

UNIVERSIDAD EAN

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

**DEPORTE CORPORATIVO, UNA INVERSIÓN A LARGO PLAZO EN EL PÚBLICO
INTERNO DE UNA EMPRESA**

MERCADO:

ANGEL DIXON RUEDA ORTIZ

aruedao49828@universidadean.edu.co

SELEN VANESA MONTERO GRANADOS

Smonter25036@universidadean.edu.co

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:

KENT INFANTE BAYONA

kinfante9843@universidadean.edu.co

LAURA VALENTINA LONDOÑO UMAÑA

Llondon92940@universidadean.edu.co

TUTOR DE SEMINARIO:

YENSY RESTREPO CARDENAS

BOGOTA D.C, ABRIL 27 DE 2025

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	5
Palabras clave	5
Abstract	5
Keywords	5
Problema de investigación	5
Pregunta del problema	6
Objetivos	6
General	6
Específicos	6
Justificación	6
Marco teórico	7
Deporte corporativo	7
Modelo de gestión a través del deporte empresarial	8
Teoría de la autodeterminación	9
Pautas al momento de implementar deportes corporativos en una empresa	10
Marco institucional	18
Diseño metodológico	20
Enfoque, alcance y diseño de investigación	20
Variables	20
Población y muestra	20
Selección de métodos e instrumentos para recolección de información	21
Recolección de datos	22
Procesamiento y análisis de resultados	23
Instrumento de empresas	23
Instrumento de trabajadores	46
Discusión	63
Conclusiones	65
Lista de referencias	66
Referencias utilizadas en el capítulo	66
Referencias utilizadas en las tablas de marco teórico y marco institucional	68

FIGURAS

1	Figura 1. Deporte corporativo.....	7
2	Figura 2. Modelo de gestión.	8
3	Figura 3. Teoría de la autodeterminación.	9
4	Figura 4. Pautas al momento de implementar deportes corporativos.	12
5	Figura 5. Pregunta 12 – Instrumento de empresas	23
6	Figura 6. Pregunta 13 – Instrumento de empresas	23
7	Figura 7. Pregunta 14 – Instrumento de empresas	24
8	Figura 8. Pregunta 15 – Instrumento de empresas	24
9	Figura 9. Pregunta 16 – Instrumento de empresas	25
10	Figura 10. Pregunta 17 – Instrumento de empresas	26
11	Figura 11. Pregunta 18 – Instrumento de empresas	26
12	Figura 12. Pregunta 19 – Instrumento de empresas	27
13	Figura 13. Pregunta 20 – Instrumento de empresas	27
14	Figura 14. Pregunta 21 – Instrumento de empresas	28
15	Figura 15. Pregunta 22 – Instrumento de empresas	28
16	Figura 16. Pregunta 23 – Instrumento de empresas	29
17	Figura 17. Pregunta 24 – Instrumento de empresas	30
18	Figura 18. Pregunta 25 – Instrumento de empresas	30
19	Figura 19. Pregunta 26 – Instrumento de empresas	31
20	Figura 20. Pregunta 27 – Instrumento de empresas	31
21	Figura 21. Pregunta 28 – Instrumento de empresas	32
22	Figura 22. Pregunta 29 – Instrumento de empresas	32
23	Figura 23. Pregunta 30 – Instrumento de empresas	33
24	Figura 24. Pregunta 31 – Instrumento de empresas	33
25	Figura 25. Pregunta 32 – Instrumento de empresas	33
26	Figura 26. Pregunta 33 – Instrumento de empresas	37
27	Figura 27. Pregunta 34 – Instrumento de empresas	39
28	Figura 28. Pregunta 35 – Instrumento de empresas	41
29	Figura 29. Pregunta 4 – Instrumento de trabajadores	46
30	Figura 30. Pregunta 5 – Instrumento de trabajadores	46
31	Figura 31. Pregunta 6 – Instrumento de trabajadores	47
32	Figura 32. Pregunta 7 – Instrumento de trabajadores	48
33	Figura 33. Pregunta 8 – Instrumento de trabajadores	48
34	Figura 34. Pregunta 9 – Instrumento de trabajadores	49
35	Figura 35. Pregunta 10 – Instrumento de trabajadores	50
36	Figura 36. Pregunta 11 – Instrumento de trabajadores	50
37	Figura 37. Pregunta 12 – Instrumento de trabajadores	51
38	Figura 38. Pregunta 13 – Instrumento de trabajadores	51
39	Figura 39. Pregunta 14 – Instrumento de trabajadores	52
40	Figura 40. Pregunta 15 – Instrumento de trabajadores	52
41	Figura 41. Pregunta 16 – Instrumento de trabajadores	53
42	Figura 42. Pregunta 16 – Instrumento de trabajadores	54
43	Figura 43. Pregunta 18 – Instrumento de trabajadores	54
44	Figura 44. Pregunta 19 – Instrumento de trabajadores	55
45	Figura 45. Pregunta 20 – Instrumento de trabajadores	55
46	Figura 46. Pregunta 21 – Instrumento de trabajadores	56
47	Figura 47. Pregunta 22 – Instrumento de trabajadores	56
48	Figura 48. Pregunta 22 – Instrumento de trabajadores	62

TABLAS

Tabla 1. Marco teórico	12
Tabla 2. Marco institucional	19
Tabla 1. Síntesis – Resultados pregunta 32.....	34
Tabla 2. Síntesis – Resultados pregunta 33.....	38
Tabla 3. Síntesis – Resultados pregunta 34.....	40
Tabla 4. Síntesis – Resultados pregunta 35.....	42
Tabla 5. Síntesis – Resultados pregunta 22.....	57

DEPORTE CORPORATIVO, UNA INVERSIÓN A LARGO PLAZO EN EL PÚBLICO INTERNO DE UNA EMPRESA

Resumen

La intención del anteproyecto es abordar un problema latente en pequeñas, medianas y grandes, la falta de actividades físicas dentro o fuera del ambiente laboral, el papel del deporte corporativo, en un ambiente cuya ausencia se percibe mediante factores físicos y mentales del trabajador interno de una organización, lo que se traduciría en costos a largo plazo, que se pueden evitar implementando algún programa de deporte corporativo. Esta investigación cuantitativa de tipo descriptivo, tiene el propósito de analizar la motivación y productividad, partiendo de la teoría de la autodeterminación, donde determinamos las percepciones tanto de la empresa como del trabajador respecto a este tema, además de sugerencias pertinentes de acuerdo a resultados de la literatura y trabajo de campo.

Palabras clave

Motivación, productividad, ejercicio, modelo de trabajo saludable, deporte laboral, deporte corporativo, deporte en el trabajo.

Abstract

The purpose of this preliminary Project is to address a latent problema in small, médium and large businesses: the lack of physical activity inside or outside the workplace. The role of corporate sports in this environment is perceived throught the physical and mental factors of an organization's employees. This would translate into long-term costs tan can be avoided by implementing a corporate sports program. This descriptive, quantitative research aims to analyze motivation and productivity, base don self-determination theory. We determine the perceptions of both the Company and employee regarding this issue, in addition to making relevant suggestions based on literatura and fieldwork results.

Keywords

Motivation, productivity, exercise, healthy workplace model, employee sport, corporate sport, workplace sport.

Problema de investigación

Algunas empresas en Colombia adoptan este tipo de prácticas como una medida para tener una imagen corporativa favorable, es decir, una percepción favorable en lo que respecta a sus grupos de interés. En el año 2021, entidades como la Cámara de Comercio que queda ubicada en Bogotá y el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) lanzaron una iniciativa para impulsar el sector del deporte; colaboración afín con empresarios, entidades gubernamentales, organizaciones de apoyo y universidades, en busca de aumentar su productividad que representó para estas organizaciones una ventaja competitiva en su sector a través de un trabajo conjunto. Para 2024, la iniciativa logro extenderse a 59 municipios de Bogotá y Cundinamarca, involucrando a más de 1600 empresas del sector recreativo y diferentes Stakeholders (Cámara de comercio de Bogotá, s.f.). Sin embargo, presentan algunos retos y limitaciones en cuanto a la falta de recursos: las mipymes a menudo tienen presupuestos ajustados, un obstáculo para llevar a cabo actividades de deporte corporativo, según un informe de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2022).

Las empresas que invierten en actividades recreativas y deportivas para su público interno pueden obtener un mayor valor corporativo al potenciar su productividad, el compromiso y la satisfacción del trabajador. Según Mokaya y Gitari (2012), el 92% de los empleados que participan en actividades recreativas experimentan mayor satisfacción en su trabajo, lo que impacta positivamente en los servicios hacia el consumidor final. Adicionalmente, Udo y Dike (2020) encontraron que estas actividades reducen el estrés y mejoran el bienestar subjetivo, lo que incrementa la motivación y el rendimiento laboral. Además, Joyce et al. (2016) destacan que las intervenciones en el lugar de trabajo enfocadas en el bienestar mental reducen el ausentismo y refuerzan la percepción que tienen de la misma.

Algunos ejemplos de estados en la unión europea que fomentan la actividad física en el lugar trabajo son los siguientes: En Inglaterra, la empresa de moda Next, promueve una iniciativa que se basa en caminar o ir en bicicleta al trabajo, incentiva estas prácticas ofreciendo un vale de una libra redimible en las tiendas de la empresa; Lituania, premia anualmente con recursos a las empresas que implementen programas de actividad física innovadores; y Hungría, fomenta el programa de Bike to work, el cual busca interacción entre las partes interesadas al momento de ir al trabajo en bicicleta, además, para animar a los trabajadores los premian si envían sus rutas a la aplicación Bike Citizens (World Health Organization, 2020).

Al implementar un deporte afectamos la productividad de los empleados. Mercanoglu y Simsek (2023) realizaron un estudio experimental que demostró cómo un programa, que contemplaba la participación en deportes en el entorno laboral con una duración de seis semanas, aumentó la motivación del público interno de una empresa, reflejando una mejora significativa en su desempeño. Esto respalda la idea de que, al fomentar una cultura de bienestar, las empresas no solo optimizan su eficiencia operativa, sino que también refuerzan su identidad corporativa y reputación en el mercado. En consecuencia, invertir en actividades deportivas para el público interno no solo beneficia a los empleados, sino que posiciona a la empresa como una organización innovadora, responsable y comprometida con su talento humano, lo que se traduce en una mejor imagen corporativa. Por esto, nuestro anteproyecto se centrará en la motivación y productividad que tiene el deporte corporativo en pequeñas, medianas y grandes empresas.

Pregunta del problema

¿Qué factores existen en la práctica del deporte corporativo que contribuya en la productividad y motivación del trabajador de una pequeña, mediana y grande empresa de Bogotá y sus alrededores?

Objetivos

General

Analizar los factores y elementos en la implementación del deporte corporativo que influyen en el público interno de pequeñas, medianas y grandes empresas en la ciudad de Bogotá y sus alrededores.

Específicos

1. Caracterizar las prácticas deportivas corporativas del exterior con mayor implementación en pequeñas, medianas y grandes empresas que sean adaptables a Bogotá y sus alrededores.
2. Identificar las prácticas deportivas corporativas con mayor implementación en pequeñas, medianas y grandes empresas de Bogotá y sus alrededores.
3. Sugerir recomendaciones para la implementación de programas de deporte corporativo.

Justificación

Esta investigación es trascendental para los empleados y empleadores en Colombia debido a que se encuentran vacíos y carencias en el tema del deporte corporativo, falta que conocimiento que puede llegar a afectar y reducir la motivación y al mismo tiempo la productividad, lo que afectaría el éxito de la compañía. Debemos resaltar que deporte corporativo que promueve una empresa, según la legislación, debe estar cubierto por la entidad de riesgos laborales, por lo que los accidentes o lesiones en estos programas son considerados accidentes de trabajo (López, 2022). Aunque esto puede variar dependiendo de la empresa.

La mayoría de los de los empleados pasan un 89% de su tiempo sentados, inactividad física que afecta los procesos de la misma empresa, por esto una cultura corporativa que impulse programas relacionados con alguna actividad física, formulados a partir de lo que motiva a sus trabajadores genera resultados: a corto plazo su cometido es crear espacios de interacción en el cual se fomentan actividades físicas que pasan a ser un hábito que genere un mejor estado de ánimo; a largo plazo, esto terminaría mejorando la productividad lo que se reflejaría en la calidad de las operaciones (Szabó y Kajos, 2024).

En el transcurso de esta investigación descubrimos que existe un déficit de información de fuentes académicas y científicas en Colombia, esta misma lograría dar a conocer los beneficios e implicaciones que tiene el deporte corporativo y cómo podría llevar a otro nivel la satisfacción utilizando el deporte o actividades físicas en un contexto laboral. Fomentar alguna actividad física aparte de ser saludable evita enfermedades crónicas que implican costos médicos, un perfil de empleados inactivos físicamente es propenso a tener más licencias por enfermedad, pero en una cultura corporativa ciente de sus motivaciones, que tenga programas que involucren una actividad física dentro o fuera del horario laboral, representa una opción de costo/beneficio para contrarrestar esto, cabe resaltar que una empresa debe valorar y adaptar estos planes a sus recursos disponibles u optar por alianzas para reducir sus costos. (Johns Hopkins, 2016).

En consecuencia, se espera de los resultados, un cambio significativo que genere consciencia respecto al valor de estos programas a la hora de establecer una cultura corporativa y políticas empresariales, que no representan una obligación sin retribuciones sino un beneficio entre ambas partes, una inversión de la empresa en la salud de su trabajador a largo plazo, que al mismo tiempo beneficiaría la productividad de su personal, además podría representar una efectiva táctica de retención laboral.

Para concluir con la justificación, lo siguientes son los beneficios que se pueden llegar a tener las diferentes partes interesadas con el resultado de esta investigación:

Comunidad científica

- Contribuye a la generación de conocimiento en un área poco explorada en Colombia.
- Sirve como base para futuras investigaciones sobre la repercusión que puede provocar un deporte corporativo beneficiando tanto al empleador como al trabajador.

Profesionales del área

- Mejora la productividad, el clima organizacional y la retención de talento a través de estrategias basadas en evidencia.
- Ayuda a estructurar políticas empresariales que promuevan el bienestar integral de los colaboradores.

Sociedad en general

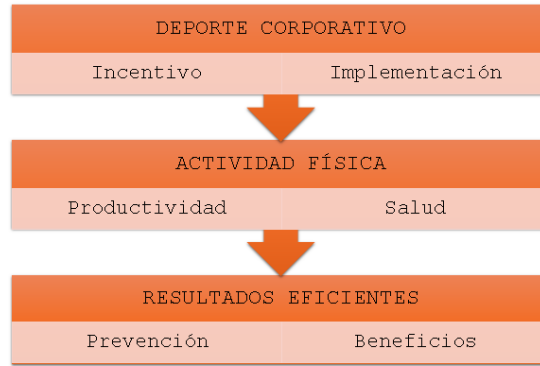
- Fomenta una cultura empresarial más enfocada en la salud y motivación interna, teniendo en cuenta factores que motiven al empleado a participar voluntariamente en actividades deportivas.
- Reducir el nivel de impacto de enfermedades ocupacionales relacionadas con el sedentarismo y el estrés laboral.

Marco teórico

Deporte corporativo

El deporte corporativo se refiere incentivar al público de una mipyme o gran empresa a cooperar en actividades físicas. Implementar un deporte corporativo en una organización puede ser polivalente y a la vez una ventaja competitiva, las empresas implementan esta práctica como una gestión de recursos humanos en tiempo real, una actividad extracurricular dentro del horario laboral, ya que el cometido de las mismas es generar integración entre público interno: una organización puede optar por implementar eventos entre empleados, instalaciones como gimnasios, clubes deportivos o ligas intramuros, incluso puede decantarse por una actividad física en vez de un deporte en particular; esto puede contrarrestar el síndrome de burnout y sedentarismo (Kim et al., 2024).

1 Figura 1. Deporte corporativo.



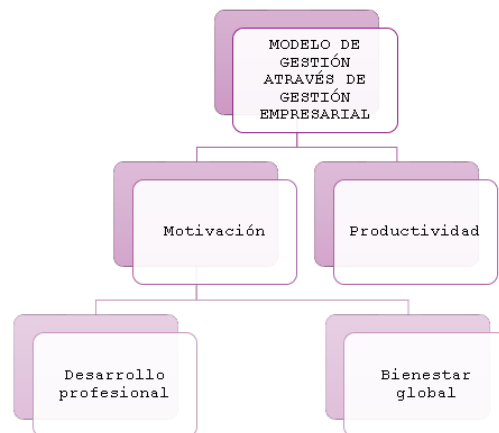
Fuente: Elaboración propia con información basada en Kim et al, 2024.

Algunos estudios determinaron que participar en programas de actividad física depende de la edad, género y ocupación, siendo la condición del trabajador un factor relevante al momento de implementar alguno de estos planes, donde la obesidad y sobrepeso se presentan en ambientes de inactividad que son proclives a bajos niveles de productividad, resultando en licencias por enfermedades como diabetes e hipertensión (Abdul Manaf et al., 2020). Una actividad física independientemente de su tipo o lugar en el que se practique genera resultados, siempre y cuando haya espacios de recuperación y descanso tras un esfuerzo físico previo, además de una planificación adecuada para adaptar esto al estilo de vida del empleado, estudios han demostrado que se pueden aliviar enfermedades crónicas, entre ellas músculo esqueléticas, cardiovasculares y metabólicas (Sjogaard et al., 2016). Incluso estos programas deben estructurarse y adaptarse a empleados con discapacidad para evitar la exclusión social dentro del entorno laboral (Holzgreve, 2023).

Modelo de gestión a través del deporte empresarial

Como literatura principal y modelo a utilizar como guía en la investigación basada en su relación con la unidad de análisis de motivación y productividad, optamos por el modelo de gestión a través del deporte empresarial propuesto por Kim et al. (2024), su modelo parte de que el deporte se puede implementar en diferentes entornos empresariales, fuera o dentro de la organización, por lo que valora 3 aspectos: motivaciones individuales, grupales y empresariales, esta variable relaciona la teoría de la autodeterminación; los efectos de utilizar prácticas deportivas; conductores entre la ejecución de estas actividades y los efectos que causan en los trabajadores (Kim et al., 2024).

2 Figura 2. Modelo de gestión.



Fuente: elaboración propia basada en Kim et al., 2024.

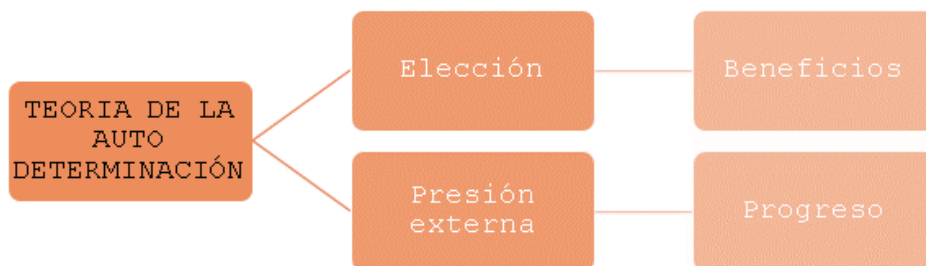
Cabe resaltar que de este modelo todo parte de motivaciones, pero para que esto ocurra debe haber promotores de estos programas, los recursos humanos buscan una óptima planificación en los procedimientos de la empresa, su función es mejorar el desempeño; estructurando un diseño de un puesto de trabajo que logre tener eficiencia y eficacia, desde un enfoque motivacional debe procurar lograr un desarrollo profesional e independizar o empoderar funciones (Schuetz, et al., 2024). En este punto ellos quieren lograr un bienestar en el trabajo conformado por dimensiones físicas, emocionales, ocupacionales sociales, espirituales e intelectuales; cumplir estas dimensiones representa un bienestar global, que las empresas quieren alcanzar mediante programas en el ambiente laboral que involucren estilos de vida saludables, lo que a largo plazo reducen costos del empleado atribuibles al empleador (Kayastha, 2018).

Un ejemplo de esto, son los deportes comunitarios de empresa, que propician la interacción entre grupos de diferentes culturas, una integración social que mejora la confianza de los empleados tomando en cuenta la salud en el trabajo, colectivismo y diferentes culturas evitando un aislamiento social (Zhang, 2025). En este punto la inteligencia cultural motivacional en los empleados, es de gran valor ya que pueden desempeñar sus funciones en contextos de diversas culturas (Yuseung Doh, 2025). Es importante resaltar que podría afectar su motivación la categoría ocupacional y el entorno, que repercuten en la capacidad laboral, que se puede contrarrestar con programas corporativos que mitigan el estrés laboral (Feißel et al., 2018).

Teoría de la autodeterminación

La primera variable del modelo anterior, motivación, nos sirvió para delimitar el eje principal de este marco teórico, autodeterminación. Trata de que la motivación, está controlada por 2 estímulos relacionados con la superación personal, autónomos y controlables, el primero es un estímulo de elección y el segundo podría catalogarse de obligación o presión externa; los estímulos autónomos pueden desencadenar mejores resultados de desarrollo como la pasión por el trabajo (Oja y Zeimers, 2025). Los estímulos internos o autónomos se relacionan con la complacencia, euforia, trato solidario, diversión o logros personales, mientras que los externos o controlables, son motivaciones para llegar a un fin como un incentivo o aprobación (Agnes y Attila, 2023).

3 Figura 3. Teoría de la autodeterminación.



Fuente: Elaboración propia con información basada en Ágnes y Attila, 2023.

La diferencia de esta teoría respecto a otras teorías de este nicho, es su mismo postulado al sostener que la motivación es diferente dependiendo el trasfondo, es decir, la relación de este con los estímulos de un individuo, si nos remitimos a un contexto empresarial, una motivación interna o autónoma puede potenciarse con programas de apoyo estructurados por la empresa que busquen un desarrollo personal de su empleado, lo que puede dar como resultado motivaciones intrínsecas o internas (Galletta et al., 2016). Estudios han determinado que mientras más argumentos tenga un individuo para practicar un deporte puede llegar a tener un mejor grado de motivación interna o autónoma, esto hace que tenga un mejor rendimiento, porque esta actividad física pasa a ser una práctica recurrente de disfrute, no de obligación,

lo que se traduce en una productividad favorable en vez de un resultado negativo debido a una motivación controlada (Rocchi, et al., 2017).

En esta teoría el tipo de motivación intrínseca o autónoma cumple un rol relevante en la acogida de estilos de vida saludables o actividades físicas, esta asimilación de las practicas va por periodos de tiempos desde una etapa temprana donde apenas se están implementado a una etapa tardía donde pasan a ser un hábito, pero para tener un resultado favorable a largo plazo debe haber un apoyo social a necesidades que potencien este estímulo: psicológicas básicas como la realización personal, necesidades de afinidad hacia la empresa y necesidad de competencia como autoridad o mando (Szabó y Kajos, 2024).

La competencia y relación puede fracasar, lo que las lleva a convertirse en una motivación controlada debido a sesgos por imagen corporal, expectativas preconcebidas, comparaciones, comportamientos antideportivos y miedo a fallar; para prevenir esto los deportes en empresa deben adecuarse al contexto de los trabajadores con reglas, según el estudio de Brinkley et al. (2017), una competencia con motivación autónoma puede ser efectiva implementando deportes grupales o nuevos, en los que se supla la necesidad de relación entre colegas para que se puedan implementar programas que sean flexibles en horarios a largo plazo (Brinkley, et al., 2017). Las conductas interpersonales de apoyo en el deporte promueven estímulos internos, pero si este apoyo no cuadra con las necesidades que promueven una motivación intrínseca podría afectar la calidad de la motivación (Rocchi, et al., 2017).

Al estructurar un plan que involucra la actividad física, es necesario valorar la motivación interna, que puede incidir en la aceptación de programas saludables a largo plazo, pero a corto plazo se debe potenciar la motivación externa destacando los beneficios que engloban estas prácticas, mientras que la motivación interna se centraría en el progreso personal, teniendo presente que esta motivación estaría relacionada con el bienestar físico y mental (Agnes y Attila, 2023). Davey (2009), divide la motivación interna y externa en 5 clases: estado físico, salud, aspecto, motivo social, alegría, competición y desafío; donde la salud, estado físico y alegría son fuertes motivadores para este estímulo en actividades físicas (Szabó y Kajos, 2024).

Pautas al momento de implementar deportes corporativos en una empresa

Las Mipymes y grandes empresas de Bogotá y sus alrededores, al igual que en muchas otras partes de Colombia, se enfrentan a retos enfocados en productividad y motivación. Para abordar estos desafíos estructuran programas que involucran algún deporte corporativo. Basándonos en la literatura, sugerimos una serie de estrategias integrales para implementar estas prácticas en un contexto laboral.

Difundir los beneficios del deportivo en empresas

Implementar un programa deportivo que implique un patrocino con otras entidades deportivas, es efectivo siempre y cuando se difundan los beneficios de manera oportuna para captar el interés del público interno o empleados. Siguiendo el ejemplo del estudio de la empresa Aker ASA, dependiendo del presupuesto de cada organización puede crear un sitio web o unirse entre varias empresas para desarrollar un sitio web robusto o una app móvil donde los empleados puedan estar informados de los planes deportivos de la empresa, registrar sus sesiones de ejercicio, participar en retos y acceder a información relevante para su salud y bienestar; la clave es que esta plataforma sea intuitiva y la información se actualice constantemente (Bjerke y Elvekrok, 2020).

Aprovechar las flexibilidades que puede tener una empresa

Mattila (2020), determino que las mipymes empresas son entornos más cercanos y flexibles, por lo que puede evitarse con mayor efectividad el ausentismo laboral, el fuerte de este tipo de empresas es implementar programas personalizados que fomenten estilos de vida saludables; las estrategias que pueden ser útiles para promover esto son: pausas activas, estiramientos o caminatas cortas; establecer espacios destinados a la actividad física, como pequeños gimnasios o zonas al aire libre; fomentar

programas que involucren la integración entre empleados; informar y sensibilizar al trabajador, realizando campañas internas sobre las ventajas de adoptar una rutina más saludable, difundiendo hábitos útiles para el personal; y horarios flexibles que faciliten a los empleados dedicar tiempo a su bienestar físico.

Incentivos no económicos por practicar deporte

Dávila et al. (2022), señalan que usar recompensas en un entorno laboral está estrechamente relacionado con un mejor desempeño organizacional, propone que una estrategia integral debe ir junto con un incentivo no económico; mediante la creación de espacios deportivos o formar alianzas con entidades de este tipo, lugares donde se puedan practicar deportes como fútbol, baloncesto o caminatas grupales; espacios y actividades que funcionan como incentivos no económicos que mejoran la satisfacción laboral y fortalecen el ambiente organizacional. También se puede considerar incentivos no económicos, logros por reconocimientos, como diplomas o beneficios adicionales para quienes participen regularmente o alcancen metas en actividades deportivas, complementariamente se pueden implementar campañas de salud y bienestar que incluyan asesorías nutricionales, charlas sobre hábitos saludables y programas de prevención (Dávila et al., 2022).

Planes de acción para mitigar enfermedades crónicas a través del ejercicio físico

La investigación de Luna (2024), muestra que no hacer ninguna actividad que involucre un esfuerzo físico podría causar enfermedades crónicas no transmisibles (ENT), lo que afecta la eficiencia en el trabajo y como tal la salud del empleado, por lo que implementar programas deportivos puede ser una estrategia económica para mitigar estos riesgos.

Enfatiza una serie de planes de acción para mitigar los riesgos relacionados con enfermedades crónicas a través de actividades deportivas y de bienestar, de acuerdo a recomendaciones de la organización panamericana de la salud: Diagnóstico y sensibilización, realizando encuestas internas para asociar pros y contras de la ejecución de prácticas de ejercicio en el trabajo, a la vez que capacitar a empleados y gerentes sobre los beneficios del deporte corporativo en la salud y la productividad; en segundo lugar, implementar estas actividades creando horarios flexibles que permitan a los empleados participar en actividades deportivas o pausas activas, también establecer alianzas con centros deportivos cercanos y organizar actividades físicas periódicas en los descansos o después del trabajo; en tercer lugar, utilizar medios de difusión, agregar charlas y talleres que aborden la nutrición, manejo del estrés y prevención de enfermedades no transmisibles (Luna, 2024).

Crear un clima laboral que permita la integración usando el deporte como medio

Pilligua y Arteaga (2019), resaltan que el clima laboral en una empresa está relacionado con la productividad y motivación. Abordan un caso particular: el caso de Hardepex Cía Ltda, donde después de seis meses de promover actividades físicas grupales, sus empleados tuvieron un mayor compromiso, mejor comunicación y un incremento en la eficiencia de sus tareas diarias, demostrando cómo una actividad física puede mejorar el ambiente laboral.

Para esto tomaron en cuenta las siguientes estrategias propuestas para Mipymes: implementar actividades físicas grupales semanales, como pausas activas o torneos deportivos internos, para fortalecer la comunicación y la colaboración; fomentar la participación voluntaria; reconocer públicamente los logros deportivos de su personal y promover el trabajo en equipo, reforzando así los valores de liderazgo y colaboración; y evaluar periódicamente el impacto de estas prácticas, ajustando las actividades según las necesidades del personal (Pilligua y Arteaga, 2019).

Decisiones estratégicas focalizadas en talento deportivo

Como estrategia para las Mipymes en Bogotá y sus alrededores se sugiere incluir el deporte corporativo como una herramienta clave dentro de sus procesos, integrando decisiones estratégicas que se

Tema: Productividad y motivación.	Modelo conceptual de gestión a través del deporte.	Esta investigación propone un modelo que busca determinar las causas que llevan al público interno de una empresa a participar en un deporte, además enfatiza resultados como buena salud, interacción, apoyo entre compañeros y productividad. Trata 4 tipos deporte corporativo: actividades casuales, intramuros, ligas y clubes.	(6)
Impacto de los deportes comunitarios corporativos (CCS) en la integración social.	Modelo de efectos bidireccionales de la participación en CCS y la integración social.	La participación frecuente y de alta calidad en actividades deportivas dentro de la empresa mejora la integración social. Sin embargo, la profesionalización y competencia intensa en estas actividades tiene un impacto menor en la integración general.	(18)
Subtema: Ajustes forzados en puestos de trabajo de empleados deportivos que influyeron en su bienestar psicológico.	Modelo de gestión y desarrollo de recursos humanos.	Esta investigación enfatiza el planteamiento adecuado de los puestos de trabajo, así como las variables alrededor de estos centrándose en el bienestar psicológico del público interno de una empresa y como este puede resultar en una superación personal.	(19)
Subtema: Correlación entre bienestar en el trabajo, productividad de los empleados y promoción de la salud.	Bienestar en el trabajo.	El bienestar del público interno se relaciona con un ambiente laboral que implemente actividades saludables que indirectamente aumenten la productividad. Los hallazgos de la investigación concretan que un empleado saludable y valorado por la parte administrativa aumenta su rendimiento.	(20)
Implementación de actividades físicas en empresas inclusivas.	Relación entre trabajo, salud y discapacidad.	Este estudio investiga la relación entre salud y condiciones laborales en empresas que emplean personas con discapacidad. Su objetivo es desarrollar estrategias de seguridad y salud ocupacional.	(27)
La actividad física implementadas en trabajadores en edad laboral en Dinamarca	Entrenamiento físico inteligente (IPET)	Un entrenamiento físico inteligente en trabajadores que se realice con moderación puede mejorar la salud y la productividad; mejoras notables relacionadas con malestares musculares en trabajadores de oficina lo que aumento la productividad, incluso mejora su aptitud cardiorrespiratoria y cardiometabólica.	(26)

Subtema: Motivaciones, barreras y preferencias en la adaptación de actividades deportivas en empleados con sobrepeso propensos a contraer enfermedades no transmisibles.	Modelo conceptual a través de la gestión del deporte de empresa.	Estudio transversal de empleados con sobrepeso y obesidad, que identifica factores de motivación como apoyo externo, aspecto físico y un entorno adecuado y barreras como tiempo limitado, bajo nivel de motivación, factores externos a la empresa, inexperiencia en ejercicios.	(25)
Subtema: Beneficios del deporte dentro del ámbito laboral.	Rendimiento laboral	Esta investigación determina los beneficios del deporte en empresas, donde su principal unidad de análisis es el rendimiento basado en el trabajo colaborativo en el deporte, resalta que la actividades mitigan enfermedades no transmisibles.	(14)
Relevancia de la motivación de los empleados en la gestión estratégica y sostenibilidad de una empresa.	Modelo de motivación en los empleados en las empresas eslovacas.	La productividad de los empleados se ve influida por la motivación, pero el fracaso de la gestión empresarial repercute en su productividad. La investigación relaciona el rendimiento de empleados con la categoría laboral y el género.	(33)
Estrategias para retener talento humano dentro de las organizaciones.	Retención de talento.	Este estudio aborda la importancia de implementar estrategias para retener personal, destacando que una cultura focalizada en deportes o actividades físicas, puede desencadenar motivación en el contexto empresarial y el liderazgo.	(34)
Estrategias para incorporar el deporte como herramienta dentro del ámbito empresarial.	Gestión deportiva en empresas.	López discute cómo el deporte empresarial puede ser utilizado para optimizar el rendimiento organizacional. El autor subraya la importancia de incorporar actividades deportivas dentro de la estructura corporativa para promover la salud física y mental.	(24)
El deporte como herramienta de desarrollo de habilidades sociales y de colaboración en el ámbito laboral.	Trabajo en equipo y habilidades colaborativas.	Cubillos y Jaramillo abordan cómo el deporte, especialmente en equipos, es propenso a generar hábitos interpersonales, que se traducen en un buen desempeño de trabajo en equipo	(35)
Subtema: Impacto de la recreación en el lugar de trabajo en el desempeño laboral.	Relación entre recreación laboral y productividad.	La recreación, el servicio al cliente y la productividad; ayudan en la gestión de balance entre el trabajo y hogar.	(2)

Subtema: Influencia de las actividades recreativas en el bienestar y satisfacción laboral.	Impacto de la recreación en la gestión del estrés.	Las actividades recreativas tienen un impacto significativo en la reducción del estrés, mejorando el bienestar subjetivo de docentes universitarios.	(4)
Subtema: Impacto de la recreación laboral en la productividad.	Relación entre recreación y eficiencia en el trabajo.	La recreación laboral es clave, dado que la productividad del público interno, beneficia su bienestar físico, mental y social, lo que impacta directamente en el desempeño organizacional.	(1)
Tema: Teoría de la autodeterminación	Teoría de la autodeterminación (SDT).	Artículo que trata el factor de autodeterminación; su objetivo es determinar los beneficios de implementar programas que involucren alguna actividad física en un ambiente laboral, encontrando que la motivación se debía a factores externos, concretando que las motivaciones de los empleados pueden variar, y el programa debe adaptarse a estas variaciones.	(7)
Subtema: Beneficios y motivaciones de la implementación de programas que involucren una actividad física en un entorno laboral.	Teoría de la autodeterminación (que se utilizó en la parte cuantitativa del estudio).	Este estudio utiliza tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo. Se centra e determinar la utilidad de los programas que involucren una actividad física: el primer estudio, aborda los beneficios de estos programas; y el segundo estudio, trata las motivaciones con el deporte en un entorno laboral.	(11)
Subtema: Pasión laboral de los deportistas.	Teoría de la autodeterminación	Investigación que relaciona las variables de pasión armoniosa y obsesiva con la motivación en los deportistas en el lugar de trabajo, dos factores que varían dependiendo el empleado, resalta que pueden dar resultados positivos como productividad, o negativos como fatiga si se lleva al extremo.	(10)
Subtema: Estrategias para aumentar la motivación.	Teoría de la autodeterminación.	Determina las estrategias óptimas para aumentar la motivación de su público interno, buscando factores del entorno que inciden en la productividad del empleado, centrándose en dos variables, motivación autónoma y controlada, encontrando que el apoyo organizacional percibido es importante para la satisfacción.	(12)
Subtema: Conductas interpersonales en el deporte.	Teoría de la autodeterminación.	La investigación busca conocer las conductas interpersonales en un ambiente deportivo teniendo como base la teoría de la autodeterminación, principalmente se	(13)

		centró en las siguientes variables: apoyar la competencia y autonomía	
Subtema: Facilitadores y obstáculos en actividades deportivas grupales en el lugar de trabajo.	Deporte en equipo en el lugar de trabajo y teoría de la autodeterminación.	Trata sobre factores que influyen en inactividad física de empleados en edad laboral, problemática que afecta los costos de salud de una empresa, donde la desmotivación está arraigada con la falta de apoyo tanto de compañeros de trabajo como de la organización.	(14)
Subtema: Efectividad de intervenciones psicológicas en el trabajo	Terapia cognitivo-conductual (TCC) y programas de retorno al trabajo.	La TCC y programas de reincorporación laboral centrados en la exposición y resolución de problemas tienen un alto impacto en la recuperación de empleados con trastornos mentales comunes.	(3)
Motivación laboral y salud en el contexto de la gestión de la edad.	Modelo ampliado de la relación entre la motivación laboral y la salud.	El estudio propone un modelo que analiza cómo la motivación laboral y la salud están relacionadas capacidades sobresalientes de trabajo, destacando la importancia de estrategias de gestión para mantener una participación laboral.	(21)
Subtema La inteligencia cultural en ambientes deportivos.	Inteligencia cultural.	El foco de esta investigación es la inteligencia cultural, su relación con empleados deportivos, y como mejora la gestión empresarial, el estudio termina proponiendo una marco concepto entre ambas variables que logren que los empleados de diferentes culturas interactúen y se adapten a ambiente deportivos.	(22)
Tema: Ejemplos y estrategias para aumentar la actividad física en empleados.	Conductas saludables en ambientes laborales.	Este artículo aborda 9 estrategias que una empresa puede implementar para crear una cultura corporativa saludable.	(8)
Subtema: actividad física disminuye el riesgo de contraer enfermedades.	Derecho al deporte.	El sedentarismo puede propiciar muchas enfermedades que pueden ser mortales para el individuo y costosas para la empresa como los trastornos musculoesqueléticos entre otros. Este estudio trata sobre el deporte corporativo y como este puede mejorar productividad y motivación de los trabajadores y evitar costos altos a largo plazo.	(17)
Subtema: Actividades físicas	Promoción de la salud en el lugar de trabajo	Artículo que aborda los efectos de las actividades físicas dirigidas a las enfermeras en el ambiente laboral, estudia	(36)

dirigidas a enfermeras.		las barreras para implementar estos programas y los factores que podrían mejorarse para incentivar a los empleados.	
Subtema: Integración social y autonomía en la satisfacción laboral del deporte corporativo en Gauteng meridional	Satisfacción laboral	Esta investigación busca conocer la satisfacción laboral y su correlación con la satisfacción y autonomía en el caso de deportes escolares de Gauteng meridional.	(37)
Subtema: Percepción del trabajador sobre el sedentarismo en ambientes laborales australianos.	Reducción del sedentarismo.	Se centra en la percepción de los empleados respecto reducir el sedentarismo y las barreras que conlleva realizar cambios para aumentar la productividad, tácticas de bajo costo que podrían ser útiles para motivar a los empleados, enfatizando los desafíos que implica adaptar la cultura a una más saludable.	(38)
Subtema Factores motivacionales clave para profesionales de TIC en Bulgaria.	Teoría de la gestión empresarial.	Este estudio se centra en los empleados de las TIC, que le dan más importancia a un ambiente laboral saludable, resalta que estos ambientes dan como resultado la superación personal, un flujo de trabajo productivo basado en factores que conducen a la motivación, lo que se traduciría en una retención de personal.	(39)
Subtema: ejemplos de buenas prácticas de actividades en ambientes laborales en Europa	Métodos y resultados al implementar la actividad física en una empresa	Este informe recopila el caso de éxito de empresas o programas de Europa que fomentan la actividad física en los ambientes laborales.	(9)
Subtema: Activación interna del patrocinio deportivo en empresas.	Empresa Noruega Aker y su impacto en la motivación de los empleados.	El patrocinio deportivo dentro de las empresas no solo fortalece la imagen corporativa, sino que también puede usarse para motivar su público interno utilizando planes de actividad física lo que impacta en su bienestar y rendimiento.	(28)
Actividad física y bienestar de empleados en pequeñas y medianas empresas (Finlandia).	Bienestar de los empleados.	Esta investigación utilizó ambos métodos, cualitativo y cuantitativo, aborda los métodos que las pymes de Finlandia han utilizado para fomentar la actividad física a sus empleados.	(29)

Subtema: Motivación laboral basada en incentivos laborales en Perú	Teoría de motivación y desempeño organizacional y relación entre incentivos laborales y el desempeño de los empleados.	El artículo analiza cómo los incentivos laborales pueden influir positivamente en empleados, enfocándose en una empresa de Perú. Se destaca que el buen uso de los incentivos mejora el rendimiento y contribuye al éxito organizacional.	(30)
Subtema: Prevención de enfermedades crónicas a través del ejercicio físico (<i>Quito/Colombia</i>).	Prevención de enfermedades crónicas mediante ejercicio y el ejercicio físico como herramienta para la prevención de enfermedades no transmisibles en la población adulta joven.	Examina los como el ejercicio físico previene enfermedades crónicas en la población de Quito. Resalta el papel de estas prácticas como medida para contrarrestar riesgos cardiovasculares, diabetes y otras condiciones.	(31)
Subtema: Rendimiento productivo del caso Hardepex Cía Ltda (<i>Colombia</i>)	Clima laboral y rendimiento productivo.	La investigación cualitativa, determina la relación entre rendimiento y clima laboral, desde la perspectiva del caso dde Hardepex Cía. Este enfatiza que un buen ambiente laboral puede generar mejores resultados de productividad.	(16)
Subtema: El papel de las decisiones estratégicas en el aprovechamiento del talento deportivo para el desarrollo económico (<i>Colombia</i>)	Gestión del talento deportivo.	Trata sobre relevancia de las decisiones estratégicas en relación con el talento deportivo y como este contribuye progreso económico de Colombia	(32)

Marco institucional

El Decreto 1127 de 1991, un pilar fundamental en este marco reglamenta aspectos clave de la Ley 50 de 1990, estableciendo de manera explícita la obligación de las empresas de generar y mantener un ambiente de trabajo saludable y propicio para el desarrollo integral de sus empleados. Subraya la interdependencia entre la salud ocupacional y la productividad, reconociendo que un trabajador sano y comprometido es un activo invaluable para la organización. Llevar a cabo programas de deporte corporativo se alinea perfectamente con los objetivos del Decreto 1127. Además, en la carta internacional de UNESCO y de Europa, enfatizan que el deporte es un derecho, específicamente la ley 10 de 1990 (Carcedo Santos, 2014).

Pilligua y Arteaga (2019), tratan la empresa colombiana Hardepex Cía. Ltda., un ejemplo donde destacan que el clima laboral es un punto importante para aumentar el rendimiento. Los resultados de su investigación demuestran que un ambiente laboral positivo, caracterizado por la inclusión de actividades recreativas y deportivas. En este sentido, la promoción del deporte corporativo no debe ser vista

únicamente como una forma de esparcimiento o un beneficio adicional para los empleados. Se trata de una estrategia eficaz y proactiva para promover la integración, fortalecer la comunicación y fomentar la cohesión social dentro de la organización. Este tipo de iniciativas contribuyen a la construcción de un clima laboral favorable que trasciende el simple cumplimiento de tareas, creando un sentido de comunidad y camaradería entre los miembros del equipo. Un aspecto a resaltar es que los programas de deporte requieren una planificación estratégica y una gestión cuidadosa. Las empresas deben realizar un diagnóstico exhaustivo de las necesidades e intereses de sus empleados, ofreciendo una variedad de actividades deportivas que se adapten a sus preferencias y capacidades físicas. Además, es fundamental contar con el apoyo de profesionales capacitados en educación física y salud ocupacional, quienes puedan diseñar programas seguros y efectivos, minimizando el riesgo de lesiones y maximizando los beneficios para la salud.

Tabla 2. Marco institucional

Tema y subtema	Teoría/modelo/concepto	Descripción o idea central	Fuente APA (número de referencia)
Tema: Clústeres de recreación y deporte como factor de desarrollo socioeconómico.	Desarrollo económico mediante la actividad recreativa.	Este documento aborda el impacto y la retribución del deporte en el crecimiento económico, destacando cómo los clústeres tienen un papel importante en Bogotá.	(5)
Subtema: Desarrollo socioeconómico a través del deporte (Caso cluster).	Desarrollo económico mediante clústeres de deporte.	Los clústeres deportivos pueden ser utilizados como un medio para promover el crecimiento socioeconómico y como ventaja en un ambiente laboral, el caso del Distrito de Agua blanca, en Colombia, resalta como estas actividades contribuyen a la cohesión social y mejoran las condiciones económicas.	(40)
Subtema: Reglamentación del trabajo y los derechos laborales.	Derecho laboral y su reglamentación.	El decreto reglamenta aspectos relacionados con la Ley 50 de 1990, centrado en los derechos laborales y las condiciones de trabajo en Colombia.	(15)
Subtema: Conceptos básicos del clúster e iniciativas en Colombia.	Iniciativas Clúster.	Este texto aborda conceptos básicos relacionados con un clúster, aspectos y fases para diseñarlo, así como entidades que apoyan estas iniciativas.	(41)
Subtema: La relevancia de estos derechos en el bienestar y desarrollo económico global.	Derechos humanos y el desarrollo económico.	Mendoza discute la importancia de derechos culturales, sociales y económicos, en el contexto global, destaca cómo el respeto y la promoción de estos derechos garantiza el bienestar y el desarrollo económico.	(42)

Diseño metodológico

Enfoque, alcance y diseño de investigación

Este ante proyecto es una investigación del deporte corporativo con un enfoque cuantitativo de tipo no experimental, el alcance de este trabajo es descriptivo, su diseño no es experimental, asimismo el tipo de la investigación es de carácter transversal, puesto que recolectaremos datos en un solo momento, específicamente nos centraremos en la unidad de análisis, productividad y motivación. Buscamos indagar cuales factores de estas prácticas contribuyen a la productividad y motivación del cliente interno de una pequeña, mediana y grande empresa, además, para abordar el problema de investigación optamos por elegir como teoría central, la teoría de la autodeterminación, postulado que tiene una relación estrecha con la motivación en el deporte.

Variables

Basándonos en la teoría de la autodeterminación, que postula dos tipos de motivaciones, motivación externa e interna o controlable y autónoma, en este nos centraremos en las variables intrínsecas, ya que este tipo de motivación, es entendida como el impulso interno de los empleados a participar por gusto, disfrute o sentido personal, sin necesidad de recompensas externas. En este estudio, se seleccionaron variables internas claves para analizar cómo el deporte corporativo incide en la motivación y productividad:

- Satisfacción laboral por deportes corporativos: Con esta variable buscamos conocer cuáles son los desencadenantes internos o autónomos que motivan a los trabajadores a participar en los programas de actividades físicas, asimismo buscamos determinar cuáles son las motivaciones de las empresas para implementarlos, y de esta manera encontrar tendencias basadas en las respuestas de nuestra muestra, para delimitar cuales practicas logran esta motivación y cuáles no.
- Interacción social: referidas a la calidad de los vínculos y la interacción entre compañeros, clave para el trabajo colaborativo y la integración. Con esta variable queremos corroborar en base al trabajo campo si implementar estas prácticas propiciaría una mejor interacción tanto de compañeros del mismo departamento como de otras áreas, además determinar si esta variable sería un factor de mejora referente a la productividad de operaciones en una organización.
- Competición: Queremos conocer con esta variable si la competencia motiva o no a los empleados a participar en estos programas o por el contrario es una motivación controlada o por obligación, puesto que en una empresa podemos encontrar una variedad de trabajadores que realizan o no actividades físicas recurrentes en su vida diría, lo que podría desmotivar a este grupo de trabajadores.
- Gestión del deporte: Variable con la cual buscamos conocer la importancia del deporte para una empresa y como esta lo gestiona en mayor o menor medida dentro de sus actividades, si es flexible o no, o si solo es una medida para que la empresa sea conocida por tener planes de responsabilidad social corporativa, de acuerdo a los resultados del instrumento de empresa y la perspectiva de los mismos trabajadores.

Población y muestra

Para la fase de trabajo de campo, la unidad de nuestra que estipulamos son los trabajadores de pequeñas medianas y grandes empresas, donde nuestra población seria Bogotá y sus alrededores. Para delimitar el tamaño de la muestra, primero encontramos el tamaño de nuestra población. Según la cámara de comercio de Bogotá, en 2024 hubo 425.194 empresas activas, y en 59 municipios hubo 73.746 empresas activas (Cámara de comercio de Bogotá, 2024). Dado que estipulamos como candidatos a muestra pequeñas, medianas y grandes empresas de Bogotá y sus alrededores, tomamos el total, 498.940 empresas activas como población; utilizando esta cifra como el total de personas que representa nuestro universo, definimos el tamaño de la muestra con la calculadora de muestras de QuestionPro, en la cual estipulamos un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 15.6%, dando como resultado un tamaño de muestra de 40.

Criterios de inclusión y exclusión – Demográficos

- Género: Masculino y femenino
- Lugar de trabajo de los encuestados: oficina.
- Área funcional a la que pertenecen: director, gerencia y empleados de departamentos
- Edad: 20 a 50 años.
- Nivel de educación: estudiantes universitarios de carreras administrativas que estén cursando prácticas y profesionales que hayan culminado un pregrado o posgrado.
- Zona de ubicación: urbana.
- Situación laboral: Empleado de medio tiempo y de tiempo completo.

Selección de métodos e instrumentos para recolección de información

Fase 1 – instrumentos

Los instrumentos que utilizaremos para la fase de trabajo de campo son encuestas auto administradas en línea, cuestionarios de preguntas cerrados, en total son dos instrumentos separados que tienen una duración de 20 minutos cada uno: el primero dirigido a empresas, y el segundo, focalizado en los trabajadores de estas organizaciones. Ambos cuestionarios tienen el objetivo de conocer la perspectiva tanto de trabajadores respecto al deporte corporativo, y si estas prácticas se implementan o no en las empresas que seleccionamos como muestra.

En el encabezado o ficha de cada encuesta, se les informa a los individuos que conforman la muestra el nombre del estudio junto con quienes son los investigadores y el director de tesis, el objetivo o propósito del mismo, el procedimiento que incluye el tiempo aproximado, la confidencialidad acorde a la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales, y la ley 1266 de 2008 sobre Habeas, asegurándoles que su participación es voluntaria.

Los instrumentos proporcionados por el área de seminario de investigación de la Universidad EAN, consisten en: encuestas dirigidas a empleados, tienen preguntas cerradas de respuesta a si o no (preguntas 4,5 y 23), así como 15 preguntas de selección múltiple en donde se puede marcar más de una opción (preguntas 6 a 21) y un tipo cuestionario de Likert (22); y la encuesta dirigida a empresas, tiene nueve preguntas de única respuesta y respuesta abierta (preguntas 2 a 11), dieciséis de selección múltiple (preguntas 11 a 13 y 16 a 28), seis de respuesta de si y no (6, 14 a 15 y 29 a 31) y cuatro preguntas de escala de Likert (32 a 35).

Encuesta de empresas

Este instrumento tiene un total de 35 preguntas, algunas de ellas son abiertas y la mayoría cerradas, dirigidas a gestores o parte de recursos humanos quien se encargue de dirigir esta tipo de actividades: las preguntas abiertas, 4 a 10, y preguntas cerradas, 11 a 15, buscan conocer datos concretos de la empresa; preguntas cerradas, 16 a 31, se relacionan con el deporte corporativo y su implementación o no en la empresa; y las preguntas cerradas, 32 a 35, son para evaluar el nivel de satisfacción del gestor o parte de recursos humanos respecto a este tema en su organización.

Encuesta – trabajador

En este instrumento todas las preguntas son cerradas, y esta dirigidas a los empleados que deben tener relación con el encuestado a quien se le aplico el instrumento dirigido a empresas. Las preguntas en este tipo encuesta se dividen de la siguiente manera: las preguntas 4 y 5, abordan si la empresa implementa algún tipo de actividad física y si los trabajadores participan en ellas o no; las preguntas 6 a 7, enfatizan las motivaciones por las que participan y no participan los empleados en esta clase programas; preguntas 8 a 13, buscan conocer lo que le ofrece la empresa respecto a alguna actividad de deporte corporativo; preguntas 14 a 21, son preguntas que abordan que es lo que quiere el trabajador respecto a programas y

sus beneficios según la perspectiva de ellos; y preguntas 22 y 23 evalúan la satisfacción del cliente interno respecto al deporte corporativo y su ejecución o no dentro de su compañía.

Fase 2 – trabajo de campo

Periodo de recolección de datos

Se estipulo un periodo de recolección de datos de 4 semanas; 14 de abril a 11 de mayo, sería el intervalo de tiempo en el que aplicaríamos los instrumentos elaborados en Microsoft Forms, teniendo en cuenta que nuestra estimación de recolección de datos es de 40, cada integrante se centró en encuestar entre una a dos empresas dentro del rango de pequeñas, medianas y grandes empresas, a las cuales tuvieran acceso para aplicar dichos instrumentos, y como medios de difusión para las encuestas se utilizó WhatsApp y Correo Electrónico.

Empresas seleccionadas para la muestra

Las siguientes empresas son las que seleccionamos para aplicar los instrumentos, donde cada integrante realizo el trabajo de campo de manera individual para poder llegar a la estimación previamente estipulada de encuestados (muestra):

- Sistema de transporte S.A.: Esta empresa desarrolla sus actividades en la industria de transportes, sus actividades son B2B, ofrece servicios de control de tiempo para transportes urbanos, entre otras actividades relacionadas con este rubro; se aplicó el instrumento a la parte administrativa, donde obtuvimos una respuesta del supervisor de operaciones quien respondió la encuesta de empresa, asimismo se obtuvieron respuestas de los empleados, quienes respondieron la encuesta de trabajadores. El encargo de recolectar estos datos fue Ángel Dixon Rueda Ortiz, su cedula es 1007849828.
- EPIC BEAUTY PRO S.A.S.: Es una academia de maquillaje, pertenece al sector educativo e industria de belleza, sus operaciones se basan en formación para el trabajo, ofrecen cursos profesionales de: maquillaje, peinados, de cejas, de automaquillaje y capacitaciones para empresas de belleza. Se aplicó el instrumento de encuestas de empresas al encargado de recursos humanos y las encuestas de trabajadores a los empleados de esta entidad, quienes respondieron las encuestas de trabajadores. El encargo de recolectar estos datos es Selen Vanesa Montero Granados, su cedula es 1000325036.
- Punto de pago Multibanco: Empresa que se desempeña en crédito, corresponsalía bancaria, ofrece soluciones tecnológicas y de recaudo, asimismo oferta el mayor portafolio de servicios financieros con los bancos aliados; pertenece al sector financiero. Quien recolecto los datos de las cuentas de empresa y empleados es Kent Infante Bayona, su cedula es 6609843.
- Servicios H&G S.A.S: Esta empresa presta servicios de transporte interurbano y rural en los diferentes municipios del meta, pertenece a la industria de transportes. Quien aplico el instrumento de encuestas a la empresa y trabajadores es Laura Valentina Londoño Umaña, su cedula es 1119892940.

Recolección de datos

Acabada la fase de recolección, obtuvimos una muestra de 49; 7 de la encuesta de empresas y 42 de la encuesta de trabajadores. Ambos datos se encuentran adjuntos en formato Excel a este documento con el nombre de Anexo 1 (en caso del instrumento de empresas) y 2 (en el caso del instrumento de trabajadores), asimismo cada una de las preguntas tiene su respectivo grafico que resume la información de los datos, por si se quiere consultar a fondo el procedimiento en lo que respecta a la tabla de frecuencias, medidas de tendencias central y medidas de dispersión.

Procesamiento y análisis de resultados

A continuación, analizamos los datos que obtuvimos en cada instrumento de manera separada, primero se analizaron los datos que se obtuvieron en la encuesta dirigida a la empresa seguido de los datos de la encuesta dirigida a los trabajadores.

Instrumento de empresas

En el instrumento de empresas se obtuvo una muestra de 7. Es importante resaltar que este instrumento estaba dirigido a quienes se encargan de gestionar o tomar decisiones respecto al deporte corporativo o actividades físicas dentro de la organización, en este caso los perfiles que respondieron fueron: supervisor de operaciones, representante legal, secretario, gerente y auxiliar administrativo. A continuación, analizaremos los datos que obtuvimos desde la perspectiva de la empresa:

Pregunta 12 – La modalidad de trabajo que tiene la empresa es

Esta pregunta es una variable categórica, de las tres opciones presentadas: presencial, remota o híbrida; obtuvimos un 100% en la opción de presencial respecto a las otras opciones, de esto inferimos que la muestra obtenida de las 4 empresas seleccionadas para contestar los instrumentos tiene una modalidad presencial, por lo que los programas de deporte o de actividad física son cruciales, lo que indagamos más adelante en los resultados de las preguntas.

5 Figura 5. Pregunta 12 – Instrumento de empresas



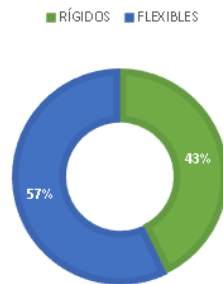
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 12.

Pregunta 13 – Los horarios de la empresa son

Con esta pregunta categórica se buscó conocer si los horarios eran flexibles o no, esto en caso de que implementaran algún deporte corporativo dentro de sus actividades o fuera de ellas. Obtuvimos que 57% de las empresas tiene horarios flexibles mientras que 43% tiene horarios rígidos, siendo una diferencia de 14% de empresas que tienen horarios flexibles respecto a las que no tienen estos horarios, siendo predominantes por este valor empresas con horarios flexibles.

6 Figura 6. Pregunta 13 – Instrumento de empresas

LOS HORARIOS DE LA EMPRESA SON



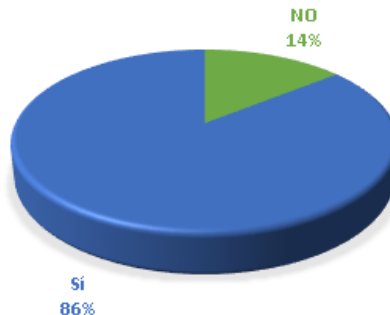
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 13.

Pregunta 14 – ¿La empresa tiene políticas formales sobre hábitos de vida saludable, bienestar físico y mental de los empleados? Esto podría incluir programas de salud, ejercicio y apoyo psicológico.

Las variables de esta pregunta son categóricas, SI y NO, con esto queríamos conocer si la muestra tiene dentro de sus políticas formales, la implementación de programas de deporte corporativo. Encontramos que, 86% respondió SI, de lo cual inferimos que la mayoría de la muestra contempla este aspecto en sus políticas respecto a un 14%, quienes respondieron NO.

7 Figura 7. Pregunta 14 – Instrumento de empresas

¿LA EMPRESA TIENE POLÍTICAS FORMALES SOBRE HáBITOS DE VIDA SALUDABLE, BIENESTAR FÍSICO Y MENTAL DE LOS EMPLEADOS? ESTO PODRÍA INCLUIR PROGRAMAS DE SALUD, EJERCICIO Y APOYO PSICOLÓGICO.



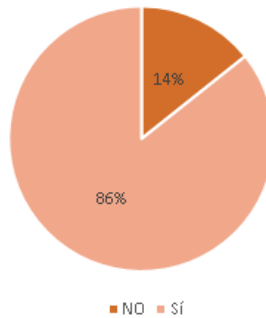
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 14.

Pregunta 15 – ¿La empresa realiza actividades de deporte corporativo con el patrocinio de la ARL o de la caja de compensación?

Esta pregunta con las variables categóricas, SI y NO, tiene la finalidad de conocer si las actividades deportivas están patrocinadas por el ARL o la caja de compensación; 86% de la muestra respondió Sí, mientras que 14% respondió no. Estos resultados nos indicaron que la mayoría de la muestra tiene patrocinios con una ARL o caja de compensación respecto a un 14% que no tiene este patrocinio dentro de sus servicios.

8 Figura 8. Pregunta 15 – Instrumento de empresas

¿La empresa realiza actividades de deporte corporativo con el patrocinio de la ARL o de la caja de compensación?



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 15.

Pregunta 16 - ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Actividades deportivas tradicionales

Con esta pregunta queríamos conocer por cuales deportes tradicionales se inclinó la muestra. En total obtuvimos una frecuencia absoluta de 14, con un promedio o media aritmética de 1.56, donde la mediana o punto central es 1, y la moda es 4; siendo el valor que más se repite, caminatas o senderismo, que representó un 28.57% de la muestra, seguido de torneos de futbol que representó un 21.43%. La varianza que obtuvimos es de 1.78, y las desviaciones estándar es de 1.33, lo que nos indicó una baja dispersión en deportes, es decir, la mayoría de deportes tradicionales por los que se decanta la muestra en términos de elección es similar, esto lo podemos corroborar con torneos de voleibol o partidos de baloncesto que tienen una frecuencia porcentual similar.

9 Figura 9. Pregunta 16 – Instrumento de empresas



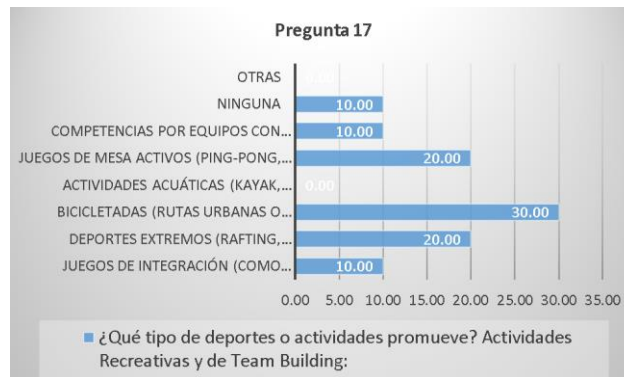
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 16.

Pregunta 17 - ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Actividades recreativas y de Team Building:

Con esta pregunta buscábamos conocer cuales actividades recreativas y de Team Building son del interés de la muestra. Obtuvimos en el análisis de los datos una frecuencia absoluta de 10, un promedio o media aritmética de 1.25, una mediana de 1 y una moda de 3, dato recurrente que representa la actividad

de Bicicletas, que tiene una frecuencia porcentual de 30%. En varianza obtuvimos un resultado de 1.07 y en desviación estándar de 1.04, esto nos indica que las actividades recreativas y de Team Building tienen una baja dispersión, datos que están agrupados y que tienen valores similares, como los deportes extremos y los juegos de mesa, que tienen una frecuencia porcentual de 20%, aunque ninguna empresa de la muestra seleccionó actividades acuáticas y las más bajas en términos de porcentaje fueron los juegos de integración y las competencias por equipos con 10% cada una.

10 Figura 10. Pregunta 17 – Instrumento de empresas

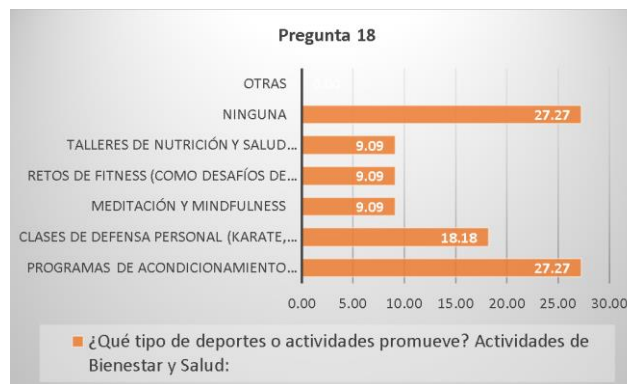


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 17.

Pregunta 18 - ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Actividades de bienestar y salud

Con esta pregunta buscábamos conocer las actividades de bienestar por las cuales las empresas se decantan. El total de la frecuencia absoluta de estos datos es de 11, el promedio es de 1.57, el punto medio o mediana es 1 y la moda es 3, lo que vendría siendo un 27% de los encuestados que promueven programas de acondicionamiento físico, no obstante, otro 27% no implementa ninguna actividad de este tipo. La varianza es de 1.29 y la desviación estándar es de 1.13, una dispersión de datos baja lo que significa mayor similitud y menos variabilidad en lo que respecta a actividades de bienestar y salud. Un dato a resaltar es que las clases de defensa personal ocupan el tercer lugar en opciones, su frecuencia porcentual es de 18%, mientras que las otras opciones tienen una similitud de 9%.

11 Figura 11. Pregunta 18 – Instrumento de empresas

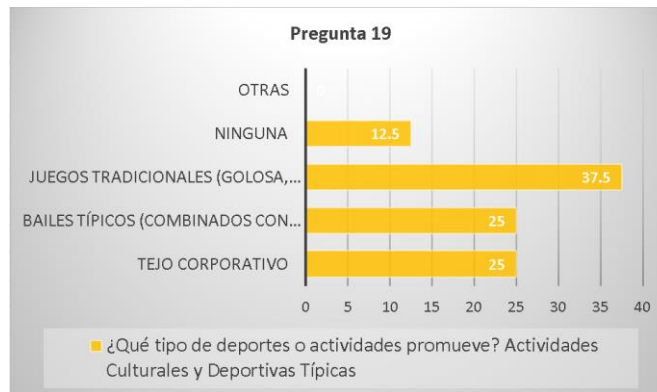


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 18.

Pregunta 19 - ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Actividades culturales y deportivas típicas

La intención de la pregunta es conocer las actividades culturales y deportivas típicas del interés de la muestra. El total de frecuencia absoluta que obtuvimos en esta pregunta fue de 8, la media aritmética fue de 1.60, la mediana de 2 y la moda 3, donde la actividad cultural que destacó con una frecuencia porcentual de 37%, fueron juegos tradicionales, asimismo el tejo corporativo y los bailes típicos tuvieron 25%, una frecuencia porcentual similar. En varianza se obtuvo 1.30 y en desviación estándar 1.14, lo que vendría siendo una dispersión baja, esto se traduce en datos agrupados con similitudes, en otras palabras, las actividades culturales no representan una variabilidad alta entre ellas.

12 Figura 12. Pregunta 19 – Instrumento de empresas

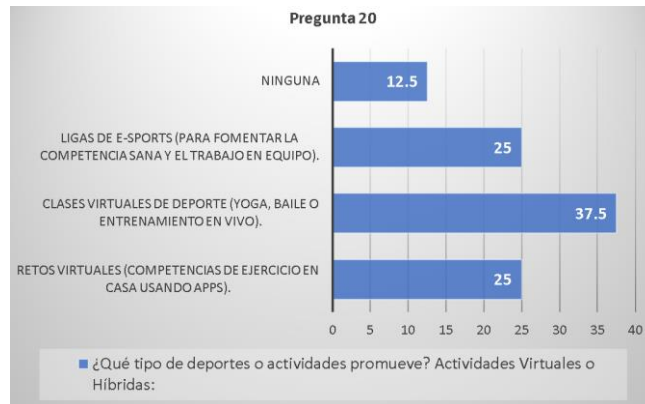


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 19.

Pregunta 20 - ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Actividades virtuales o híbridas

Con esta pregunta buscábamos conocer por cuales actividades en entornos virtuales se decantan las empresas. El total de la frecuencia absoluta que obtuvimos es 8, el promedio es de 2, la mediana es de 2 y la moda es de 3, siendo el dato que más se repite las clases virtuales de deporte, con una frecuencia porcentual de 37%. La varianza es de 0.67 y la desviación estándar es de 0.82, una dispersión baja, lo que representa similitud entre los datos, algo que evidenciamos en la frecuencia porcentual de 25% de retos virtual y ligas de deportes electrónicos. Cabe resaltar que el 100% de las empresas tiene modalidades presenciales, 57% tiene horarios flexibles, lo que podría un atractivo para este grupo de empresas con actividades virtuales.

13 Figura 13. Pregunta 20 – Instrumento de empresas

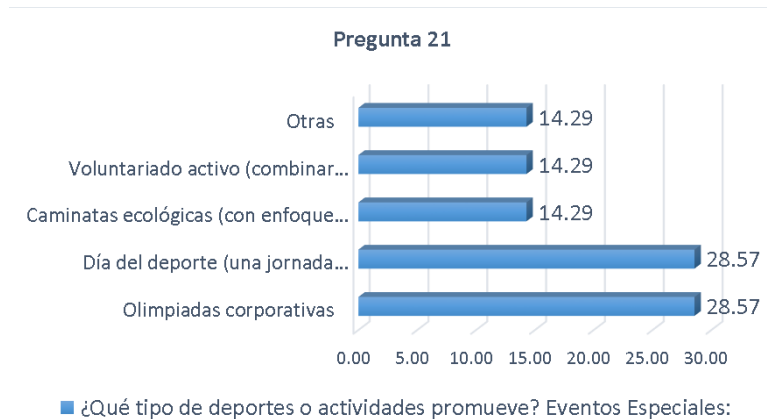


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 20.

Pregunta 21- ¿Qué tipo de deportes o actividades promueve? Eventos especiales

El cometido de esta pregunta era conocer si las empresas implementan algún evento especial dentro de sus actividades. El promedio de los datos es 1.40, la mediana es 1 y la moda es de 2, en este caso tuvimos dos eventos especiales que tienen una frecuencia porcentual similar de 28%, olimpiadas corporativas y día del deporte; la varianza es de 0.30 y la desviación estándar es de 0.55, una dispersión de datos baja que implica menor variabilidad y mayor similitud, lo que corroboramos con la similitud de los eventos especiales predominantes, incluso con los eventos de voluntariado activo y caminatas ecológicas que tienen un valor porcentual de 14.29%

14 Figura 14. Pregunta 21 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 21.

Pregunta 22- Los programas de deporte corporativo son

Esta pregunta categórica tenía el objetivo de conocer si los programas de deporte que implementa la empresa son estructurados o informales. Los resultados que obtuvimos fueron que, 62% implementa programas estructurados mientras que un 37% se decanta por programas informales. De esto podemos inferir que la mayoría de la muestra tiene como prioridad estructurar programas solidos de deporte corporativo para su público interno, mientras que la otra parte no focaliza sus esfuerzos en este aspecto.

15 Figura 15. Pregunta 22 – Instrumento de empresas

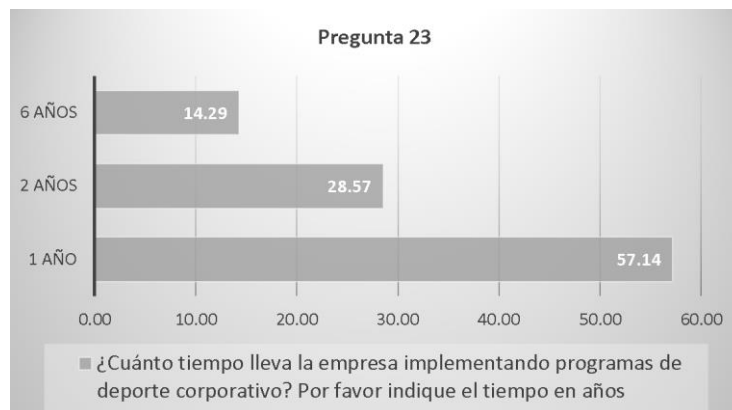


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 22.

Pregunta 23- ¿Cuánto tiempo lleva la empresa implementando programas de deporte corporativo?

En esta pregunta de tipo abierto queríamos conocer los años en que nuestra muestra lleva implementando el deporte corporativo en su empresa. Encontramos un promedio de 2.33, una mediana de 2 y una moda de 4, que vendría siendo 1 año de implementación, donde solo una empresa lleva 6 años implementando el deporte corporativo dentro de sus actividades. La varianza es de 2.33 y la desviación estándar es de 1.53, una dispersión baja, lo que significa datos agrupados, esto puede deberse a que el dato más recurrente es de un 1 año seguido de 2 años de implementación de estos programas, por lo que relativamente estas empresas no son veteranas implementando estos programas.

16 Figura 16. Pregunta 23 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 23.

Pregunta 24- Los canales de comunicación que utiliza la empresa para la difusión de estos programas son

Con la pregunta 24 queremos conocer cuales canales comunicación utilizaron las empresas para dar a conocer sus programas de deporte corporativo. El total de la frecuencia absoluta para estos datos fue de 7; la media aritmética fue de 1, la mediana o punto intermedio fue de 0 y la moda fue de 3, que son carteles o avisos en la oficina, que representan un 42% de la muestra. La varianza fue de 1.67 y la desviación

estándar fue de 1.29, en otras palabras, los datos están dispersos, podemos ver esto con el correo electrónico y reuniones informativas que tienen una frecuencia porcentual de 28%, mientras que otros canales no tienen mucha relevancia.

17 Figura 17. Pregunta 24 – Instrumento de empresas

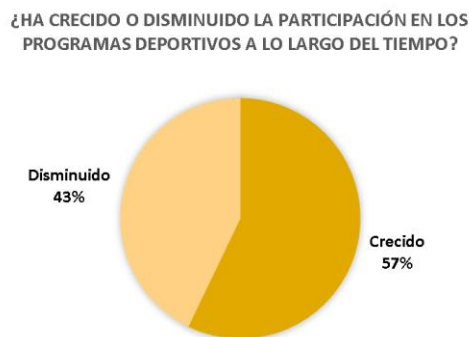


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 24.

Pregunta 25 - ¿Ha crecido o disminuido la participación en los programas deportivos a lo largo del tiempo?

Con esta pregunta categórica buscábamos conocer el crecimiento vs disminución, de la participación en actividades deportivas de la muestra. Los resultados que obtuvimos muestran que 57% de las empresas encuestadas piensa que ha crecido la participación, por otra parte, 43% piensa que su participación ha disminuido, podríamos inferir que los programas no son efectivos para lograr captar la atención de los empleados o no están siendo focalizadas respecto a los intereses de su público interno, mientras que otra parte de las empresas si ha logrado conseguir esta participación.

18 Figura 18. Pregunta 25 – Instrumento de empresas



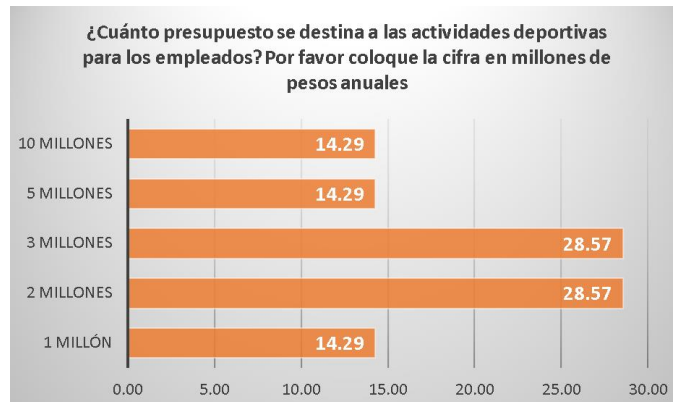
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 25.

Pregunta 26 - ¿Cuánto presupuesto se destina a las actividades para los empleados?

Teniendo en cuenta que la inversión en un deporte corporativo a largo plazo para una empresa es redituable es oportuno estipular un presupuesto acorde a esto, por esto queríamos con esta pregunta conocer el presupuesto que se destinan las empresas de la nuestra para implementar estas actividades. En

lo datos obtuvimos un total de frecuencia absoluta de 7; un promedio de 1.40, una mediana de 1, y una moda de 2, siendo 2 millones y 3 millones las cifras más altas y repetidas en los datos. La varianza es 0.30 y la desviación es de 0.55, esta baja dispersión de datos nos indica una alta similitud en los datos, en especial con 2 y 3 millones, que es el presupuesto que gastan las empresas en estas actividades, donde solo un 14.29% destina 10 millones para estas actividades.

19 Figura 19. Pregunta 26 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 26.

Pregunta 27 – ¿Con que periodicidad se hacen las actividades deportivas?

La finalidad de esta pregunta era conocer la frecuencia con la cual las empresas de la muestra practican ejercicio, encontrando que un 29% de estas empresas practican deporte semanalmente o trimestralmente, mientras que un 14% lo practica mensual, semestral o incluso anual. Esto nos da a entender que una gran parte de la muestra practica el deporte semanal pero otra gran parte de la misma lo practica de manera inconsistente, esto puede deberse a horarios rígidos, 43% de la muestra tiene estos horarios, adicionando que 37% de los programas impartidos son informales, algo que deben mejorar estas empresas ya que los resultados en lo que respecta a la constancia de sus trabajadores podrían no ser los esperados, puesto no se practica el deporte de manera recurrente.

20 Figura 20. Pregunta 27 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 27.

Pregunta 28 – ¿La empresa financia los programas deportivos completamente, o se espera que los empleados contribuyan?

Con esta pregunta queríamos conocer si las empresas de la muestra financian estas actividades o requieren del aporte de sus trabajadores. Encontramos que, 86% de la muestra financian sus programas de deporte respecto a un 14% que requería de la contribución de sus empleados, esta inversión adicional puede deberse a programas que no se estructurando con una debida antelación o falta presupuesto para estas actividades, lo que indica que debe aumentarse, de lo contrario podría bajar la iniciativa de los empleados a participar en estos programas por falta de apoyo de su empleador.

21 Figura 21. Pregunta 28 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 28.

Pregunta 29 – ¿La alta dirección está comprometida con la promoción de la actividad física entre los empleados?

Con esta pregunta queríamos conocer el compromiso de los directivos con el deporte corporativo, donde pudimos corroborar que un 71% está comprometido con las actividades, mientras que 29% no toma como prioridad estas actividades, algo que podría deberse a la situación de los horarios, cargas de trabajo y tiempos que le dedican a las actividades que involucren un esfuerzo físico.

22 Figura 22. Pregunta 29 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 29.

Pregunta 30 – ¿Los líderes impulsan activamente estos programas como una parte integral de la cultura empresarial?

Con esta pregunta buscábamos conocer si los líderes o encargados están comprometidos con estos programas o no. Encontramos que 57% de la muestra enfatiza que, si tienen compromiso, pero un 43%

enfatisa que no hay compromiso por parte de los lideres, algo inquietante ya que si los lideres no muestran interés en los programas, no hay una posibilidad que los trabajadores tampoco demuestren ese interés por falta de motivación y apoyo.

23 Figura 23. Pregunta 30 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 30.

Pregunta 31 – ¿La empresa realiza encuestas internas para medir la satisfacción de los empleados con respecto a los programas deportivos?

La pregunta 31, tenía el propósito de conocer si las empresas de la muestra se preocupan o no por mejorar sus programas de deporte, en este caso realizando sondeos mediante encuestas para saber la opinión de su personal. Pudimos evidenciar que 57% si realiza encuestas de satisfacción, no obstante 43% no realiza encuestas de satisfacción, lo que puede estar relacionado con la falta de compromiso en la promoción de la actividad física, lo que indica que el deporte no es la prioridad para una parte de las empresas de la muestra, aunque tenemos que tener en cuenta que la mayoría solo lleva un año implementando el deporte en su empresa.

24 Figura 24. Pregunta 31 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 31

Pregunta 32 – Síntesis de resultados relevantes de 16 preguntas tipo Likert

25 Figura 25. Pregunta 32 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 32.

Tabla 3. Síntesis – Resultados pregunta 32

Pregunta	T – Frecuencia absoluta	Media	Mediana	Moda	Varianza	Desviación estándar	Interpretación
32-1	7	1.40	1	3	1.30	1.14	«De acuerdo» es el dato que más se repite, representa un 42% de la muestra que afirmó que los líderes participan en actividades deportivas. También identificamos una dispersión baja, lo que significa similitud entre los datos, denotando que «Totalmente de acuerdo» es el segundo dato que más se repitió, con una frecuencia porcentual de 29.57%; podríamos afirmar que un 70% de los líderes de la muestra promueven y participan en estas actividades.
32-2	7	1.40	1	3	1.30	1.14	«De acuerdo» es el dato que tuvo la mayor frecuencia porcentual, 42%, seguido de «Totalmente de acuerdo» con 28%. Además, esto nos indica una dispersión baja, por lo que habrá una mayor similitud en los datos, lo que nos llevó

							a entender que 70% de los líderes promueven un equilibrio entre trabajo y deportes corporativos.
32-3	7	1.40	1	4	2.80	1.67	«De acuerdo» fue el dato que más se repite, tuvo una frecuencia porcentual de 57%. La dispersión de datos fue alta respecto a la media, lo que indica mayor variabilidad, puesto que 85% de la muestra afirma que el deporte corporativo ha mejorado el estado físico del trabajador.
32-4	7	1.40	0	4	3.80	1.95	«De acuerdo» es el dato que más se repite, tuvo una frecuencia porcentual de 57%, mientras que «Totalmente de acuerdo» tuvo 42%. Los datos de esta pregunta están dispersos, eso lo podemos corroborar ya que 100% de los encuestados afirma que el deporte en la empresa redujo el estrés y también mejoro su salud.
32-5	7	1.40	1	4	2.80	1.67	«De acuerdo» es el dato que más se repite con una frecuencia porcentual de 57%. La desviación estándar es 1.67, esto nos indica que los datos están más dispersos, lo pudimos corroborar ya que 28% de la muestra está «Totalmente de acuerdo» y tan solo 14% «No de acuerdo ni en desacuerdo», en otras palabras, 85% de los encuestados afirmaron que estas actividades han fortalecido el sentido de pertenencia y bienestar emocional de los trabajadores, respecto a quienes permanecen en un punto medio.
32-6	7	1.40	0	5	4.80	2.19	Los datos están dispersos, puesto que 71% estuvo «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo», es decir, 100% de los encuestados afirma que estas actividades han mejorado el trabajo en equipo.
32-7	7	1.40	0	5	4.80	2.19	La desviación estándar nos indica que los datos están dispersos puesto que, la mayoría o un 100% afirma que el deporte corporativo a mejora colaboración y comunicación en diferentes departamentos.
32-8	7	1.40	0	5	4.80	2.19	La desviación estándar es alta por lo que los datos desagrupados, y al igual que la pregunta 32-6 y 32-7, es debido a que 100% de los encuestados (71% «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo») contestaron que estas prácticas

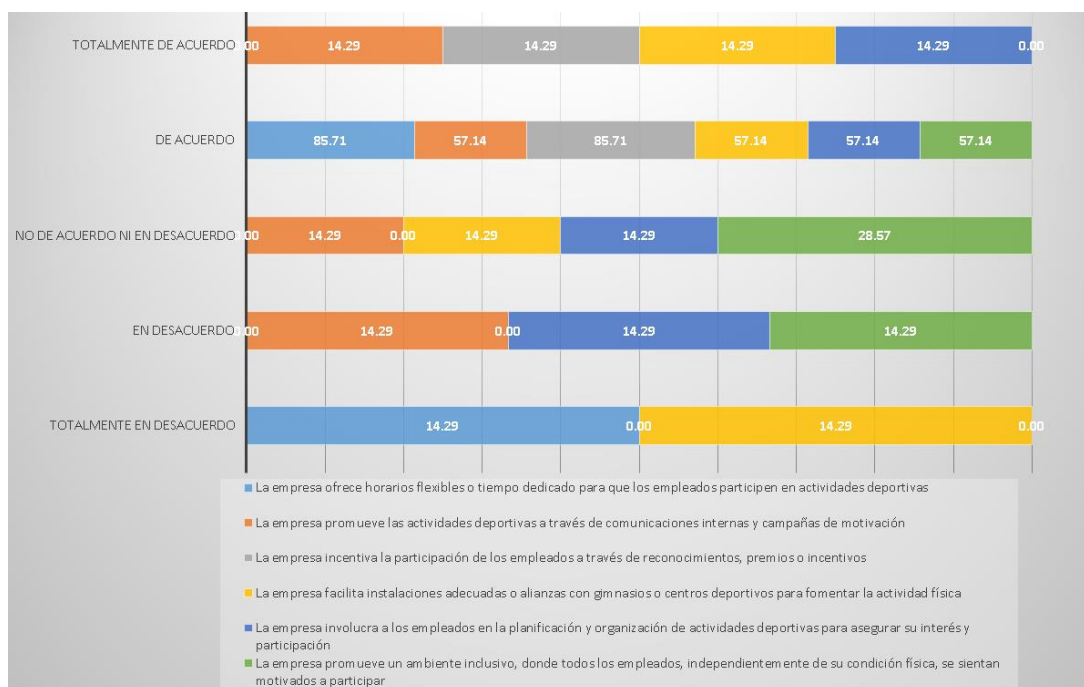
							promueven un ambiente de confianza y apoyo entre empleados.
32-9	7	1.40	2	3	1.80	1.34	La desviación estándar, nos indica que los datos están agrupados, lo que puede deberse a que 28% de los encuestados se encuentran «No de acuerdo ni en desacuerdo» respecto a 70% (42% «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo») que estuvieron a favor de que estos programas desarrollan habilidades de liderazgo y trabajo en equipo en trabajadores.
32-10	7	1.40	1	3	2.30	1.52	De la desviación estándar pudimos deducir que los datos están dispersos, la razón de esto es que 84% de los encuestados (42% «De acuerdo» y 42% «Totalmente de acuerdo») afirmaron que el deporte corporativo incrementa la productividad, sin embargo, un 14% de la muestra está «No de acuerdo ni en desacuerdo» ante este supuesto.
32-11	7	1.40	1	4	2.80	1.67	«De acuerdo» es el dato que más se repite, que tuvo una frecuencia porcentual de 57%. La desviación estándar, nos dio a entender que los datos están dispersos, debido a que un 71% de la muestra afirmaron que el deporte corporativo propicia creatividad en trabajadores: 57% «De acuerdo» y 14% «Totalmente de acuerdo», aunque 28% «No de acuerdo ni en desacuerdo».
32-12	7	1.40	1	4	2.80	1.67	La desviación estándar, nos indica que los datos están dispersos, pues 85% (57% «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados afirmaron que estas actividades mejoraron su concentración y eficiencia, mientras que solo 14% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
32-13	7	1.40	1	5	4.30	2.07	De la desviación estándar pudimos deducir que los datos dispersos o desagrupados, puesto que 71% de la muestra está «De acuerdo» y 14% está «Totalmente de acuerdo» con que el deporte corporativo fortalece la pertenencia y la identificación con la empresa.
32-14	7	2.80	3	7	8.70	2.95	«De acuerdo» es el dato que más se repite, con una frecuencia porcentual de 50%, que sostuvieron que el deporte fomenta un ambiente

							de inclusión y camaradería, respecto de una 21% quienes respondieron «No de acuerdo ni en desacuerdo». De la desviación estándar inferimos que los datos están desagrupados o dispersos, debido a la inclinación de 78% (50% «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo») de la muestra por esta afirmación.
32-15	7	2.80	3	4	8.70	2.95	La desviación estándar, nos da a entender que los datos están dispersos, ya que 50% «De acuerdo» y 21% «Totalmente de acuerdo» sostuvo que estos programas fomentan disciplina y constancia, por otra parte, 28% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
32-16	7	1.40	2	2	0.80	0.89	De la desviación estándar deducimos que los datos están agrupados, por lo que la variabilidad será baja y habrá una mayor similitud. En este caso 28% está «De acuerdo» y 28% está «Totalmente de acuerdo», es decir, 56% quienes afirmaron que las actividades deportivas logran generar compromiso y responsabilidad en tareas y objetivos del empleado, no obstante 28% de la muestra respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo».

Fuente: Elaboración propia con información basada en el Anexo 1

Pregunta 33 – Síntesis de resultados relevantes de 6 preguntas tipo Likert

26 Figura 26. Pregunta 33 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 33.

Tabla 4. Síntesis – Resultados pregunta 33

Pregunta	T – Frecuencia absoluta	Media	Mediana	Moda	Varianza	Desviación	Interpretación
33-1	7	1.40	0	6	6.80	2.61	La desviación estándar nos indica que los datos están dispersos o no están agrupados, y esto se debe a que tan solo 14% de la muestra respondió estar «Totalmente en desacuerdo», mientras que 85% de la muestra respondió «De acuerdo» al supuesto de si la empresa ofrece horarios flexibles para participar en actividades de deporte corporativo.
33-2	7	1.40	1	4	2.30	1.52	«De acuerdo» es el dato más frecuente, su respectiva frecuencia porcentual es 57%. La desviación estándar nos da a entender que, los datos no están agrupados, es decir, 57% de la muestra respondió estar «De acuerdo» y 14% «Totalmente de acuerdo» respecto a que la empresa promueve mediante comunicaciones internas y campañas las actividades deportivas, mientras que solo 1% respondió estar «En desacuerdo».

33-3	7	1.40	0	6	6.80	2.61	La desviación estándar nos indica una alta dispersión de los datos, lo que se debe precisamente a que 85% de los encuestados están «De acuerdo» y otro 14% están «Totalmente de acuerdo», lo que sería un 100% de la muestra que afirmó que su empresa ofrece incentivos para que sus empleados participen en actividades deportivas.
33-4	7	1.40	1	4	2.30	1.52	De la desviación estándar inferimos que los datos no están del todo agrupados, lo pudimos corroborar ya que 57% de la muestra enfatizó estar «De acuerdo» 14% «Totalmente de acuerdo» con que la empresa facilita instalaciones o alianzas para el deporte corporativo, aunque 14% se respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo».
33-5	7	1.40	1	4	2.30	1.52	La desviación estándar, nos indica que los datos están dispersos, podemos deducir de esto que 57% estuvo de «De acuerdo» con el supuesto de que la empresa incluye a los trabajadores en la planeación de actividades deportivas, sin embargo, 14% manifiesta estar «En desacuerdo» y otro 14% «No de acuerdo ni en desacuerdo».
33-6	7	1.40	1	4	2.80	1.67	De la desviación estándar, entendimos que los datos estaban dispersos o desagrupados, puesto que 57% de la muestra respondió estar «De acuerdo» con que la empresa promueve un ambiente inclusivo en actividades de deporte corporativo, otro 28% respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo» y 14% respondió «En desacuerdo».

Fuente: Elaboración propia con información basada en el Anexo 1

Pregunta 34 – Síntesis de resultados relevantes de 6 preguntas tipo Likert

27 Figura 27. Pregunta 34 – Instrumento de empresas

- El deporte corporativo ha contribuido a mejorar la imagen de la empresa ante sus empleados, clientes y el público en general
- La participación de la empresa en eventos deportivos o patrocinios deportivos ha fortalecido su reputación como una organización comprometida con el bienestar y la salud
- El deporte corporativo ha ayudado a posicionar a la empresa como un lugar atractivo para trabajar, mejorando su employer branding
- Las actividades deportivas corporativas han generado una percepción positiva de la empresa en la comunidad y en los medios de comunicación
- El deporte corporativo ha servido como una herramienta efectiva para fortalecer la responsabilidad social empresarial (RSE) y la conexión con la comunidad
- El deporte corporativo ha contribuido a diferenciar a la empresa de sus competidores, resaltando su compromiso con el bienestar integral de sus empleados



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 34.

Tabla 5. Síntesis – Resultados pregunta 34

Pregunta	T – Frecuencia absoluta	Media	Mediana	Moda	Varianza	Desviación	Interpretación
34-1	7	1.40	2	3	1.80	1.34	La desviación estándar nos indica que los datos están agrupados, de lo que deducimos que 42% de la muestra respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo» respecto al supuesto de si la implementación de programas deportivos mejora la imagen de la empresa frente a sus públicos de interés, frente 28% que estuvo «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo».
34-2	7	1.40	1	3	2.30	1.52	«No de acuerdo ni en desacuerdo» fue el dato más recurrente, que en frecuencia porcentual es 42%, seguido de «De acuerdo» que tuvo el mismo porcentaje. La desviación estándar, la interpretamos como datos dispersos, puesto que solo 14% de los encuestados estuvieron «Totalmente en desacuerdo» con que los eventos deportivos fortalecen la reputación de la empresa, pero la mayoría permanece en un punto neutral o estuvo a favor.

34-3	7	1.40	1	4	2.80	1.67	De la desviación estándar, comprendimos que los datos estaban dispersos, dado que 57% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo» frente al supuesto de que el deporte corporativo es efectivo para atraer nuevo personal con intereses afines con estas prácticas, no obstante 42% si apoya esta afirmación (28% «De acuerdo» y 14% «Totalmente de acuerdo»).
34-4	7	1.40	1	4	2.30	1.52	«De acuerdo» es el dato que más se repite, en frecuencia porcentual es 57%. La desviación estándar, nos indica que los datos se encuentran dispersos, ya que 71% de la muestra estuvo de acuerdo (57% «De acuerdo» y 14% Totalmente de acuerdo) con el supuesto de que el deporte corporativo mejora como se percibe la empresa en sus grupos de interés y medios de comunicación, mientras que solo 14% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
34-5	7	1.40	0	6	6.80	2.61	La desviación estándar nos indica que los datos no están agrupados o presentan más variabilidad, lo que puede deberse a que 85% de los encuestadas respondieron estar «De acuerdo» con que el deporte corporativo fortalece la responsabilidad social corporativa, y solo un 14% respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo».
34-6	7	1.40	1	4	2.30	1.52	«De acuerdo» es el dato más recurrente, en frecuencia porcentual es 57%. La desviación estándar, nos indica que los datos estaban dispersos, y esto se debe a que 71% (57% «De acuerdo» y 14% «Totalmente de acuerdo») de la muestra estuvo a favor de que el deporte corporativo es un factor diferencial frente a otros competidores, aunque 14% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».

Fuente: Elaboración propia con información basada en el Anexo 1

Pregunta 35 – Síntesis de resultados relevantes de 12 preguntas tipo Likert

28 Figura 28. Pregunta 35 – Instrumento de empresas



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 1, hoja P 35.

Tabla 6. Síntesis – Resultados pregunta 35

Pregunta	T-Frecuencia absoluta	Media	Mediana	Moda	Varianza	Desviación	Interpretación
35-1	7	1.40	1	4	2.30	1.52	La desviación estándar, nos dio entender que los datos están dispersos, puesto que 57% afirma estar «De acuerdo» con que las diferentes culturas de los empleados afectan su participación en el deporte corporativo, mientras que 14% mantiene una posición neutral y 28% afirma que no está de acuerdo con el supuesto (14% «En desacuerdo» y 14% «Totalmente en desacuerdo»).
35-2	7	1.40	1	3	1.30	1.14	La desviación estándar es 1.14, esto nos puede indicar que los datos tienen una baja dispersión o están agrupados, donde 42% los encuestados que respondieron «No de acuerdo ni en desacuerdo» respecto a que la carga de trabajo obstaculiza el tiempo a dedicar al deporte corporativo, mientras que 42% (14% «De acuerdo» y 28% «Totalmente

							de acuerdo») estuvieron a favor de esta afirmación, y solo 14% estuvo «En desacuerdo»
35-3	7	1.40	1	5	4.30	2.07	Podemos deducir de la desviación estándar que los datos no están agrupados, ya que 71% está «De acuerdo» con que la empresa ofrece entornos inclusivos para practicar el deporte corporativo, aunque 28% piensa lo contrario (14% «En desacuerdo» y 14% «Totalmente en desacuerdo»).
35-4	7	1.40	1	4	2.80	1.67	La desviación estándar, nos indica que los datos están dispersos; por un lado 14% estuvo «Totalmente en desacuerdo» en que los costos son un obstáculo para implementar programas deportivos, por otra parte, 57% estuvo «De acuerdo» con que estos representan un impedimento para llevar a cabo programas de este estilo, no obstante 28% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
35-5	7	1.40	0	7	9.80	3.13	La desviación estándar, denota que los datos están dispersos, lo que puede deberse a que 100% de los encuestados afirmó estar «De acuerdo», con que sus empresas tienen los recursos necesarios para ofrecer programas deportivos de calidad.
35-6	7	1.40	1	4	2.30	1.52	La desviación estándar, nos reveló que los datos están dispersos, debido a que 57% de la muestra afirmó estar «De acuerdo» con que los programas de deporte corporativo reciben los recursos adecuados frente a otros planes que está implementando sus empresas, sin embargo, 28% (14% «En desacuerdo» y 14% «Totalmente en desacuerdo») afirmaron que estos programas no reciben los recursos necesarios, seguido de un 14% que contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
35-7	7	1.40	1	3	2.30	1.52	La desviación estándar, señala que los datos no están agrupados, lo que puede deberse a que 84% (42% «De acuerdo» y 42% «Totalmente de acuerdo»), afirmaron que los incentivos aumentan la participación de los empleados en deporte corporativos, nos obstante, 14% respondió «No de acuerdo ni en desacuerdo».
35-8	7	1.40	0	6	6.80	2.61	La desviación estándar denota los datos están dispersos, pues 85% que respondió «De acuerdo»

							afirmó estar a favor con que una comunicación asertiva de los beneficios del deporte corporativo puede incentivar la participación de trabajadores en actividades de deporte corporativo.
35-9	7	1.40	1	3	2.30	1.52	La desviación estándar es 1.52, lo que apuntaba a que los datos estaban dispersos, lo evidenciamos con que 84% (42% «De acuerdo» y 42% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados afirmaron estar a favor de que la participación de los líderes en programas deportivos incentiva la participación de los trabajadores, como una motivación adicional, sin embargo, 14% estuvo «Totalmente en desacuerdo») con esta afirmación.
35-10	7	1.40	1	3	1.30	1.14	La desviación estándar, nos señala que los datos están agrupados, puesto que, 42% de la muestra afirmó estar «De acuerdo» con que el trabajo remoto redujo la participación en el deporte corporativo, 28% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo» y 28% (14% «En desacuerdo» y 14% «Totalmente en desacuerdo») contestó que esta transición no redujo la participación en el deporte corporativo.
35-11	7	1.40	1	2	0.30	0.55	La desviación estándar, nos indica que los datos están agrupados por lo que hay una variabilidad alta, lo pudimos corroborar con que 56% (28% «De acuerdo» y 28% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados afirmaron estar a favor de que el trabajo remoto desmotiva a los trabajadores a participar en actividades deportivas, 28% (14% «En desacuerdo» y 14% «Totalmente en desacuerdo») afirmaron que esto representa un factor de desmotivación para los empleados y solo 14% contestó «No de acuerdo ni en desacuerdo».
35-12	7	1.40	1	4	2.30	1.52	La desviación estándar, nos dio a entender que los datos están dispersos, esto se debe a que 71% (57% «De acuerdo» y 14% «Totalmente de acuerdo») de la muestra afirmó estar a favor de que su empresa oferta diferentes modalidades virtuales para que los empleados puedan participar, aunque 14% estuvo «En desacuerdo» con esto, un punto que podemos inferir es que estas alternativas podrían no estar bien estructurados o no son atractivas para

							incentivar al empleado a participar activamente en ellas.
--	--	--	--	--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia con información basada en el Anexo 1

Correlación de variables clave para la productividad y motivación –Empresas

Liderazgo y apoyo de directivos

Los empleados requieren del apoyo tanto de los directivos como de sus mismos líderes para sentirse motivados a participar en un deporte corporativo. En el caso de la perspectiva de las empresas, encontramos un patrón, 70% de los líderes promueven y participan en estas actividades, buscan organizar un equilibrio entre el trabajo y el deporte, y sus actividades han logrado generar habilidades de liderazgo en otros empleados y trabajo en equipo; 57% contestó que sus líderes impulsan proactivamente estos programas; 84% contestó que la presencia de ellos en las actividades sirve como una motivación adicional. Lo que debe ir junto con el compromiso de los directivos, 71% de estas empresas están comprometidas con la promoción de actividades físicas; 57% promueve estas actividades mediante comunicaciones internas y campañas, además buscan un ambiente inclusivo mediante las actividades deportivas; 96% realiza estas actividades mediante patrocinios de ARL o caja de compensación; 86% tiene políticas relacionadas con la vida saludable, bienestar físico y mental; y 57% realiza encuestas de satisfacción de sus programas deportivos.

Trabajo en equipo y participación

Encontramos que el deporte corporativo ha logrado mejorar el trabajo en equipo. Desde la perspectiva de las empresas, pudimos evidenciar un patrón, 100% de ellos contestaron que las actividades deportivas han mejorado el trabajo en equipo, colaboración, comunicación en diferentes departamentos, promueven un ambiente de confianza y apoyo, asimismo ofrecen incentivos para que sus empleados participen; 78% respondieron que el deporte fomenta un ambiente de inclusión y camaradería; 57% de las empresas contestaron que la cultura de los empleados afecta su participación en estos programas; 71% de estas empresas ofrecen ambientes inclusivos para practicar estos deportes;

Productividad y prácticas deportivas

La productividad es una variable clave para que una empresa pueda resultados que perduren a largo plazo. Desde la perspectiva de nuestra muestra de empresas 84% contestaron que los programas deportivos incrementan la productividad; 71% de la muestra contestó que utilizar estos programas propicio creatividad, ideas frescas, disciplina y constancia en sus trabajadores; 85% contestaron que estas actividades mejoraron la concentración de sus empleados; 56% afirma que estas actividades logran compromiso y responsabilidad hacia sus tareas.

Horarios, cargas de trabajo, instalaciones y planeación

La motivación del personal depende de un conjunto de aspectos desde su planeación hasta su debida ejecución, costos e incluso del espacio que se destina para realizar estas actividades entre otras variables. Encontramos que 85% de las empresas de la muestra, ofrecen horarios flexibles, pero en realidad 57% tiene estos horarios y el resto son regidos; 62% tiene programas estructurados, el restante informales; 71% facilita espacios o tiene alianzas para practicar el deporte corporativo, asimismo tienen diferentes modalidades virtuales; 57% toma en cuenta la opinión de los trabajadores en la planeación de estos programas, aunque los costos que implican representan un obstáculo para su desarrollo y ejecución, lo contradictorio de esto, es que este porcentaje recibe los recursos financieros de manera equitativa frente a otros planes; 86% financian estas actividades completamente, sin embargo, pueden flaquear en su

presupuesto, que varía entre 1 a 10 millones; y 42% de las empresas consideraron que la carga de trabajo obstaculiza el tiempo para dedicar al deporte, incluso afirmaron que el teletrabajo redujo la participación, 56% contestaron que es un factor de desmotivación, un punto favorable es que la modalidad que maneja el 100% de las empresas es presencial.

Instrumento de trabajadores

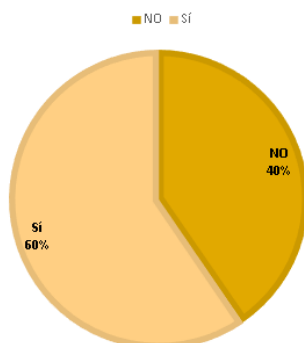
En el instrumento de trabajadores se obtuvo una muestra de 42, de los trabajadores de las 4 empresas previamente mencionadas que cumplieran con los criterios de inclusión y exclusión previamente estipulados antes de la fase de recolección de datos. A continuación, analizaremos los datos que obtuvimos de la encuesta de trabajadores:

Pregunta 4 – ¿La empresa para la cual laboras organiza actividades deportivas para el bienestar de sus trabajadores?

Con esta pregunta categórica buscábamos conocer si la empresa realiza o no actividades deportivas para el bienestar de sus empleados. Pudimos evidenciar que 60% de los trabajadores afirmó que la empresa organiza algún tipo de deporte corporativo, no obstante, 40% de ellos afirmó que sus empresas no realizan actividades deportivas, aunque podríamos afirmar dos posibles escenarios: el desconocimiento de que la empresa realiza este tipo de evento o que la frecuencia con la que organiza estas actividades no es constante como para considerarse una rutina dentro de un ambiente laboral.

29 Figura 29. Pregunta 4 – Instrumento de trabajadores

¿LA EMPRESA PARA LA CUAL LABORAS ORGANIZA ACTIVIDADES DEPORTIVAS PARA EL BIENESTAR DE SUS TRABAJADORES?



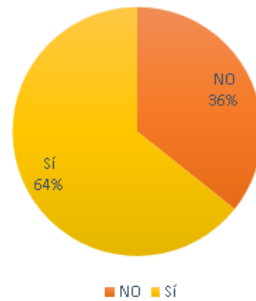
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 4.

Pregunta 5 – ¿Participas en las actividades deportivas organizadas por la empresa?

La finalidad de esta pregunta fue conocer si los trabajadores participan o no en las actividades deportivas que organiza su empresa. Encontramos que 64% de ellos participan en estas actividades, y 36% decide no hacerlo, esto puede deberse a sus intereses personales, estados físico o directamente a los horarios de la empresa que pueden ser un obstáculo, incluso puede deberse a una comunicación tardía por parte de los gestores de estos programas.

30 Figura 30. Pregunta 5 – Instrumento de trabajadores

¿Participas en las actividades deportivas organizadas por la empresa?

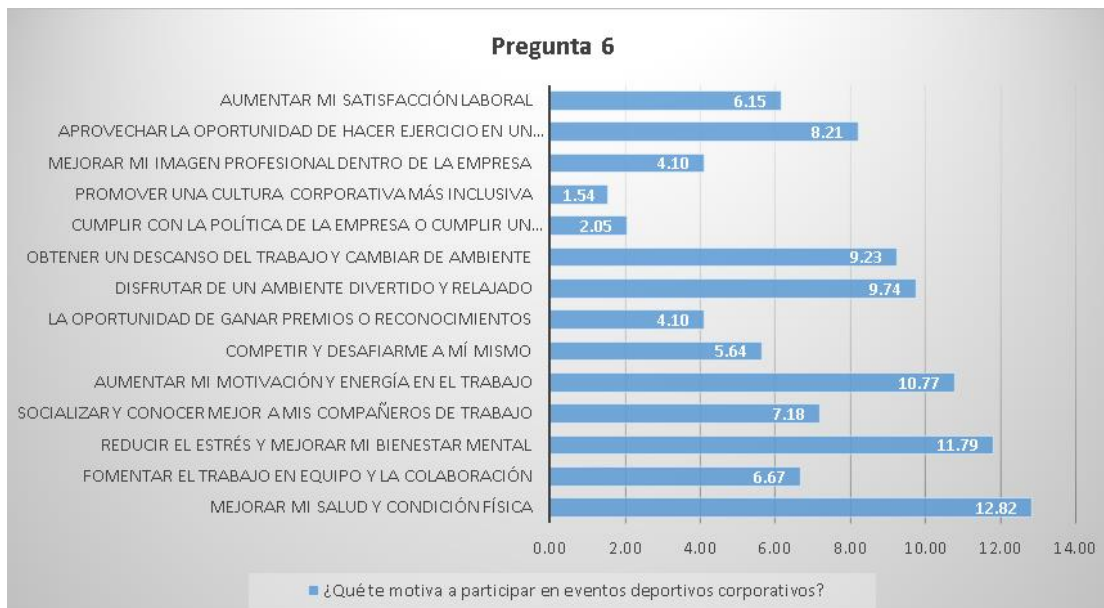


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 5.

Pregunta 6 – ¿Qué te motiva a participar en eventos corporativos?

El total de la frecuencia absoluta de los resultados obtenidos en esta pregunta es 195: el promedio es 13.93, la mediana es 13.50 y la moda es 25. La varianza es 46.37 y la desviación estándar es 6.81, lo que nos indicó que los datos están agrupados; evidenciamos de los resultados, que 12.82% de los trabajadores deciden participar para mejorar su salud y estado físico, 11.9% decide participar para reducir el estrés y mejorar su bienestar mental, 10.7 decide participar para aumentar su motivación y energía en el trabajo, y 9.74% participar para salir de la rutina, divertirse y relajarse haciendo deporte entre otros.

31 Figura 31. Pregunta 6 – Instrumento de trabajadores



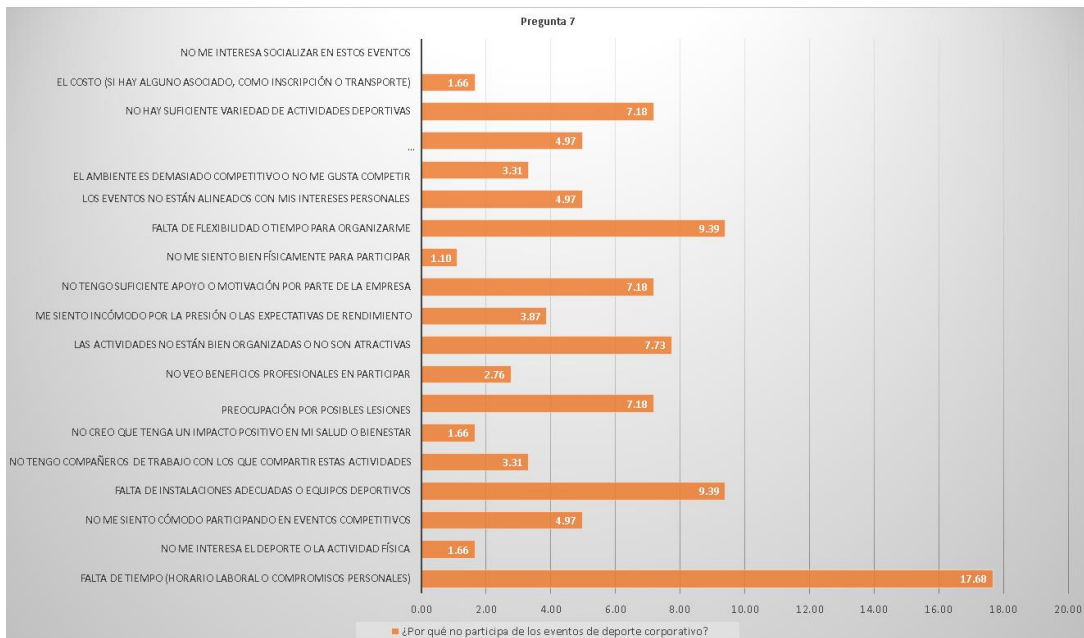
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 6.

Pregunta 7 - ¿Por qué no participa de los eventos de deporte corporativo?

La frecuencia absoluta total que obtuvimos de esta pregunta es 181; el promedio es 9.53, la mediana 9 y la moda es 32, siendo el valor que más se repite la falta de tiempo con una frecuencia porcentual de 17.6%, obstáculo por el que no participan en los eventos deportivos. La varianza es 55.6 y la desviación estándar es 7.46, lo que se traduce en una baja dispersión o datos agrupados, de los cuales destacamos los

siguientes obstáculos que evitan su participación en el deporte corporativo: 9.39% contestó falta de flexibilidad; 9.39% contestó que faltan instalaciones adecuadas; 7.73 contestó que las actividades no están bien estructuradas y no encajan en los intereses de los empleados; 7.18% afirmó que no hay variedad en deportes corporativos; 7.18% sostiene que no hay apoyo, además de que la empresa tampoco motiva esta participación; 7.18% evita participar por posibles lesiones entre otros aspectos con menor porcentaje en los resultados.

32 Figura 32. Pregunta 7 – Instrumento de trabajadores

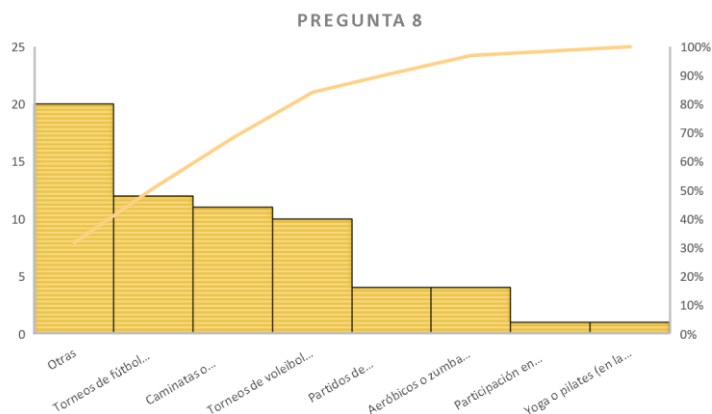


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 7.

Pregunta 8 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Actividades deportivas tradicionales

El total de la frecuencia absoluta que obtuvimos de esta respuesta fue de 63; la media es 7.87, la mediana es 7 y la moda es 20. La varianza fue de 43.27 y la desviación estándar fue 6.58, lo que nos indicó que los datos están agrupados, evidenciamos que, 31.75% practica otros deportes tradicionales que no están dentro de las opciones preestablecidas, lo que si pudimos notar es que 19% afirma que sus empresas les ofrecen torneos de futbol, seguido de un 17% que indicó caminatas o senderismo, y 15% afirmó que su empresa ofrece torneos de Voleibol. Los deportes tradicionales que menos relevancia tuvieron fueron partidos de baloncesto (6.35%), aeróbicos (6.35%), carreras atléticas (1.51%) y yoga o pilates (1.59%).

33 Figura 33. Pregunta 8 – Instrumento de trabajadores

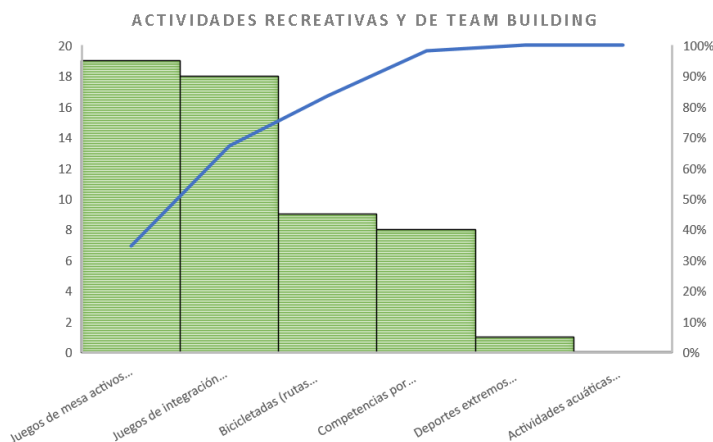


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 8.

Pregunta 9 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Actividades recreativas y de Team Building

El total de la frecuencia absoluta que obtuvimos en esta pregunta fue de 55; el promedio es 9.17, la mediana es 8.50 y la moda es 19. La varianza fue de 65.37 y la desviación estándar fue de 8, esto nos indicó una baja dispersión o datos agrupados, lo pudimos evidenciar en que, a 34% de las empresas de los encuestados les ofrecen juegos de mesa activos, a 32% les ofrecen juegos integración, un 16% de estas empresas ofrecen actividades en ciclo paseos o rutas urbanas y 14% organiza competencias por equipos que involucran pruebas físicas y mentales. Las opciones que menos ofrecen las empresas en lo que respecta a este tipo de actividades son deportes extremos (1%) y actividades acuáticas (0%).

34 Figura 34. Pregunta 9 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 9.

Pregunta 10 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Actividades de bienestar y salud

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta fue de 54; el promedio es 10.80, la mediana es 12 y la moda es 21. La varianza es 82.70 y la desviación estándar es 9.09, lo que nos indicó que la dispersión de los datos es baja, dado que tienden a estar agrupados, lo podemos ver en que, 38% de la muestra seleccionó que su empresa ofrece programas de acondicionamiento físico, 33% afirmó que ofrece

meditación y mindfulness y 22% ofrece talleres de nutrición y salud. Las opciones que menos ofrecen las empresas son clases de defensa personal y retos fitness.

35 Figura 35. Pregunta 10 – Instrumento de trabajadores

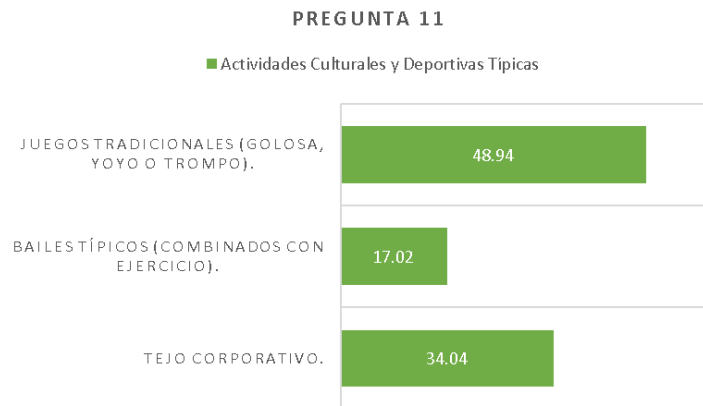


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 10.

Pregunta 11 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Actividades culturales y deportivas típicas

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 47; el promedio es 15.67, la mediana es 16 y la moda es 23. La varianza es 56.33 y la desviación estándar es 7.51, lo que nos indicó que los datos están agrupados, en el caso de actividades culturales y deportivas que les ofrecen las empresas: 48,94% de la muestra respondió juegos tradicionales, 34,04% respondió tejo corporativo y 17.02% bailes típicos, siendo esta opción la más baja de las 3 propuestas.

36 Figura 36. Pregunta 11 – Instrumento de trabajadores



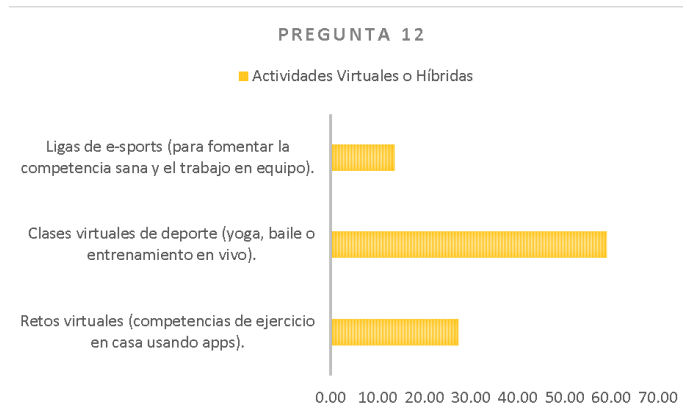
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 11.

Pregunta 12 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Actividades virtuales o híbridas

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 44; el promedio es 14.67, la mediana es 12 y la moda es 12. La varianza es 105.3 y la desviación estándar es 10.26, lo que nos indica que los datos tienen una baja dispersión, en el caso de actividades virtuales o híbridas, la muestra contestó: 39% clases virtuales de deporte, 27% retos virtuales relacionados con actividades físicas y 13% seleccionó que su empresa ofrece ligas de e-sports, inferimos que estas ligas de deportes electrónicos sirven para lograr una competencia y trabajo en equipo pero no logran impactar en mejorar el estado físico de los trabajadores,

no hay cambios en el sedentarismo, lo que indica que esta actividad tiene que juntarse con otras relacionados con esfuerzos físicos.

37 Figura 37. Pregunta 12 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 12.

Pregunta 13 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te ofrecen en la empresa? Eventos especiales

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 52; la media es 13, la mediana es 12 y la moda es 19. La varianza es 20.67 y la desviación estándar es 4.55, lo que indica una dispersión de datos baja, esto lo podemos corroborar con las preferencias de los eventos especiales, donde 36% le gustaría que incluyeran caminatas ecológicas, 26% prefiere voluntariado activo, 19% opta por olimpiadas corporativas y 17% le gustaría un día del deporte. Datos de los cuales inferimos que una parte de los empleados prefiere actividades que no involucran una competencia como las caminatas o voluntariados mientras que otra parte le gustan los eventos de competencia como olimpiadas.

38 Figura 38. Pregunta 13 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 13.

Pregunta 14 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Actividades deportivas tradicionales

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 100; el promedio es 14.29, la mediana es 15 y la moda es 21. La varianza es 21.90 y la desviación estándar es 4.68, de este dato podemos concretar que los

datos están agrupados, pues la dispersión es baja, en el caso de las actividades tradicionales, las que notamos más relevantes en lo que respecta a preferencias son las siguientes: 21% de los encuestados les gustaría que hubiera caminatas o senderismo, 18% prefieren los aeróbicos o zumba y 15% le gustaría actividades de Yoga o Pilates. De esto datos inferimos que los trabajadores prefieren nuevos deportes tradicionales o más variedad dentro los programas que ofrece la empresa, pues los deportes específicos son más centrados en perfiles concretos que comparten esos intereses dejando de lado a trabajadores que quieren una actividad más general.

39 Figura 39. Pregunta 14– Instrumento de trabajadores



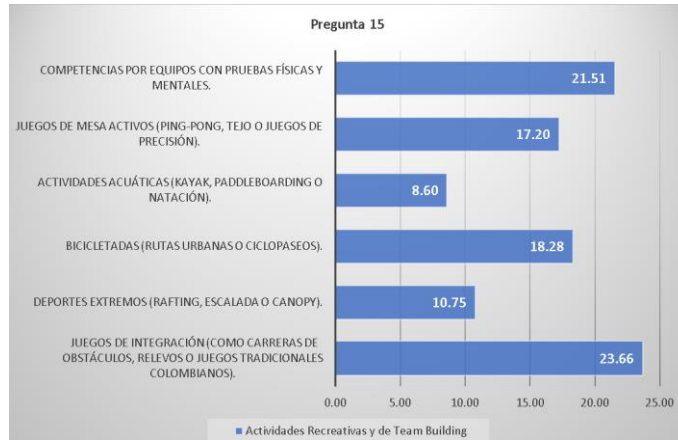
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 14.

Pregunta 15 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Actividades recreativas y de Team Building

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 93; el promedio es 15.50, la mediana es 16.50 y la moda es 22, siendo esta en frecuencia porcentual, 23.66% de los trabajadores que les gustaría que implementaran juegos de integración. La varianza es 30.30 y la desviación estándar es 5.50, lo que nos indica datos con una dispersión baja, lo podemos evidenciar en las siguientes preferencias: 21.51% les gustaría competencias por equipos; 18.28% les gustaría actividades en bicicleta; 17.20% se inclinan por juegos mesa activos; 10.75% les gustaría que se incluyeran actividades de deportes extremos; y 8.6% quieren actividades acuáticas.

De lo anterior deducimos que a una parte de los trabajadores les gustaría las actividades que involucren la interacción como juegos de integración, de mesa o actividades en bicicleta. Esto sería una oportunidad de mejora para estas empresas, pues algunas de estas actividades pasan desapercibidas, y podrían adaptarse a programas de deporte corporativo dependiendo el estado físico del empleado, donde resaltamos que los deportes extremos no podrían valorarse para perfiles con estilos de vida sedentarios.

40 Figura 40. Pregunta 15– Instrumento de trabajadores

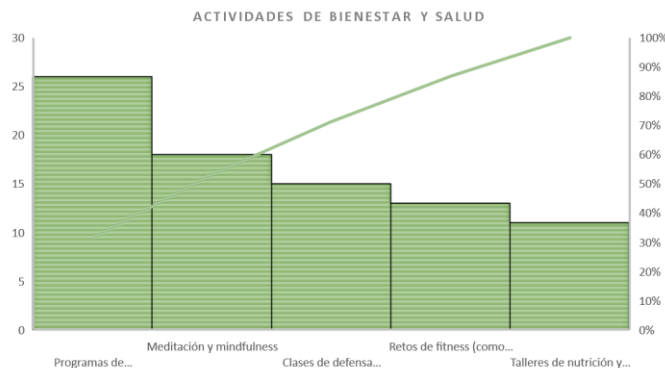


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 15.

Pregunta 16 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Actividades de bienestar y salud

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 83; el promedio es 16.60, la mediana es 15 y la moda es 26. La varianza es 34.30 y la desviación estándar es 5.86, dato que nos indica que los valores están agrupados o hay una baja dispersión, en el caso de las actividades de bienestar: 31% de los trabajadores les gustaría los programas de acondicionamiento físico; 21% le gustaría actividades de meditación y mindfulness; 18% le gustaría las clases defensa personal; 15% seleccionó lo retos fitness; y solo 13% de los empleados seleccionaron talleres de nutrición. De estos datos podemos entender que los empleados quieren actividades de bienestar y salud innovadoras a las que ya les ofrecían sus empresas, incluso quieren más variedad los que seleccionaron meditación y mindfulness.

41 Figura 41. Pregunta 16 – Instrumento de trabajadores



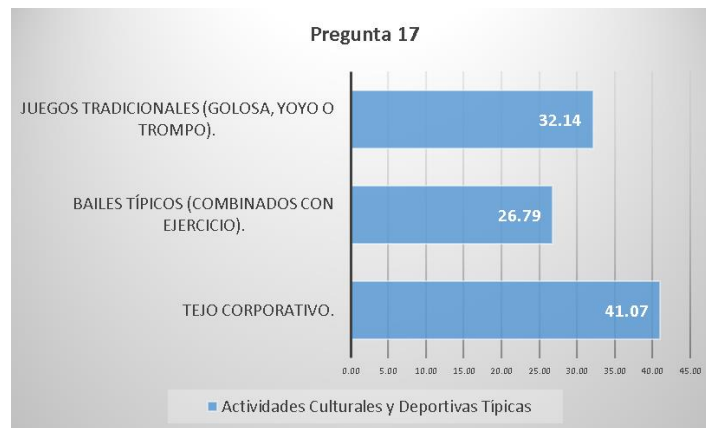
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 16.

Pregunta 17 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Actividades culturales y deportivas típicas

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 56; la media es 18.67, la mediana es 18 y la moda 23. La varianza es 16.33 y la desviación estándar es 4.04, cifra con la cual identificamos que los datos están agrupados o tienen una baja dispersión, en el caso de las actividades culturales, 41.07% le gustaría que le ofrecieran actividades de tejo corporativo, 32% le gustaría que le ofrecieran juegos tradicionales y 26% le gustaría bailes típicos. Deducimos de estos resultados que una parte de la muestra prefiere un

deporte corporativo específico mientras que otra parte prefiere diferentes actividades relacionadas con juegos tradicionales o bailes típicos.

42 Figura 42. Pregunta 16 – Instrumento de trabajadores

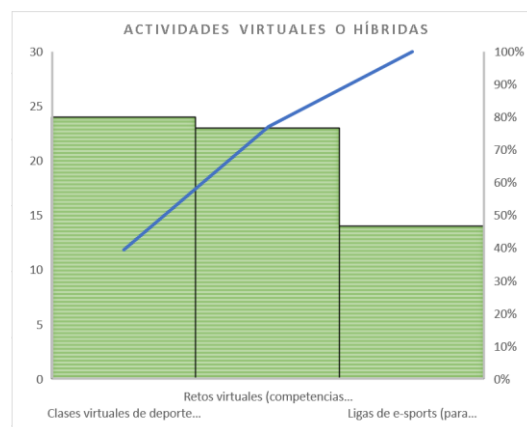


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 16.

Pregunta 18 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Actividades virtuales o híbridas

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 61; la media es 20.33, la mediana es 23 y la moda es 24. La varianza es 30.33 y la desviación estándar es 5.51, lo que nos indica que los datos están agrupados, en el caso de las actividades virtuales: 39.34% les gustaría clases virtuales de deporte, 37.7% les gustaría retos virtuales; 22.95% les gustaría ligas de deportes electrónicos. De lo anterior podemos entender que las clases virtuales y retos de deporte corporativo, podrían ser útiles para ir preparando a los empleados con estiramientos básicos antes de las actividades del día a día en el horario laboral, lo que no sería efectivo son las ligas de deportes electrónicos, pues los trabajadores no harían cambios significativos en su estado físico, pero si mejoraría su integración.

43 Figura 43. Pregunta 18 – Instrumento de trabajadores

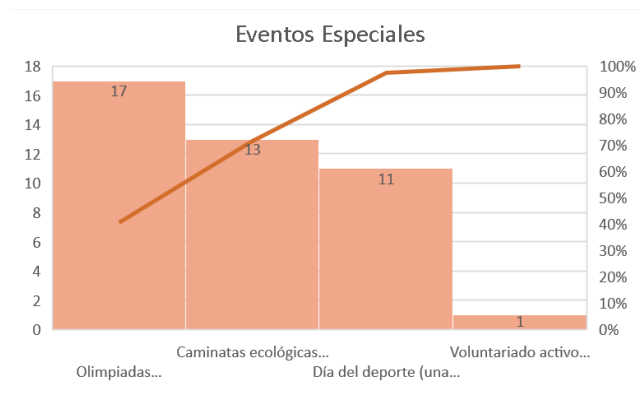


Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 18.

Pregunta 19 – ¿Qué tipo de actividades deportivas te gustaría que se ofrecieran en la empresa? Eventos especiales

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 42; el promedio es 10.50, la mediana es 12 y la moda es 17. La varianza es 46.33 y la desviación estándar es 6.81, lo que indica una baja dispersión o datos agrupados, en el caso de los eventos especiales, 40.48% de los trabajadores les gustaría que les ofrecieran olimpiadas corporativas, 30.95% caminatas ecológicas, 26.19% día del deporte y tan solo 2.38% alguna actividad de deporte corporativo de voluntariado activo. De esto podemos deducir que la mayoría de la muestra tiene preferencia por olimpiadas, caminatas ecológicas y día del deporte, pero no podemos dar por sentado que los empleados realmente participen o tengan interés por estos, ya que su condición física y el tipo de actividad comprometería toda la organización del mismo, si los empleados no llegasen a estar en condiciones de hacer estas actividades.

44 Figura 44. Pregunta 19 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 19.

Pregunta 20 – ¿Crees que las actividades deportivas en la empresa tienen un impacto positivo en tu salud física y mental?

En esta pregunta queríamos conocer si las actividades que realiza las empresas de la muestra impactan positivamente en salud física y mental, encontrando que 98% de los trabajadores sostienen que estas actividades han ayudado a mejorar su bienestar, no obstante, hay un 2% de ellos que creen lo contrario, y esto puede deberse a que no son actividades de su preferencia, los horarios no están bien estructurados o no encajan en su flujo de trabajo y tampoco los motiva la empresa a participar.

45 Figura 45. Pregunta 20 – Instrumento de trabajadores



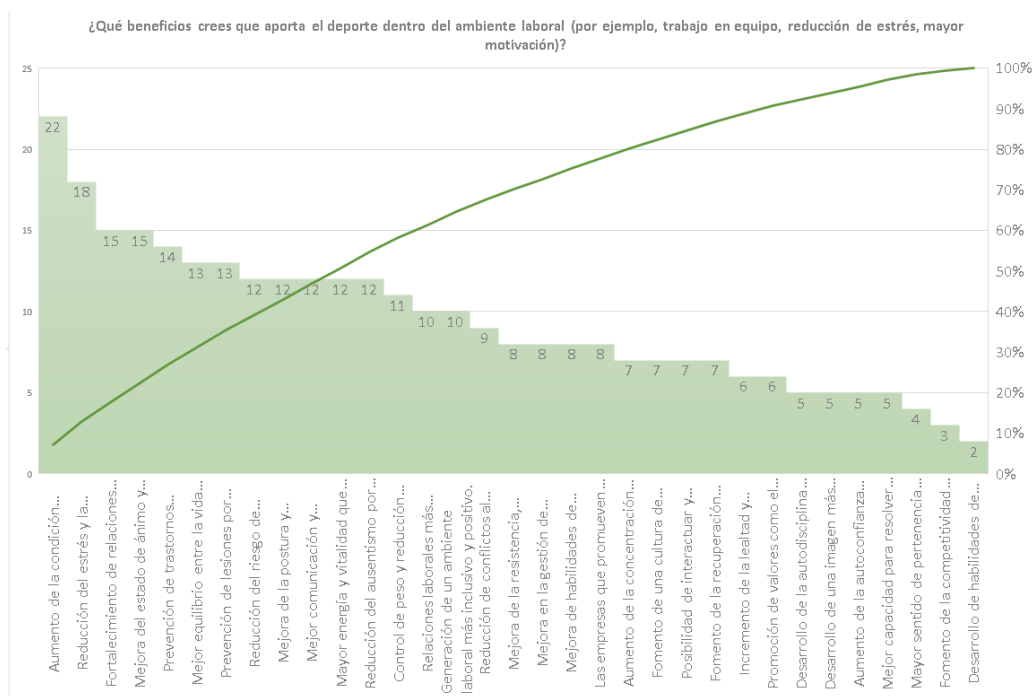
Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 20.

Pregunta 21 - ¿Qué beneficios crees que aporta el deporte dentro del ambiente laboral?

El total de la frecuencia absoluta de esta pregunta es 311; la media es 9.42, la mediana es 8 y la moda es 22, que en frecuencia porcentual es 7.07% de los trabajadores que seleccionaron que el deporte corporativo aumenta la condición física general. La varianza es 19.88 y la desviación estándar es 4.46, cifra que nos indica que los datos están agrupados y tienen una baja dispersión, en este caso los beneficios que más seleccionaron los trabajadores respecto al deporte corporativo: 5.79% creen que estas actividades reducen el estrés y la ansiedad; 4.82% de ellos creen que mejora el estado de ánimo y la sensación de bienestar; 4.82% creen que fortalece relaciones interpersonales y propicia interacción entre los trabajadores; 4.50% creen que previene los trastornos del estrés; 4.18% cree que implementar estas prácticas logra generar un mejor equilibrio entre la vida personal y profesional; 4.18% cree que ayuda a la prevención de lesiones por movimiento; 3.86% cree que reduce los riesgos de enfermedades crónicas; 3.86% cree que mejora la postura y reduce los problemas musculo esqueléticos; 3.86% cree que estas actividades aportan energía y vitalidad, lo que se traduce en productividad; 3.86% cree que reduce el ausentismo por enfermedades; y 3.86% cree que mejora la comunicación y colaboración.

Resultando que la mayoría eligió las opciones que mejoran su estado de salud físico y mental, por lo que deducimos que los trabajadores de la muestra quieren un deporte corporativo pensando en su salud, pero estas prácticas no van a dar instantáneamente una mejor impresión de la empresa, son inversiones a largo plazo que generan resultados, pero que se van a ver reflejados a corto plazo en la productividad del personal.

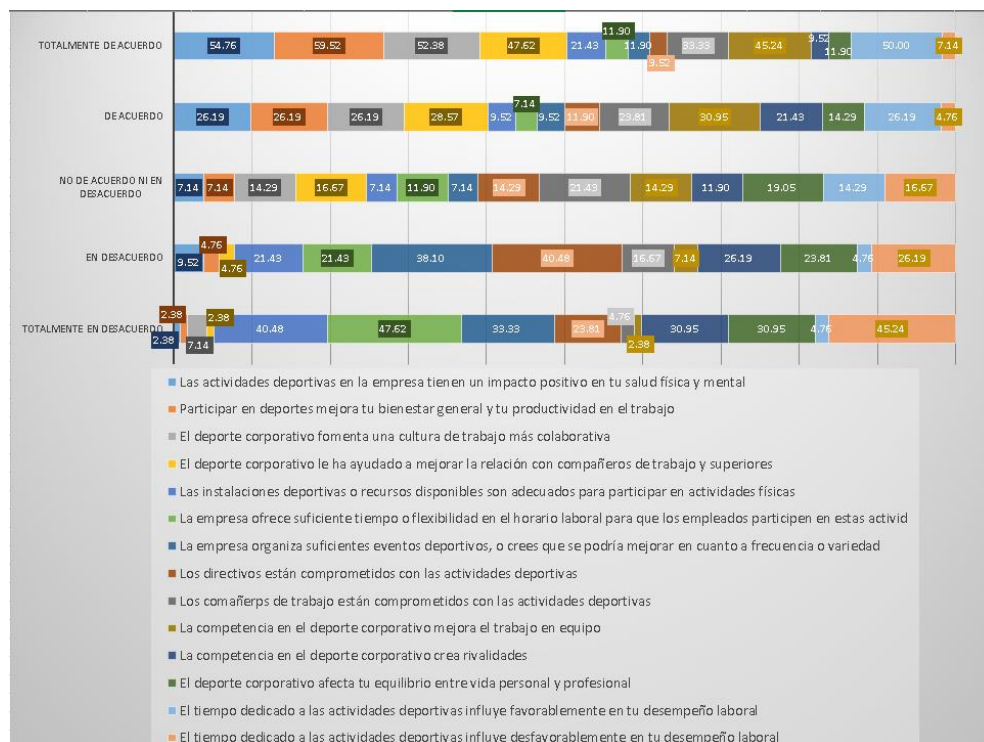
46 Figura 46. Pregunta 21 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 21.

Pregunta 22 – Síntesis de resultados relevantes de 14 preguntas tipo Likert

47 Figura 47. Pregunta 22 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 22.

Tabla 7. Síntesis – Resultados pregunta 22

Pregunta	T-Frecuencia absoluta	Media	Mediana	Moda	Varianza	Desviación	Interpretación
22-1	7	8.40	4	23	80.80	8.99	La desviación estándar, nos indicó que los datos estaban dispersos, esto se debe a que 80% (11% «De acuerdo» y 23% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados contestaron que los deportes corporativos tienen un impacto en su salud física y mental frente a un 11% (9% «En desacuerdo» y 2% «Totalmente en desacuerdo») que piensa lo contrario. Las posibles causas de esto podrían ser cargas de trabajo, horarios poco flexibles, deportes muy exigentes o poco atractivos dentro de sus intereses.
22-2	7	8.40	3	25	101.80	10.09	La desviación estándar, nos señaló que los datos están dispersos o poco agrupados, donde 85% (26% «De acuerdo» y 59% «Totalmente de acuerdo») de la muestra afirmó que practicar el deporte corporativo mejora el bienestar general

							y productividad mientras que un 6% (4% «En desacuerdo» y 2% «Totalmente en desacuerdo») no ve reflejado una mejora en estas variables, lo que podría deberse a instalaciones o alianzas poco efectivas o la baja constancia que tienen estas actividades debido a altas cargas de trabajo o falta de interés.
22-3	7	8.40	6	22	74.30	8.62	La desviación estándar, nos indica que los datos están ligeramente dispersos, ya que 78% (26% «De acuerdo» y 52% «Totalmente de acuerdo») de la muestra afirmó que el deporte corporativo promueve una cultura de trabajo en equipo, sin embargo, 7% («Totalmente en desacuerdo») sostuvo que estas actividades no propician un trabajo colaborativo. Esto puede deberse a un ambiente multicultural, al estado físico de los trabajadores, incluso al tipo de deporte que puede no encajar dentro de los intereses de un grupo de trabajadores.
22-4	7	8.40	7	20	61.30	7.83	La desviación estándar, reveló que los datos están agrupados, dado que 75% (28% «De acuerdo» y 47% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados contestaron que estas actividades han sido útiles para mejorar la relación con los superiores y compañeros, no obstante, 6% sostuvo que no han sido efectivas (4% «En desacuerdo» y 2% «Totalmente de acuerdo»). Lo que puede deberse al tipo de deporte y el nivel de competitividad del mismo, ya que no todos los trabajadores tienen el mismo estado físico, lo que puede empeorar la relación con superiores y compañeros al sentirse excluidos de una actividad.
22-5	7	8.40	9	17	30.80	5.55	La desviación estándar, nos indica que los datos están agrupados, puesto que 61% (21% «En desacuerdo» y 40% «Totalmente en desacuerdo») de los trabajadores no están de acuerdo con que las instalaciones o recursos que ofrece su respectiva empresa son adecuadas para practicar el deporte corporativo, por otra parte, 30% (9% «De acuerdo» y 21% «Totalmente de acuerdo») afirmaron que las instalaciones son adecuadas para el deporte corporativo. Esto puede deberse a que la empresa no invierte un

							presupuesto consistente o los horarios con cargas de trabajo no permiten que los trabajadores puedan conocer totalmente los programas que ofrece la empresa por falta de tiempo.
22-6	7	8.40	5	20	46.80	6.84	La desviación estándar, apuntó a que los datos tienen una baja dispersión, esto puede deberse a que 68% (21% «En desacuerdo» y 47% «Totalmente en desacuerdo») de la muestra estuvo en desacuerdo con el tiempo y la flexibilidad que ofrece la empresa para participar en el deporte corporativo, frente a 18% (7% «De acuerdo» y 11% «Totalmente de acuerdo») de trabajadores que estuvieron de acuerdo con que el tiempo y la flexibilidad era suficiente. Esto puede ser polivalente debido a la distribución de cargas trabajo y a la debida planeación de programas de deporte corporativo dentro de las actividades laborales del publico interno de la empresa.
22-7	7	8.40	5	16	37.30	6.11	La desviación estándar, nos mostró que los datos están agrupados y no presentan variabilidad, de esto podemos analizar que 71% (38% «En desacuerdo» y 33% «Totalmente en desacuerdo») de los encuestados no está de acuerdo con la cantidad de eventos deportivos, por el contrario, 20% (9% «De acuerdo» y 11% «Totalmente de acuerdo») si está de acuerdo con la cantidad de eventos deportivos que ofrece la empresa, teniendo en cuenta que 7% «No está de acuerdo ni en desacuerdo». La falta de eventos puede deberse a una planeación no estructurada, no haber estudio los intereses de los trabajadores, incluso de horarios rígidos.
22-8	7	8.40	6	17	28.30	5.32	La desviación estándar, nos señaló que los datos están agrupados o tienen una baja dispersión, de la cual denotamos que 63% (40% «En desacuerdo» y 23% «Totalmente en desacuerdo») de los encuestados está en desacuerdo respecto a que los directivos están comprometidos con las actividades de deporte corporativo, frente a un 20% (11% «De acuerdo» y 9% «Totalmente de acuerdo») que si ve reflejado este compromiso por parte de los

							directivos; ambas posturas afirman que los directivos o líderes deben no solo apoyar la realización de estas actividades sino participar en ellas para motivar a los trabajadores a que participen, de lo contrario sentirán que la empresa no los apoya.
22-9	7	8.40	9	14	19.30	4.39	La desviación estándar, nos indica que los datos tienen una baja dispersión, esto lo podemos evidenciar en que un 56% (23% «De acuerdo» y 33% «Totalmente de acuerdo») de la muestra está de acuerdo en que sus compañeros tienen compromiso con las actividades deportivas, pero otro 20% (16 «En desacuerdo» y 4% «Totalmente en desacuerdo») piensa lo contrario. Lo que podría deberse a que cada persona tiene diferentes intereses, además de la manera en que la empresa incentiva la participación en estos programas teniendo en cuenta el perfil de su público interno, ya que no todos los deportes corporativos son compatibles con ciertos grupos de trabajadores.
22-10	7	8.40	6	19	55.8	7.47	La desviación estándar, nos indica que la dispersión de los datos es baja, en este caso 75% (30% «De acuerdo» y 45% «Totalmente de acuerdo») de trabajadores contestaron estar de acuerdo con que la competencia en el deporte corporativo ayuda a mejorar el trabajo equipo, no obstante, 9% (7% «En desacuerdo» y 2% «Totalmente en desacuerdo») no está de acuerdo con esto. Una causa puede ser que la competencia puede generar exclusión dependiendo el estado físico de los diferentes trabajadores con sedentarismo, lo que puede hacer que terminen frustrados participando en estos deportes.
22-11	7	8.40	9	13	14.80	3.85	La desviación estándar, nos señaló que los datos tienen una dispersión baja o están agrupados, donde 30% (21% «De acuerdo» y 9% «Totalmente de acuerdo») está de acuerdo con que el deporte corporativo crea rivales, mientras que un 56% (26% «En desacuerdo» y 30% «Totalmente en desacuerdo») está en desacuerdo con esto. Podemos inferir que los rivales son efectivos cuando se mantienen dentro de los

							límites de una competencia sana, por lo que la empresa debe equilibrar las actividades de acuerdo al nivel de estado físico de cada una de las partes.
22-12	7	8.40	8	13	10.30	3.21	La desviación estándar, nos indicó una dispersión de datos baja o una agrupación de datos, de los cuales analizamos que 53% (23% «En desacuerdo» y 30% «Totalmente en desacuerdo») de los trabajadores está en desacuerdo con que el deporte afecta el equilibrio entre la vida personal y laboral, aunque 25% (14% «De acuerdo» y 11% «Totalmente de acuerdo») contestó estar de acuerdo con que si tiene un efecto. De lo anterior podemos deducir que la situación de la empresa, los horarios rígidos o flexibles, el tipo de esfuerzo que implica un deporte y el descanso, influye en este equilibrio, ya que el mismo depende de la sintonía de varios factores.
22-13	7	8.40	6	21	63.30	7.96	la desviación estándar, señala los datos tienen una baja dispersión, lo que indica en este caso que 76% (26% «De acuerdo» y 50% «Totalmente de acuerdo») de los encuestados contestaron estar de acuerdo respecto a que el deporte tiene un efecto favorable en el desempeño laboral, pero 8% (4% «En desacuerdo» y 4% «Totalmente en desacuerdo») contestó estar en desacuerdo con esto. Podemos entender que el deporte corporativo tiene que adaptarse al estilo de vida del trabajador, no empeorar su desempeño.
22-14	7	8.40	7	19	47.80	6.91	La desviación estándar, nos indica una baja dispersión en los datos, ya que 71% (26% «En desacuerdo» y 45% «Totalmente en desacuerdo») de los trabajadores contestó estar en desacuerdo con que tiempo dedicado a las actividades repercute negativamente en su desempeño laboral, frente a un 11% (4% «De acuerdo» y 7% «Totalmente de acuerdo») que piensa que estas actividades tienen un efecto negativo en su desempeño. Lo que puede deberse a la distribución y plazos de entrega de las cargas de trabajo que pueden no ser compatibles con los deportes propuestos.

--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con información basada en el Anexo 2

Pregunta 23 – Te gustaría que hubiera competencias o torneos deportivos dentro de la empresa

Esta pregunta categórica de No y Sí, busca conocer si la competencias o torneos son del agrado de los trabajados. 86% de la muestra le gustaría que hubieran competencias frente a un 14% de trabajadores que no les gustaría este tipo de eventos, deducimos que esto se debe a los intereses de los trabajadores, algunos solo querrían hacer ejercicio y cuidar su salud, mientras que otros les gustaría llevar el deporte corporativo a otro nivel en competencias o torneos, por lo que sería fundamental identificar los perfiles que buscan este tipo de actividades y tratar de equilibrarlas con perfiles que quieren cuidar su estado físico.

48 Figura 48. Pregunta 22 – Instrumento de trabajadores



Fuente: Elaboración propia con información basada en el ANEXO 2, hoja P 23.

Correlación de variables clave para la productividad y motivación – Trabajadores
Productividad, salud y competencias

Desde la perspectiva de los trabajadores, 85% de ellos contestaron que practicar el deporte corporativo mejora su productividad y bienestar general; 98% contestaron que estas actividades tienen un impacto en su salud física y mental; y a un 86% estuvo a favor de las competencias o torneos corporativos mientras que el resto no está a favor. Un punto relevante que se debe tener en cuenta es la competencia, pues no se puede realizar este tipo de eventos si algunos trabajadores en la plantilla no van a participar, en este punto las empresas deben ofrecer variedad de opciones para perfiles competitivos y perfiles no competitivos.

Trabajo en equipo, compromiso y participación

Para aumentar la productividad y motivación, el trabajo en equipo es otro factor a tener en cuenta. En el caso de las perspectivas de los trabajadores: 78% contestó que los deportes promueven una cultura de trabajo en equipo; 75% mejoraron su comunicación con los superiores y compañeros con actividades de integración; 56% contestó que sus compañeros tienen compromiso con estos programas; 45% sostuvo que la competencia en el deporte mejora el trabajo en equipo,

Horarios, desempeño laboral, instalaciones y planeación

Una debida planeación de programas deportivos que encaje dentro de las operaciones de la empresa puede ser efectiva para aumentar la motivación y productividad de los empleados. Desde la perspectiva de

los trabajadores: 40% estuvo disconforme con las instalaciones o recursos que ofrecen sus empresas; 68% estuvo inconforme con el tiempo y la flexibilidad propuestos por su empleador; 71% está descontento con la cantidad de eventos deportivos, incluso contestó que estas actividades tienen un impacto negativo en su desempeño laboral; 53% no cree que el deporte afecte el equilibrio entre su vida personal y laboral, por el contrario 76% sostiene que el deporte tuvo un impacto positivo en su desempeño laboral, 64% participa en estos programas.

Discusión

La teoría de autodeterminación habla de estímulos que pueden ser autónomos y controlables, lo que vendría siendo las motivaciones que hacen que una persona quiera hacer una acción por voluntad propia (autónomos), frente a una motivación impuesta para lograr un fin que involucre conseguir algo de por medio (contralados) (Oja y Zeimers, 2025). Partiendo de esto seleccionamos 4 empresas, teniendo en cuenta nuestro objetivo es analizar los factores y elementos en la implementación del deporte corporativo que influyen en el público interno que contribuya en la productividad y motivación. Cada una de estas empresas aplica en menor o en gran medida el deporte corporativo, 57% de ellas han logrado aumentar la participación en programas mientras que 43% ha disminuido su participación, pero todas coinciden en un aspecto, son nuevas aplicando estas prácticas, pero sus esfuerzos no logran la atención verdadera de su público, necesitan estudiarlo, es decir, caen en imponer una motivación controlada, un incentivo que a largo plazo no logra motivación ni productividad, teniendo en cuenta que 98% de sus empleados sostienen que estas actividades generan un impacto en su bienestar, por lo que estas pueden significar una buena estrategia de retención de personal. Resaltando que mientras más razones les den de participar, lograrán incentivar su motivación autónoma o de voluntad propia (Rocchi, et al., 2017).

Es indispensable al momento de estipular un plan, valorar la motivación autónoma, que repercute en un individuo para estructurar un programa a largo plazo (Agnes y Attila, 2023). En este orden de ideas debemos partir de lo que ofrece la empresa a lo que quieren los empleados, teniendo en cuenta que si ofrecen algo que ellos quieren deben examinar que deben cambiar, adaptar, variar e innovar para poder captar esa motivación, la que se da por impulso (autónoma): En actividades tradicionales, las empresas ofrecen caminatas y senderismo (28%) y torneos de fútbol (20%), mientras que los empleados quieren caminatas o senderismo (21%), aeróbicos o zumba (18%) y yoga o pilates (15%); En actividades culturales y deportivas típicas, la empresa ofrece juegos tradicionales (37%), tejo corporativo (25%) y los empleados quieren actividades de tejo corporativo (41%), juegos tradicionales (32%) y bailes típicos (26%); En actividades virtuales o híbridas, las empresas ofrecen clases virtuales de deporte (37%), y retos virtuales (25%), por otra parte, los trabajadores quieren clases virtuales de deporte (39%), retos virtuales (37%) y ligas e-sports (22%); y en eventos especiales, las empresas ofrecen olimpiadas (28%), día del deporte (28%) mientras que los trabajadores quieren olimpiadas (40%), caminatas ecológicas (30%) y día del deporte (26%).

Un punto a tener en cuenta de la motivación autónoma es su relación con los hábitos, donde en un corto periodo de tiempo se debe convencer a la persona con los beneficios de estas prácticas, consiguiendo que a largo plazo termine aceptando estos programas en su rutina (Agnes y Attila, 2023). De lo anterior podemos deducir que una motivación autónoma, se basa en acciones que desencadenan que una persona quiera participar por voluntad, pero para que se puede dar esto en una empresa, la clave es la constancia junto con difusión de los beneficios de manera sutil para enganchar al empleado a un hábito. Lo que sería efectivo en :actividades recreativas y de team building, en las cuales las empresas ofrecen actividades en bicicleta (30%), actividades extremas (20%) y juegos de mesa (20%), frente a los empleados que quieren juegos de integración (23%), competencias por equipos (21%) y actividades en bicicletas (18%); y en las actividades de bienestar y salud, donde las empresas ofrecen programas de acondicionamiento físico (27%) y programas de defensa personal (18%), y los trabajadores quieren programas de acondicionamiento físico (31%), programas de defensa personal (18%) y retos fitness (15%). Cabe resaltar que implementar una actividad física puede variar dependiendo del estado físico que tenga el trabajador para participar en estos programas de deporte corporativo (Abdul Manaf et al., 2020).

Otro punto es la gestión a través del deporte, la cual consiste en conocer las motivaciones grupales, individuales, empresariales y potenciar estas con el deporte corporativo (Kim et al., 2024). De lo anterior, las motivaciones de las empresas de esta encuesta frente a implementar el deporte corporativo son las siguientes: 62% tienen programas estructurados, 37% tienen programas informales; en canales, 42% de ellas utiliza carteles o avisos de oficina, 28% utiliza correos electrónicos; los presupuestos que utilizan para el deporte corporativo oscilan entre 1 a 10 millones, 86% financia los programas, mientras que un 14% pide a sus trabajadores dinero para costearlos; 29% de ellas realiza sus actividades deportivas semanalmente y otro 29% trimestralmente tratando estas como eventos; 71% de los directivos están comprometidos vs 29% que no lo está, pero en el caso de los líderes 57% apoya estos programas y el restante no lo hace; 57% realiza encuestas de satisfacción para conocer la aceptación de los programas de deporte mientras y el resto espera una aceptación sin dar un feedback; y 57% de estas empresas ofrecen instalaciones para el deporte o tienen alianzas, frente a un 14% que no cuenta con estos recursos. Pero para que ocurra un cambio, debe comenzar desde planificación de los gestores o área de recursos humanos partiendo un enfoque motivacional donde el eje principal sea el empleado (Schuetz, et al., 2024).

Si las empresas no hacen cambios internamente desde su presupuesto, directivos o líderes, difusión de información de actividades deportivas, horarios amigables con su personal para practicar el deporte, actividades variadas ajustadas a los perfiles de sus trabajadores y sobre todo un lugar para practicar las actividades propuestas, terminaran generando resultados ineficientes que no logren una motivación autónoma de su personal por el deporte corporativo ni tampoco aumentaran su productividad. En otras palabras, lograra generar una motivación externa o controlada mediante incentivos, pero no una motivación autónoma en su personal. Motivación que debería potenciarse con programas deportivos que busquen una autorrealización de su personal (Galletta et al., 2016).

Conclusiones

Las practicas del exterior que utilizan las empresas para promover el deporte corporativo o alguna actividad física, son mayormente planes de ejercicio para mitigar enfermedades crónicas, actividades que promueven integración impartiendo un clima laboral más saludable, difunden los beneficios del deporte, una medida de enganche para su aceptación a largo plazo, utilizan horarios flexibles como medio para personalizar estos programas, adaptándolos a las cargas de trabajo, estudian los perfiles de cada uno de los empleados y en base a esto estipulan un deporte corporativo concreto o general y ofrecen incentivos no económicos como estímulo para aumentar la participación; un patrón en esto, es que precisamente estas acciones son generales y se deben adaptar a la situación de cada una de las empresas, ya que no todas tienen los mismos recursos u horarios, además los intereses de su personal y su estado físico pueden variar en mayor o menor medida, por lo que cada estrategia debe adaptarse a la organización de tal manera que como hemos tratado antes con la teoría de la autodeterminación, se puede captar el interés de los empleados por voluntad propia antes que por obligación.

Concluimos que las prácticas de deporte, que mayor se implementan a nivel local, tomando los resultados de nuestra muestra para esta afirmación, son las siguientes: torneos de deportes específicos, caminatas o senderismo, actividades en bicicletas como rutas urbanas o ciclo paseos, programas de acondicionamiento físico, clases de defensa personal, juegos tradicionales, clase virtuales y día del deporte u olimpiadas; todas estas actividades vienen de empresas que son relativamente nuevas adoptando estos procesos, por lo que tienen falencias al momento de estudiar los perfiles de sus empleados, conocer sus intereses, gestionar desde el presupuesto hasta los horarios de la implementación de estas actividades, por lo que sugerimos para estas empresas como otras que llevan poco incursionando en estas prácticas, conocer primeramente los intereses de su personal, además de reforzar el área que se encarga de gestionar estas actividades de tal manera que la carga de trabajo se equilibre con actividades físicas.

Como sugerencia al momento de impartir estas prácticas, se debe examinar el planteamiento inicial de los programas, examinando cada una de las fases de su implementación, estudiando el perfil de los empleados antes de desarrollar un plan de acción. Además, la empresa debe asegurarse de que, quienes se encarguen de gestionar y llevar a cabo el cumplimiento de estos procesos, deben ser personas calificadas para gestionar estos procesos, sea pagando programas de educación para estas personas en estas prácticas o contratando nuevo personal con estos conocimientos, ya que al final de esto depende una inversión de la cual la empresa espera una retribución reflejada en productividad de su personal. También sugerimos que los programas deportivos sean equiparables al presupuesto que se invierten en estos, pues esto puede significar que los empleados se sientan apoyados por la empresa o que sean simples prácticas para mejorar la imagen corporativa de la organización. Y finalmente, los horarios y las cargas de trabajo, entendiendo que nos todas las organizaciones pueden parar sus procesos por hacer ejercicio, pero si cambiar el modo en que distribuyen sus cargas de trabajo, puesto que un empleado que goza de horarios flexibles es más productivo que uno que tiene altas cargas de trabajo.

Lista de referencias

Referencias utilizadas en el capítulo

- (1) Mercanoglu, A., & Simsek, K. (2023). The Impact of Employee Recreation on Their Respective Productivity. *Sage Journals*, 1-15.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440231196967>
- (2) Mokaya, S.O., & Gitari, J. W. (2012). Effects of Workplace Recreation on Employee Performance The Case of Kenya Utalii College. *International journal of humanities and social science*, 2, 176-183. <https://www.semanticscholar.org/paper/Effects-of-Workplace-Recreation-on-Employee-The-of-Mokaya-Gitari/d3f5dd76b997ef2fba421ff7920da52258f279f6>
- (3) Joyce, S., Modini, M., Christensen, H., Mykletun, A., Bryant, R., Mitchell, P. B., & Harvey, S, B. (2016). Workplace interventions for common mental disorders: a systematic meta-review. *Psychological Medicine*, 46(4), 683-697.
<https://www.cambridge.org/core/journals/psychological-medicine/article/workplace-interventions-for-common-mental-disorders-a-systematic-metareview/2AD6672BE73FB23B329DC9EED4E11985>
- (4) Ogabor, J. O., Irem, N. E., Apie, M. A., Bepeh, M. I., Aduma, P. O., & Aminu, S. S. (2024). Influence of Recreational Activities On Stress, Subjective Wellbeing And Job Satisfaction Among Lecturers In University Of Calabar. *Global Journal of Educational Research*, 23(1), 31-41. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440231196967>
- (5) Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (s.f.) Deporte, recreación y actividad física Información Clúster. ccb.org.co/servicios/fortalecemos-tu-sector/turismo-sostenible/cluster-recreacion-y-deporte
- (6) Kim, M., Oja, B. D., Nite, C., & Anagnostopoulos, C. (2024). Expanding sport management toward management through sport: the promise of company sport in organizations. *Sport Management Review*, 27(4), 502-523. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/14413523.2024.2307186>
- (7) Szabó, Á., & Kajos, A. (2024). Which factors can be used to persuade managers to start workplace physical activity programmes and what motivates employees to participate? A Hungarian study on goals, effects and motivations. *Sport, Business and Management*, 14(2), 287-308. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1108/SBM-05-2023-0061>
- (8) Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. Institute for Health and productivity Studies. (2016). Physical activity in the workplace: a guide for employers.
<https://stacks.cdc.gov/view/cdc/61633>
- (9) World Health Organization. (2020). PROMOTING PHYSICAL ACTIVITY IN THE WORKPLACE. iris.who.int/bitstream/handle/10665/337376/WHO-EURO-2020-1193-40939-55479-eng.pdf
- (10) Oja, B. D., & Zeimers, G. (2025). The paradoxical nature of passion among sport employees: exploring the intersection of harmony and obsession in the sport industry. *European Sport Management Quarterly*, 1-19. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/16184742.2025.2461053>
- (11) Ágnes, S., & Attila, K. (2023). A Munkahelyi Mozgásprogramok Szervezeti És Egyéni Oldala – Előyök, Értékteremtő Tényezők, Motivációk. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 54(4), 54-68. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.14267/VEZTUD.2023.04.05>
- (12) Galletta, M., Portoghese, I., Pili, S., Piazza, M. F., & Campagna, M. (2016). The effect of work motivation on a sample of nurses in an Italian Healthcare setting. *Work*, 54(2), 451-460. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.3233/WOR-162327>
- (13) Rocchi, M., Pelletier, L., & Desmarais, P. (2017). The Validity of the Interpersonal Behaviors Questionnaire (IBQ) in sport. *Measurement in Physical Education & Exercise Science*,

- 21(1), 15-25. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/1091367X.2016.1242488>
- (14) Brinkley, A., Freeman, J., McDermott, H., & Munir, F. (2017). What are the Facilitators and Obstacles to Participation in Workplace Team Sport? A Qualitative Study. *Public Health*, vol. (4), 94-126. <https://www.aimspress.com/article/10.3934/publichealth.2017.1.94>
- (15) Decreto 1127. (29 de abril de 1991). Por el cual se reglamentan los artículos 3 y 21 de la Ley 50 de 1990, Artículo 4. Diario oficial No 39.810, del 30 de abril de 1991. http://historico.presidencia.gov.co/prensa_new/decretoslinea/1991/abril/29/dec1127291991.pdf
- (16) Pilligua, L. C., & Arteaga, U. F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, XV (28). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf>
- (17) Carcedo Santos, L. (2014). Promoción de la actividad física y el deporte en el medio laboral. *Revista Enfermería del trabajo*, 14(3), 105-109. dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5212988
- (18) Zhang. (2025). Building bonds beyond the office: how company community sports (CCS) foster organizational integration. *The Journal of Chinese Sociology*, 12(1), 1. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1186/s40711-024-00226-8>
- (19) Schuetz, L., Oja, B. D., Zvosec, C. C., Kim, M., & Kerwin, S. (2024). Autonomy in design: reconciling sport employee experiences with forced job design alterations. *Managing Sport & Leisure*, 29(5), 736-750. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/23750472.2022.2092539>
- (20) Kayastha, J. (2018). Well-being at work, workplace health promotion and productivity: Case Snellmanin Kokkikartano Oy. [Bachelor's thesis, CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/152715>
- (21) FeiBel, A., Richard, P., Swart, E., & March, S. (2018). Developing an Extended Model of the Relation between Work Motivation and Health as Affected by the Work Ability as Part of a Corporate Age Management Approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(4), 779. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.3390/ijerph15040779>
- (22) Yuseung Doh, P., Kim, M., & Nite, C. (2025). Leveraging the cultural intelligence of sport employees in the globalized sports industry. *Business and Management*, 15(1), 43-63. <https://www-emerald-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/insight/content/doi/10.1108/sbm-04-2024-0042/full/html#abstract>
- (23) Cámara de comercio de Bogotá. (2024). Empresas activas. <https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/dinamica-empresarial/empresas-activas>
- (24) López, O. L. (2022). El deporte empresarial, maximizando los beneficios y reduciendo los riesgos. *Revista mente joven*, 1(1), 84-94. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/mente_joven/article/view/11421
- (25) Abdul Manaf, Z., Hadi Ruslan, A., Mat Ludin, A. F., & Abdul Basir, S. M. (2020). Motivations, barriers and preferences to exercise among overweight and obese desk-based employees. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 19(5), 723-737. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/1612197X.2020.1766535>
- (26) Sjogaard, G., Reffstrup, J., Bendix Justesen, J., Murray, M., Dalager, T., Hansen Fredslund, G., & Sogaard, K. (2016). Exercise is more than medicine: The working age population's well-being and productivity. *Journal of Sport and Health Science*, 5(2), 159-165. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2095254616300096?via%3Dihub>
- (27) Holzgreve, F., Brederbeck, B., Heim, C., Weber, B., Ellegast, R., Groneberg, D. A., Gaum, C., & Ohlendorf, D. (2023). Healthy working in inclusive companies – a study protocol of the

- GAIN project. *Journal of Occupational Medicine and Toxicology*, 18, 1-12. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1186/s12995-023-00399-x>
- (28) Bjerke, R., & Elvekrok, I. (2020). Sponsorship-based health care programs and their impact on employee's motivation for physical activity. *European Sport Management Quarterly*, 21(2), 194-217. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1080/16184742.2020.1735471>
- (29) Mattila, E. (2020). Promoting physical activity and well-being for employees in small and medium-sized enterprises in Finland: A collaborative study with HEPA Europe. [Bachelor's thesis, LAB University Applied Sciences]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/341335>
- (30) Dávila, M. R., Agüero, C.E., Palomino, Q.J., & Zapana, D. D. (2022). Incentivos laborales y desempeño organizacional en trabajadores de una empresa peruana. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 576-583. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n1/2218-3620-rus-14-01-576.pdf>
- (31) Luna, R. D. (2024). Impacto del ejercicio físico en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles en la población de 20 a 40 años de Quito. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 208-216. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2601>
- (32) Lugo, V. A., Silveira, P. Y., Castellano, M. A., & Sanabria, N. J. (2024). Toma de decisiones sobre el talento deportivo para el crecimiento económico endógeno: Talentos Colombia. *Revista Retos*, 51, 1174-1184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9200560>

Referencias utilizadas en las tablas de marco teórico y marco institucional

- (33) Lorincová, S., Štarchoň, P., Weberová, D., Hitka, M., & Lipoldová, M. (2019). Employee Motivation as a Tool to Achieve Sustainability of Business Processes. *Sustainability*, 11(13), 3509. <https://doi.org/10.3390/su11133509>
- (34) Espinel, G. F., Mejía, Q. M., & Rodríguez, R. A. (2024). Discusión de la retención del talento humano en las organizaciones [Tesis de especialización]. Universidad Areandina. <https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/c69d39a4-f4f8-4655-8aee-28487f08d833/content>
- (35) Cubillos, C. Y., & Jaramillo, A. F. (2024). Trabajo en equipo y colaboración a través del deporte [Tesis de pregrado, Universidad del Rosario]. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/c1b4ce12-b04f-48e6-9889-7b4fa8c096ce/content>
- (36) Bleier, H., Lützerath, J., & Schaller, A. (2023). Organizational facilitators and barriers for participation in workplace health promotion in healthcare: A qualitative interview study among nurses. *Organizational Psychology*, 14, 1-11. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2023.1101235/full>
- (37) Dhurup, M. (2015) Modeling The Effects of Social Integration and Job Autonomy On Job Satisfaction Among School Sport Facilitators in Southern Gauteng. *Journal of applied Business Research*, 31(1), 275- n/a. <https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/scholarly-journals/modeling-effects-social-integration-job-autonomy/docview/1655565714/se-2>
- (38) Hadgraft, N., Brakenridge, C., LaMontagne, A., Fjeldsoe, B., Lynch, B., Dunstan, D., Owen, N., Healy, G., & Lawler, S. (2016). Feasibility and acceptability of reducing workplace sitting time: a qualitative study with Australian office workers. *BMC Public Health* 16, 933. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3611-y>
- (39) Anguelov, K., Stoyanova, T., & Tamošiūnienė, R. 2020. Research of motivation of employees in the IT sector in Bulgaria, *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 7(3): 2556-2567. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3\(73\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3(73))

- (40) Diago, Á. Y., & López, C. F. (marzo de 2020). Clúster deportivo como herramienta contributiva de desarrollo socioeconómico y competitivo en el Distrito de Agua blanca [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD].
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31851/ydiagoa.pdf?sequence=1>
- (41) Mincomercio, Confecámaras, Red Clúster Colombia, Prósperitas. (2024). Cartilla ABC de las Iniciativas Cluster en Colombia. <https://confecamaras.org.co/wp-content/uploads/2024/03/cartilla-abc-iniciativas-cluster-en-colombia-confecamaras.pdf>
- (42) Mendoza, G. J. (2024). Los derechos económicos sociales y culturales. Su importancia en el contexto nacional e internacional en el bienestar y desarrollo económico. *Revista Científica Investigación & negocios*, 17(29), 26-31.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372024000100012