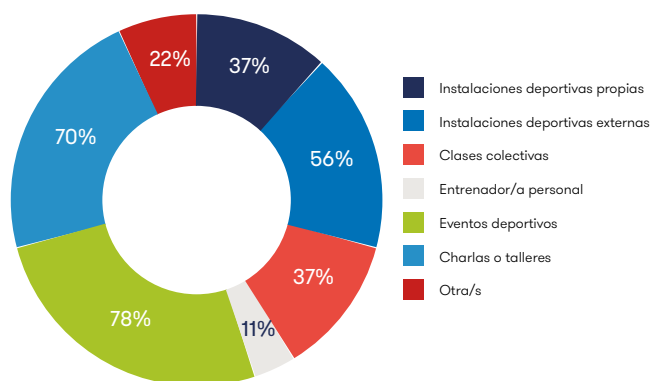
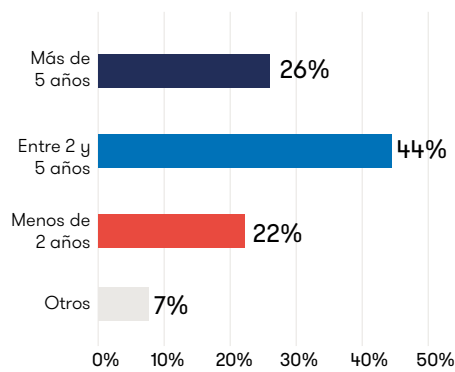


Figura 6 | Estrategias de promoción de actividad física implementadas en la empresa.

Adicionalmente, cuando se consultó por el tiempo de instauración de estas estrategias, la mayor parte afirmó aplicarlas durante al menos dos años. En concreto, un 44% las aplicaba desde hace dos a cinco años y un 26% desde hace más de cinco años. Finalmente, un 29% reportó haberlas iniciado hace menos de dos años o tenerlas recientemente implantadas (Figura 7.1).



Por otro lado, las empresas también fueron preguntadas por el departamento encargado de aplicar y monitorizar la implantación de dichas intervenciones. Al respecto, mayoritariamente (un 63% de ellas) referenciaron al departamento de recursos humanos como encargado de promover las diferentes estrategias de promoción de actividad física entre sus trabajadores. Mientras, un 26% manifestó emplear departamentos específicos relacionados con el área de responsabilidad social corporativa u otros (Figura 7.2).

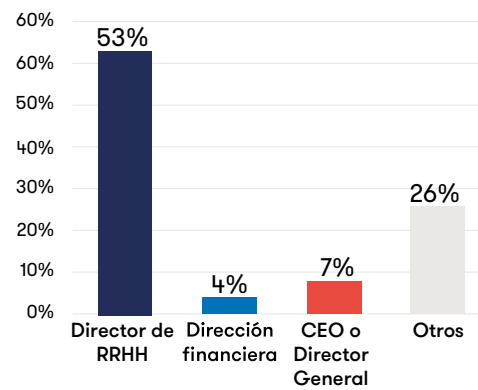


Figura 7 | Tiempo de implantación (7.1) y departamento responsable (7.2) de las estrategias de promoción de actividad física implantada.



C Evaluación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa

Otro aspecto fundamental en la implementación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa es poder conocer el grado de éxito o eficacia obtenido a través de ellas. Del total de empresas que afirmaron aplicar algún tipo de estrategia de promoción de actividad física entre sus trabajadores, un 41% declaró no realizar ningún tipo de evaluación. Por otro lado, de aquellas empresas que sí lo hacían, un 22% afirmó tener como referencia al número de participantes en dichas estrategias; un 15% indicó tener en cuenta el tiempo de permanencia de sus trabajadores en la realización de dichas actividades, mientras un 11% utilizaba la demanda de este tipo de servicios por parte de sus propios empleados. Además, un 7% de ellas reportó emplear varios de los indicadores anteriores de manera conjunta o utilizar la evolución del estado de salud de sus trabajadores como indicador de éxito de dichas estrategias (Figura 8). A pesar de que la mayoría de las empresas sí trataban de evaluar el éxito de sus estrategias de promoción de actividad física aplicadas, se constata la existencia de un amplio número de empresas que no efectúan ningún tipo de control.

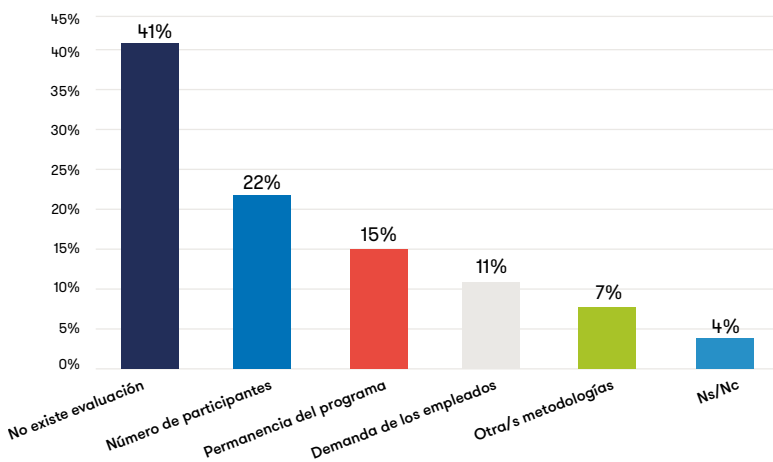


Figura 8 | Métodos de evaluación de las estrategias de promoción de actividad física.

D Incentivos de instituciones u organismos públicos para la aplicación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa

Recibir algún tipo de incentivo por parte de instituciones u organismos públicos también puede contribuir a estimular la implantación de estrategias de promoción de la actividad física en la empresa. Para ello, las empresas fueron preguntadas por el grado de adhesión a estas políticas en la actualidad. En este sentido, de aquellas empresas que sí aplicaban estrategias de promoción de actividad física, el 71% afirmaron no recibir

ningún tipo de incentivo. Del resto de empresas, el 25% declaró recibir incentivos de carácter social (p. ej. descuentos en seguros de salud), y únicamente el 7% manifestó recibir incentivos de tipo económico (p. ej. pago de primas anuales o un aumento de sueldo). Además, ninguna de las empresas aseguró recibir incentivo alguno de carácter fiscal (p. ej. desgravaciones fiscales, IVA reducido, etc.) (Figura 9).

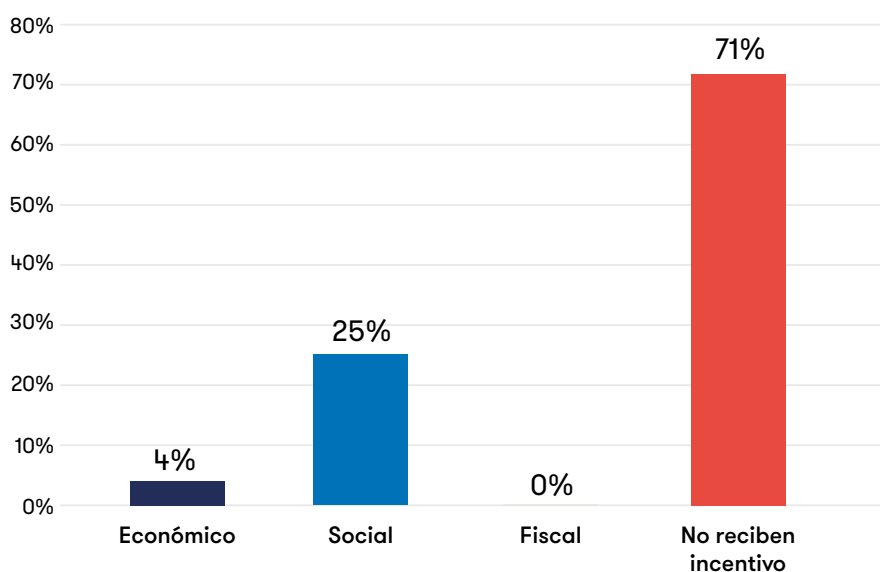


Figura 9 | Incentivos recibidos para la implantación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa.

Alternativamente, también se consultó sobre la disposición de las empresas a recibir incentivos que les facilitase implementar políticas de promoción de actividad física en el futuro. De esta manera, más del 50% del total de empresas incluidas en el informe creyeron conveniente poder optar a ayudas (p. ej. subvenciones o ayudas a empresas que acrediten práctica

regular o que promuevan el uso de transporte público), incentivos que mejoren el bienestar de sus trabajadores (p. ej. horarios adecuados para práctica regular), o beneficios fiscales (p. ej. desgravaciones e IVA reducido). Además, un 62% de ellas consideró positivo la incorporación de beneficios sociales (p. ej. descuentos en seguros de salud) (Figura 10).

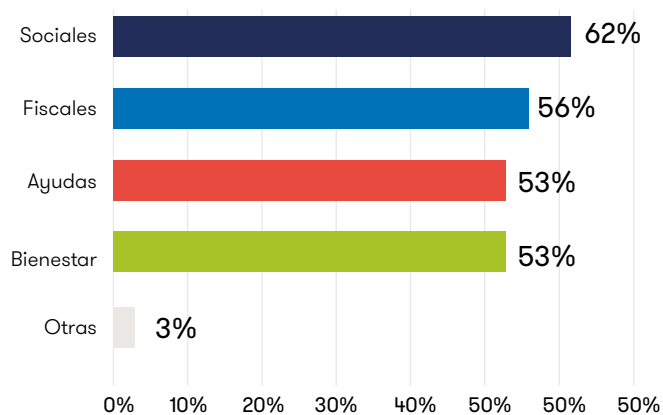


Figura 10 | Incentivos para la implantación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa en el futuro.

E Barreras y obstáculos encontrados durante la aplicación de estrategias de promoción de actividad física en la empresa

A pesar de que la implementación en la empresa de este tipo de políticas no está exenta de impedimentos, un 78% de ellas afirmó no encontrar ninguna barrera a la hora de implementarlas (Figura 11). Únicamente un 15% de las empresas que sí aplicaban algún tipo de intervención refirió falta de presupuesto como limitación para su implementación; un 11% identificó falta de compromiso o demanda por parte de los trabajadores y apenas un 7% identificó otros motivos, como falta de acuerdo con el comité de empresa o hábitos poco saludables de sus trabajadores. Por lo tanto, los resultados indican una relativamente fácil implantación en la empresa por no presentar importantes barreras u obstáculos.

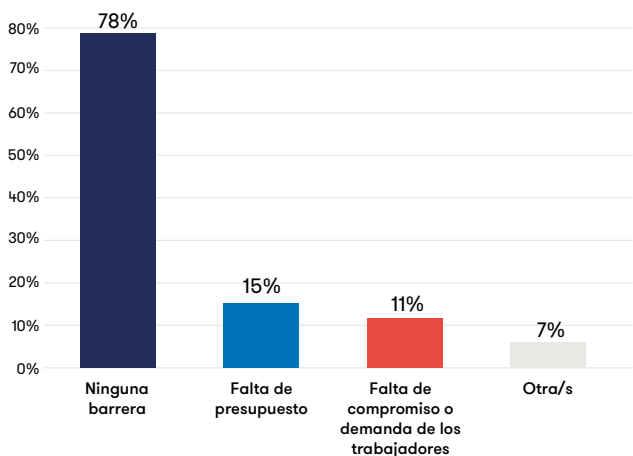


Figura 11 | Barreras encontradas durante la aplicación de estrategias de promoción de la actividad física en la empresa.





F Estrategias de promoción de actividad física, COVID-19 y teletrabajo

A causa de la alerta sanitaria de la COVID-19 y la necesidad de preservar la actividad económica sin riesgos, el teletrabajo ha experimentado un crecimiento exponencial. Además, este hecho también ha contribuido a un aumento drástico en los niveles de sedentarismo e inactividad física en la población trabajadora. Por ello, la implantación de políticas que traten de fomentar la actividad física y su compatibilización con el teletrabajo cobran aún más relevancia como garantía de salud y bienestar de los trabajadores. A este respecto, el 95% de las empresas incluidas afirmaron estar dispuestas a implementarlas, siendo únicamente un 5% las que no lo consideraban (Figura 12).

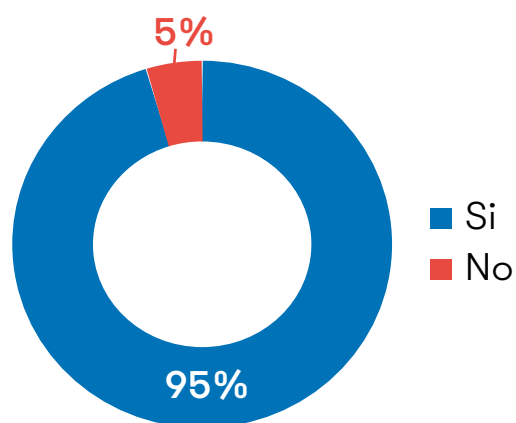


Figura 12 | Empresas dispuestas a incluir estrategias de promoción de actividad física en situación de teletrabajo.

Para ello, la incorporación de herramientas digitales encaminadas a fomentar, facilitar u orientar en la práctica de actividad física por parte de los trabajadores pueden ser de gran ayuda. Por ese motivo, las empresas incluidas fueron preguntadas por el actual grado de implantación de este tipo de plataformas dentro de la dinámica laboral. En este sentido, un 33% afirmaron tener ya implantado el uso de plataformas digitales, mientras que un 38% reportaron estar dispuestos a implementarlas en el futuro (Figura 13).

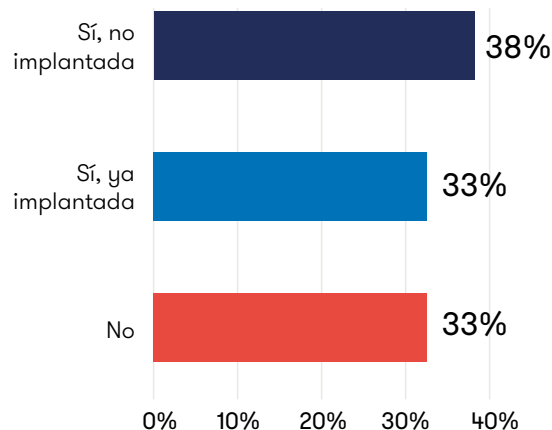


Figura 13 | Empresas dispuestas a proporcionar plataformas digitales como estrategias de promoción de actividad física en situación de teletrabajo.

04

Conclusiones

De la información recogida a través de las respuestas al cuestionario *online* realizado por 34 empresas provenientes del Círculo de Empresarios, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- A** Una gran mayoría de empresas consultadas afirmó aplicar algún tipo de estrategia de promoción de la actividad física para sus trabajadores. Además, dichas intervenciones se encontraban generalmente implantadas desde hace al menos dos años. A pesar de ello, solo un porcentaje muy reducido contempla intervenciones específicas para trabajadores con un mayor riesgo de sufrir enfermedades, como son los mayores de 50 años o personas con algún tipo de discapacidad.
- B** De entre las estrategias de promoción de actividad física implementadas, las empresas consultadas reportaron mayoritariamente fomentar la participación de sus empleados en eventos deportivos o en charlas y talleres sobre estilos de vida saludable y facilitar el uso de instalaciones deportivas externas. Por el contrario, una minoría afirmó contar con un educador físico-deportivo o aplicar estrategias de reducción de tiempo sedentario durante el trabajo.
- C** En referencia al departamento encargado de monitorizar dichas estrategias, la mayoría refirió al área de recursos humanos como el departamento competente. Aunque también se indicaron otros departamentos como el financiero, el de dirección u otros destinados específicamente a la responsabilidad social corporativa.
- D** Gran parte de las empresas (41%) afirmó no realizar ningún tipo de evaluación de las estrategias de fomento de la actividad física aplicadas en la empresa. Sin embargo, de entre aquellas que sí lo hacían, se utilizaban diferentes indicadores como son el número de participantes (22%), el tiempo de permanencia en dichas actividades (15%) o el nivel de demanda de los empleados (11%).
- E** En cuanto a los incentivos recibidos para su implementación, la gran mayoría de empresas (71%) afirmó no recibir ninguno. Sin embargo, más del 50% de las empresas estarían interesadas en recibir algún tipo de incentivo para poder implantar o mejorar la aplicación de estrategias de promoción de actividad física entre sus trabajadores.
- F** Al ser preguntadas por las barreras u obstáculos encontrados, cerca de un 80% declaró no haberse encontrado ninguno. Por otro lado, el resto de las empresas referenciaron falta de presupuesto, falta de compromiso o demanda de los trabajadores como los impedimentos más habituales para su implementación.
- G** En referencia al incremento de los niveles de inactividad física y sedentarismo asociado al aumento del teletrabajo por motivos sanitarios (COVID-19), una gran mayoría afirmó estar dispuesto a incorporar estrategias para el fomento de la actividad física entre sus trabajadores. Además, más de un 70% de las empresas expresó estar utilizando o estar dispuesto a implementar herramientas digitales que lo puedan facilitar.

En este informe se constata una amplia implantación de estrategias de fomento de actividad física y estilos de vida saludables en el entorno laboral. Sin embargo, también se identifican diferentes puntos de mejora como son la implementación de intervenciones específicas para trabajadores de edad más avanzada o con algún tipo de discapacidad; la mejora e implementación de indicadores de evaluación del efecto de dichas estrategias; su integración y compatibilización dentro de un escenario tendente al teletrabajo o el acceso a incentivos de carácter económico, social o fiscal, que puedan facilitar su implantación en el futuro.

En relación con la necesidad de implementar estrategias como consecuencia de la situación generada por la pandemia de la COVID-19, se observa una gran predisposición para la implementación de programas específicos, con especial mención al uso de las herramientas digitales.



05

Referencias

- Abdin, S., Welch, R. K., Byron-Daniel, J., & Meyrick, J. (2018). The effectiveness of physical activity interventions in improving well-being across office-based workplace settings: a systematic review. *Public Health*, 160, 70-76. doi:10.1016/j.puhe.2018.03.029
- Alejandro, L., & Vargas Parga, L. (2017). ACTIVIDAD FÍSICA EN AMBIENTES LABORALES.
- Chapman, L. S. (2003). Meta evaluation of worksite health promotion economic return studies. *The Art of Health Promotion*, 6(6):1-16.
- Conn, V. S., Hafdahl, A. R., Cooper, P. S., Brown, L. M., & Lusk, S. L. (2009). Meta-analysis of workplace physical activity interventions. *Am J Prev Med*, 37(4), 330-339. doi:10.1016/j.amepre.2009.06.008
- Dupont, F., Léger, P. M., Begon, M., Lecot, F., Sénécal, S., Labonté-Lemoyne, E., & Mathieu, M. E. (2019). Health and productivity at work: which active workstation for which benefits: a systematic review. *Occup Environ Med*, 76(5), 281-294. doi:10.1136/oemed-2018-105397
- Edington, D. W. (1995). Cost-benefit of Worksite Wellness Programs VI., In Annual Review. Fitness Research Center, University of Michigan.
- Freak-Poli, R., Cumpston, M., Albarqouni, L., Clemes, S. A., & Peeters, A. (2020). Workplace pedometer interventions for increasing physical activity. *Cochrane Database Syst Rev*, 7(7), Cd009209. doi:10.1002/14651858.CD009209.pub3
- Grimani, A., Aboagye, E., & Kwak, L. (2019). The effectiveness of workplace nutrition and physical activity interventions in improving productivity, work performance and workability: a systematic review. *BMC Public Health*, 19(1), 1676. doi:10.1186/s12889-019-8033-1
- Hupin, D., Raffin, J., Barth, N., Berger, M., Garet, M., Stampone, K., . . . Roche, F. (2019). Even a Previous Light-Active Physical Activity at Work Still Reduces Late Myocardial Infarction and Stroke in Retired Adults Aged >65 Years by 32%: The PROOF Cohort Study. *Front Public Health*, 7, 51. doi:10.3389/fpubh.2019.00051
- Losina, E., Yang, H. Y., Deshpande, B. R., Katz, J. N., & Collins, J. E. (2017). Physical activity and unplanned illness-related work absenteeism: Data from an employee wellness program. *PLoS One*, 12(5), e0176872. doi:10.1371/journal.pone.0176872
- McCrary, S. K., & Levine, J. A. (2009). Sedentariness at work: how much do we really sit? *Obesity* (Silver Spring), 17(11), 2103-2105. doi:10.1038/oby.2009.117
- Moreira-Silva, I., Teixeira, P. M., Santos, R., Abreu, S., Moreira, C., & Mota, J. (2016). The Effects of Workplace Physical Activity Programs on Musculoskeletal Pain: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Workplace Health Saf*, 64(5), 210-222. doi:10.1177/2165079916629688
- Mulchandani, R., Chandrasekaran, A. M., Shivashankar, R., Kondal, D., Agrawal, A., Panniyammakal, J., . . . Goenka, S. (2019). Effect of workplace physical activity interventions on the cardio-metabolic health of working adults: systematic review and meta-analysis. *Int J Behav Nutr Phys Act*, 16(1), 134. doi:10.1186/s12966-019-0896-0
- Naczenski, L. M., Vries, J. D., Hooff, M., & Kompier, M. A. J. (2017). Systematic review of the association between physical activity and burnout. *J Occup Health*, 59(6), 477-494. doi:10.1539/joh.17-0050-RA
- OMS. (2018). Actividad física. Retrieved from <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Ríos, M., Arráez, J., Bazalo, P., Enciso, M., Hueli, J., Jiménez, E., & Solís, M. J. N. d. R. d. h. w. c. g. e. c. e. p.-i. d. p. (2009). Plan integral para la Actividad Física y el Deporte Versión 1.
- Tolonen, A., Rahkonen, O., & Lahti, J. (2017). Leisure-time physical activity and direct cost of short-term sickness absence among Finnish municipal employees. *Arch Environ Occup Health*, 72(2), 93-98. doi:10.1080/19338244.2016.1160863
- Tudor-Locke, C., Leonardi, C., Johnson, W. D., & Katzmarzyk, P. T. (2011). Time spent in physical activity and sedentary behaviors on the working day: the American time use survey. *J Occup Environ Med*, 53(12), 1382-1387. doi:10.1097/JOM.0b013e31823c1402
- Union, E. (2017). Special Eurobarometer 472: Sport and physical activity.



