



Fortalecimiento del portafolio de servicios de la empresa BienestarCorp a partir del análisis de los planes de bienestar implementados en empresas Great Place To Work en Colombia.

Diana Patricia Romero Patiño

German David Castillo Garzón

Especialización en Gerencia Comercial y Mercadeo

Erika Liliana Sánchez Coy

Especialización Gobierno y Gerencia Publica

Jairo Elías Jabib Ortega

Especialización en Gerencia de Proyectos

Directora

Denise Caroline Arguelles Pabón

Bogotá, D.C., 29 de noviembre de 2021

Contenido

Resumen.....	4
Introducción	6
Planteamiento del problema.....	7
Antecedentes del problema	7
Descripción del problema	8
Objetivos	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos	11
Justificación	12
Marco teórico.....	14
Bienestar	14
Política de bienestar social.....	15
Salario emocional.....	16
Portafolio de servicios.....	18
Great Place to Work® Institute Inc.....	19
Marco institucional	22
Metodología	25
Enfoque de Investigación.....	25
Diseño de investigación y alcance	26
Hipótesis y definición de Variables.	26
Población y muestra.....	28
Métodos específicos e instrumentos de recolección de información.....	30
Técnicas de análisis de datos	33
Recolección de datos.....	34
Análisis y discusión de los resultados.....	34
Análisis de datos estadísticos.....	34
Descripción de Medidas.....	35
Estadística descriptiva.....	36
Datos Sociodemográficos	46
Conclusiones.....	53
Referencias.....	55

Lista de figuras

Figura 1. Elementos que representan el salario emocional	18
Figura 2. Modelo Great Place To Work para medir clima organizacional	20
Figura 3. Medidas de tendencia central y de dispersión de la muestra	36
Figura 4. Composición portafolio BienestarCorp	48
Figura 5. Porcentajes de participación por unidad de negocio.....	48

Resumen

Esta investigación busca analizar los planes de beneficios que tienen empresas catalogadas como *Great Place To Work* en Colombia, con el fin de fortalecer el portafolio de servicios de la empresa BienestarCorp que se encarga de crear y consolidar planes de beneficios a empleados en diferentes empresas y fondos de empleados.

Más que nunca las organizaciones están tomándose muy en serio el bienestar de sus empleados, y reconocen que el contar con un plan de bienestar estructurado repercutirá en la fidelización, orgullo y sentido de pertenecía hacia la misma organización.

Para tal fin, esta investigación se estará llevando a cabo con al menos 10 empresas del top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango entre 300 y 1500 empleados, donde se buscará evidenciar estrategias de beneficios o programas de bienestar, que a su vez y según *Great Place To Work*: son parte fundamental para que los empleados consideren a las corporaciones como un gran lugar para trabajar. Esto se realizará a través del enfoque cuantitativo, aplicando métodos, herramientas e instrumentos de recolección de información en dichas empresas.

El análisis de los resultados se comparará con el portafolio activo de servicios de BienestarCorp y se estarán presentando estrategias sugeridas.

Finalmente, con los datos obtenidos y a partir de la hipótesis definida en esta investigación se confirma qué: BienestarCorp SAS puede fortalecer su portafolio de servicios a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados las empresas del top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores frente a los que inicialmente tenía.

Palabras Clave: Bienestar, Great Place To Work, Planes de Beneficios, Felicidad del empleado, BienestarCorp, Empleados.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo el análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas colombianas que están en el top 20 de Great Place To Work, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores, con el fin de proponer estrategias que permitan a la empresa BienestarCorp SAS fortalecer su portafolio de servicios. Ahora más que nunca, las organizaciones están afrontando el reto de afianzar el sentido de pertenencia, fidelidad y empatía con sus empleados, dicho esto, un pilar relevante en cada organización es contar con un plan estructurado de beneficios y bienestar que permita a cada colaborador sentirse orgulloso y reconocido para construir una relación de confianza mutua. Bajo esta premisa, se creó BienestarCorp, emprendimiento que por más de 8 años se ha consolidado en la construcción y ejecución de estos planes de bienestar para diferentes tipos de compañías en Colombia.

Great Place To Work que es un multinacional encargada de evaluar y certificar culturas organizacionales, mide diferentes aspectos con los empleados sobre sus empresas para determinar si son un buen lugar para trabajar, por lo que el interés principal luego de tener claros los beneficios y planes de bienestar que sus empleados consideran positivos y que a su vez contribuyen a obtener este título, será contrastar los hallazgos con el portafolio vigente de BienestarCorp y así proponer oportunidades de mejora que les permita continuar abarcando mejor a sus actuales y nuevos clientes.

Planteamiento del problema

Antecedentes del problema

Según un artículo Global Corporate Wellness Industry (NASDAQ OMX's, 2020), empresas de todo el mundo se están viendo obligadas a ajustar sus planes de bienestar corporativo para adaptarse a la actual crisis de salud pública; la pandemia al convertirse en una situación de estrés, incertidumbre y riesgo para la salud mental de las personas, generó una aceleración en la creación y canalización de estrategias que permitan a las compañías fortalecer acciones de bienestar al empleado que contribuyan en su calidad de vida y que a su vez puedan verse representadas en la fidelidad y compromiso hacia la organización. Además, se suma el reto de que estas estrategias no tengan limitación del lugar o la forma adaptándose a entornos físicos o virtuales.

Asimismo, *Great Place To Work*, empresa mundialmente reconocida en cultura laboral, cuantificación, medición y certificaciones anuales a empresas como: Un gran lugar para trabajar, tiene varios análisis como, por ejemplo: encuesta sobre cómo los líderes están marcando una diferencia en los mejores lugares para trabajar en América Latina (Great Place To Work, 2021), los encuestados respondieron que el bienestar es un factor clave para la retención del empleado, por lo que empresas que tienen un programa de bienestar estructurado, tienen una posibilidad 4,3 veces mayor en que sus empleados duren más años en la compañía y 4,8 veces más de sentirse orgullosos del sitio donde trabajan.

Un ejemplo que citan en su página web muestra como la compañía DHL Express (2021), lleva varios años ocupando los primeros puestos del mejor lugar para trabajar y evidencian que uno de los factores que los diferencia, es un plan de bienestar llamado “*Fit for Work, Fit for*

Life”, que busca el bienestar y el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal de sus colaboradores.

De igual forma, empresas que ya son *Great Place To Work* Colombia como por ejemplo: Mercado Libre, Aseguradora Solidaria, Universidad Área Andina, Banco de Occidente, Universidad del Norte, Sociedad Portuaria de Cartagena, DIRECTV Colombia entre otras, indican que el 97% de los encuestados en la medición de sus empresas, reconocen tener desarrollo y capacitación profesional, tienen oportunidades de recibir reconocimientos espaciales y se les incentiva a lograr un equilibrio entre vida personal y profesional (Great Place To Work, 2021), temas que son relevantes al momento de estructurar un buen plan de beneficios y bienestar.

Sandra Romero, fundadora de la empresa BienestarCorp que se dedican a crear y consolidar planes de beneficios en varias compañías y fondos de empleados en Colombia, manifiesta que: “Nunca ha sido más relevante tener un plan de bienestar diseñado y estructurado que soporte a la estrategia corporativa, pero también, cada vez es más difícil mantenerse a la vanguardia en ideas creativas y novedosas que capten la atención positiva de los empleados”.

Descripción del problema

Las consecuencias que trae para una empresa la falta de compromiso en el trabajo llevan a las organizaciones a tomarse muy en serio el bienestar de sus empleados.

Es importante detectar este problema e identificar las razones por las cuales se da esta falta de compromiso y poder así corregir esos factores que influyen en la falta de motivación de los trabajadores. Según Jiménez, Health & Benefits Business Development director, existen varias causas que pueden provocar que un empleado no se sienta comprometido con la empresa:

- El sentir que su trabajo está poco valorado.
- La sobrecarga de trabajo.
- La falta de herramientas y medios apropiados para desempeñar su trabajo.
- La falta de formación para el desempeño de determinadas actividades.
- La sensación de estancamiento profesional.
- Una mala comunicación con sus superiores y con sus compañeros.
- La falta de confianza en los líderes.
- Los cambios internos en la empresa que no han sido bien gestionados.
- La certeza de que sus conocimientos no son aplicables en sus tareas diarias.

La falta de bienestar laboral es un problema para las empresas, esto conlleva a consecuencias negativas que repercuten en su beneficio económico: Baja la productividad laboral, incumplimiento de los objetivos, pérdida de ingresos, fuga de talentos, crecimiento de la incertidumbre y la inestabilidad entre el personal, entre otras.

No existe una medida exacta para determinar el nivel de compromiso de los empleados, pero si diferentes medios que permiten medir el grado de compromiso y satisfacción de estos.

Teniendo esto en cuenta, no cabe duda de que una Empresa con interés por cuidar su clima laboral tendrá unos mejores resultados; un buen clima laboral arroja resultados favorables, pues esto contribuye considerablemente en el avance de los equipos de trabajo, al cumplimiento de las metas y objetivos empresariales, aumenta la productividad, la integración y el mantenimiento de los talentos a lo largo del tiempo. Un buen clima laboral es, además, un elemento necesario para mejorar la imagen de la empresa. El bienestar físico y mental de los Empleados debe ser una prioridad para los directivos de una empresa.

Entre otras las principales ventajas de un buen clima laboral son:

- Mayor rendimiento.
- Se fortalece el equipo de trabajo y así, el trabajo que se desarrolla.
- Los empleados adquieren más confianza, lo que les permite enfrentarse a los retos que puede traer su entorno y responsabilidades.
- El trabajo deja de verse como mera responsabilidad, pues existe una mayor satisfacción en el cumplimiento de los deberes y una necesidad por hacer las cosas bien.
- Cada empleado se vuelve más aportante en los proyectos.
- La empresa tiende a crecer progresivamente.
- Los proyectos empresariales se adaptan más a los entornos competitivos.
- Se cumplen gran parte de los objetivos.
- Los empleados talentosos y de gran experiencia se mantienen en la empresa, mientras que los nuevos tienen la oportunidad de crecer.

Para BienestarCorp SAS es muy importante realizar un trabajo de investigación que le permita revisar, ajustar, actualizar y modernizar sus estrategias y portafolio de servicios permitiéndole ser mucho más competitiva e innovadora y más interesante para el mercado, a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados en al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores, y poder así fortalecer su portafolio de servicios permitiéndole una mayor competitividad, crecimiento y una mayor participación en el mercado.

Bajo este marco, la presente investigación da respuesta al interrogante ¿Cómo puede la empresa BienestarCorp SAS fortalecer su portafolio de servicios a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de Great Place To Work Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores?

Objetivos

Objetivo general

Realizar el análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores, con el fin de proponer estrategias que permitan a la empresa BienestarCorp SAS fortalecer su portafolio de servicios.

Objetivos específicos

- Detallar las categorías de actividades de los planes de bienestar que ofrecen actualmente al menos 10 de las compañías catalogadas en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores.
- Determinar el impacto sobre los empleados que tienen los planes de bienestar ofertados en al menos 10 de las compañías catalogadas en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores.
- Evaluar el portafolio de servicios ofertado por la empresa BienestarCorp a sus clientes actuales.

- Comparar el alcance entre las categorías de los planes de bienestar identificados y el portafolio de BienestarCorp con el fin de sugerir estrategias de fortalecimiento de su portafolio actual.

Justificación

El capital humano es uno de los activos más valiosos e importantes de una empresa, son la razón de ser y eje central de cualquier organización, son un recurso importante, singular y estratégico que se debe cuidar y fomentar. Es por lo que dentro de una organización se deben dirigir todos los esfuerzos hacia el desarrollo laboral y personal de sus empleados para satisfacer las necesidades y con ello lograr autorrealización laboral.

Tener a un personal comprometido y feliz puede llegar a constituir una ventaja competitiva; empleados motivados son empleados más productivos, brindan una mejor atención al cliente y cometen menos errores, aumentando la competitividad y sostenibilidad de las empresas, por ende, tienen un mejor desempeño. Es importante garantizar que los empleados tengan las mejores condiciones, que gocen de bienestar físico, mental y emocional y que puedan desarrollar sus actividades sin ningún problema. En lo anterior radica el bienestar social laboral. El bienestar social laboral en una organización implementa planes, programas y medidas para mejorar la calidad de vida de los trabajadores, involucrando aspectos como el desarrollo profesional, personal y familiar.

Es así como actualmente para las empresas es muy importante destacarse como un “*Great Place to Work*”, lugar en el que se logran los objetivos organizacionales, con personas que dan lo mejor de sí mismas y trabajan como equipo, todo en un ambiente de confianza y obtener un reconocimiento a la calidad del Ambiente Laboral.

Dado lo anterior, se considera importante para la empresa BienestarCorp SAS fortalecer su portafolio de servicios y analizar los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de *Great Place To Work*, en el rango de entre 300 y 1500 empleados para Colombia en 2020. Esto redundará en importantes beneficios para la empresa teniendo en cuenta que a partir de sus resultados podrá llegar a un nuevo segmento de clientes.

Lo anterior es relevante desde el punto de vista de crecimiento de la empresa y mejoraría la participación en el mercado con un portafolio actualizado e innovador.

De otro lado, al realizar una investigación de aplicación práctica sobre una oportunidad que presenta BienestarCorp SAS para revisar las estrategias de la organización y su portafolio de servicios tiene implicaciones directas sobre su modernización.

El presente estudio de investigación es realizado en el campo de investigación de Emprendimiento y Gerencia de la Universidad EAN de Colombia, se enmarca en el Grupo de gerencia en las grandes, pequeñas y medianas empresas -G3Pymes, categoría A1, línea de investigación Modernización de organizaciones.

Dado lo anterior, en Colombia según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Los ingresos y el sector de la empresa también son determinantes para que estas puedan ser clasificadas como Pyme. En el caso de servicios, las micro tienen ingresos de hasta \$1.131 millones; las pequeñas, desde \$1.131 millones hasta \$4.523 millones, y las medianas, desde \$4.523 millones hasta \$16.558 millones. Lo anterior según el Decreto 957 de 2019.

Las pequeñas y medianas Empresas en Colombia son las unidades productivas con mayor participación en el total de empresas en el país, para BienestarCorp SAS, cualquier esfuerzo en el apoyo o desarrollo de políticas para el mejoramiento de su gestión, reestructuración de procesos y modernización, con miras a mantener la competitividad de esta Empresas será determinante en su crecimiento, teniendo en cuenta un entorno cada vez más globalizado y competitivo en el que las Empresas deben hacer un esfuerzo permanente por mantener su posición en el mercado.

Marco teórico

Bienestar

Según la Real Academia Española RAE (2020), bienestar De *bien y estar*.

1. m. Conjunto de las cosas necesarias para vivir bien.
2. m. Vida holgada o abastecida de cuanto conduce a pasarlo bien y con tranquilidad.
3. m. Estado de la persona en el que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica.

Se puede decir que la noción de bienestar hace referencia al conjunto de aquellas cosas que se necesitan para vivir bien. Dinero para satisfacer las necesidades materiales, salud, tiempo para el ocio y relaciones afectivas sanas son algunas de las cuestiones que hacen al bienestar de una persona.

En el contexto empresarial y de las organizaciones el bienestar laboral como lo explica Casales (2004), existen cuatro enfoques que pueden servir para entender la relación con el colaborador y como pueden crearse en pro de la ventaja competitiva de la organización, sistemas de bienestar efectivos:

- El enfoque ecologista estudia y analiza las relaciones entre las personas y los espacios físicos que lo circundan.
- El enfoque económico del bienestar se centra en los niveles de ingreso, gasto social e inversión de los colaboradores y como esto influye en su vida diaria y en su actividad laboral.
- El enfoque sociológico se refiere al conjunto de condiciones objetivas y observables de los colaboradores.
- El enfoque psicosocial contempla la interacción de la percepción de sí mismo y del mundo en el que se está inmerso.

Estos enfoques permiten entender en que aspectos el bienestar laboral puede influir en el desarrollo estratégico de la organización, apoyando los procesos claves como la contratación, la capacidad financiera y el desarrollo efectivo de la actividad organizacional.

Política de bienestar social

Las políticas de bienestar al interior de las sociedades tienen como objetivo asegurar excelentes condiciones de vida, oportunidades de crecimiento personal y profesional, oportunidades de educación, proyección personal, reconocimientos, beneficios e incentivos para mejorar la calidad de vida personal y laboral.

Las nuevas concepciones de gestión de talento humano conciben el bienestar como una parte integrante de la gerencia de los recursos humanos y su objetivo es garantizar el desarrollo integral de los trabajadores y su entidad. Si bien es cierto, el concepto de bienestar social se ha desarrollado a lo largo del tiempo, es importante tener en cuenta que el mismo se ha vinculado a un marco de políticas, a una concepción social, una cultura, un modelo económico imperante y demás aspectos relacionados con el accionar de una organización, por ello, las estrategias que se adopten desde el ámbito empresarial estarán definidas por una ideología imperante que no puede dejar de ser analizada porque brinda un sustento práctico sobre la importancia del bienestar en las relaciones profesionales y personales (Vigoya, 2002).

Frente a este fenómeno, cabe resaltar que el diseño de estrategias, programas o la implementación de actividades no significa alcanzar altos niveles de bienestar al interior de las organizaciones porque esta finalidad debe incluir esfuerzos adicionales como el conocimiento impecable de las necesidades de los trabajadores y de la empresa para tener a la persona ideal en el puesto ideal, tener esquemas de compensación, programas de movilidad, capacitación y entrenamientos personalizados para atender a los requerimientos individuales de los trabajadores. Si bien es cierto, que en muchos casos estos sistemas de gestión del talento humano pueden ser considerados costosos, las organizaciones deben comprender que es necesario la inversión del capital humano para que esta pueda asegurar su sustentabilidad en el largo plazo (Rocha, 2012).

Salario emocional

Una aproximación al concepto de salario emocional contemplaría según (Gómez, 2011). “todas aquellas razones no monetarias por las que la gente trabaja contenta, lo cual es un elemento clave para que las personas se sientan a gusto, comprometidas y bien alineadas en sus

respectivos trabajos”. Por otro lado, continúa señalando (Gómez, 2011), el salario emocional implica dar “la oportunidad para que las personas de todo nivel se sientan inspiradas, escuchadas, consideradas y valoradas como parte de equipos; de los cuales se sienten orgullosos de pertenecer, de crecer, desarrollarse y ser cada vez más empleables”

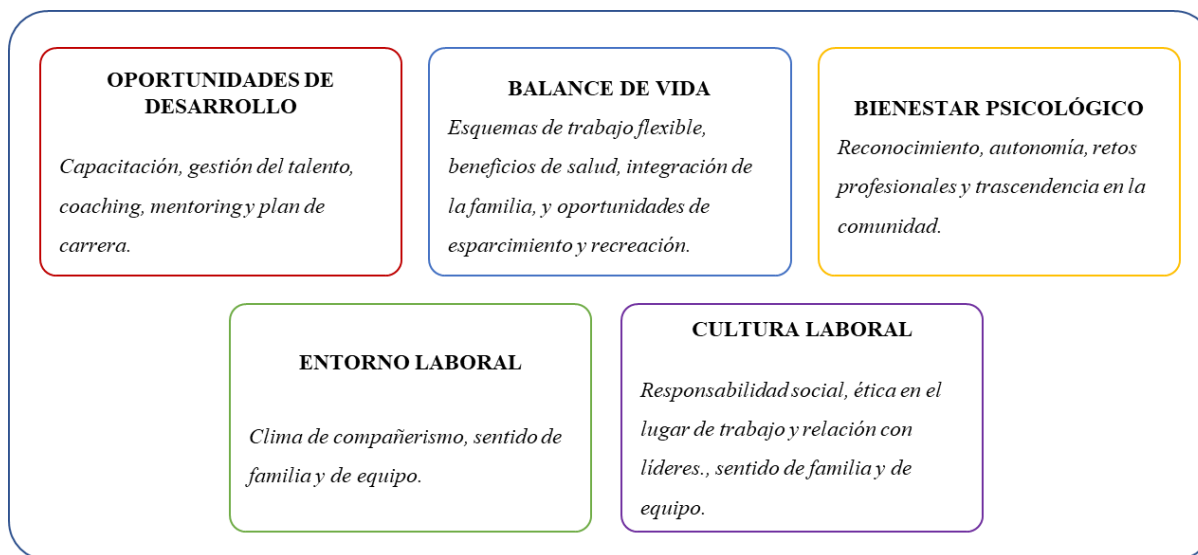
Es así como el salario emocional se ha entendido como “la conciliación entre la vida profesional y familiar no es un elemento distorsionador sino vital en el desarrollo de las personas, y en consecuencia, de las organizaciones” (Polo, 2005) para así lograr que el empleado desempeñe su trabajo con agrado no sólo pensando en la remuneración económica sino motivado por la compensación emocional.

Es por esta razón que el salario emocional es un recurso que posee la empresa, que no le genera costos, pero si contribuye a mejorar el clima organizacional de la entidad logrando así satisfacer las necesidades emocionales del empleado no sólo a nivel profesional sino también familiar, lo que conlleva a obtener resultados satisfactorios para el crecimiento profesional y empresarial.

El salario emocional es un plus que puede adquirir cualquier empresa o institución, ya que le permite al trabajador encontrar nuevas alternativas que no solo beneficien su desempeño laboral, sino que, también beneficien factores familiares y minimizar los riesgos laborales.

Los cinco elementos que representan el salario emocional en una organización son:

Figura 1
Elementos que representan el salario emocional



Nota: Adaptado de “Conoce los 5 Elementos del Salario emocional (Infografía)” por Marisol Martínez, 2017. (<https://www.marketinglovers.net/elementos-salario-emocional/>)

Estos aspectos son fundamentales a la hora de definir y diseñar los planes de bienestar en las organizaciones, ya que deben reconocer esas necesidades inherentes a sus colaboradores que le proporcionarían un equilibrio en su entorno profesional y personal.

Portafolio de servicios

Bilancio (2008, p. 184), lo define como la cartera de negocios de una empresa, integrado por un conjunto de unidades de negocio que representan todas las relaciones entre productos y mercados homogéneos que la empresa propone. A su vez Sánchez (2011) define que un portafolio como el conjunto completo de servicios que son administrados por un proveedor de servicios; se utiliza para gestionar el ciclo de vida de todos los servicios, también describe los servicios de un proveedor en términos de valor de negocio; en él se articulan las necesidades del negocio y la respuesta del proveedor hacia éstas. Mientras tanto, Córdova y

Mora (2020) conceptúan que dentro del ámbito publicitario y marketero se escucha hablar muy seguido de portafolio de productos, el cual hace referencia y énfasis en una variedad de elementos o artículos que una empresa ofrece y que están relacionados entre sí, es decir es una mezcla de productos.

De lo anterior, se puede colegir que el portafolio de servicios corresponde al conjunto de productos o servicios que ofrece una empresa concreta al mercado a los compradores de una categoría o segmento de mercado específico, indicando sus características y valor agregado con el propósito de satisfacer una necesidad entre sus clientes potenciales y actuales.

Los portafolios de servicios son un aliado perfecto para el alcance de los objetivos estratégicos; representan orden y muestran un mapa general del camino que se tendrá que recorrer. Otorgan flexibilidad de acción, apoyo para la toma de decisiones, ajustes y planificación. Su objetivo es la identificación de tareas que, combinadas, mejoren acciones y den resultados al proyecto mejorando procesos existentes.

Great Place to Work® Institute Inc.

Great Place to Work Colombia (2021) destaca en su sitio web que “Son una firma de investigación y consultoría, especializada en la valoración y transformación del ambiente laboral, con oficinas centrales en Estados Unidos y afiliadas al rededor del mundo. Produce en más de 50 países la lista de los mejores lugares para trabajar, considerada el "estándar de oro" a este respecto. Llegó a Colombia en 2003. Más de medio millón de colaboradores en el país han participado en él, en cerca de 700 organizaciones. De ellas, alrededor de 250, lo efectúan de forma recurrente. En Colombia, 188 organizaciones efectuaron *Great Place to Work*® en el año 2020”.

Asimismo, *Great Place to Work Colombia* (2021) describe que su metodología de análisis única les permite medir el clima organizacional, indagando la percepción de los colaboradores sobre el ambiente laboral a partir del *Great Place to Work® Model©* se muestra en la siguiente figura:

Figura 2
Modelo Great Place to Work para medir clima organizacional



Nota: Tomado de “Nuestra metodología” *Great Place to Work*, (2021). (<https://www.greatplacetowork.com.co/es/somos-gptw/quienes-somos>)

Como herramienta de diagnóstico y la principal de la metodología de *Great Place to Work* desarrollaron el *Trust Index* que a través de un cuestionario que contiene 60 afirmaciones, determinan el nivel de confianza que los empleados tienen en la organización; para ello, cada empleado que responde analiza tres relaciones: con sus managers/empresa, con otros empleados y con su propio trabajo. A partir de los datos cuantitativos y cualitativos, donde el mayor peso recae sobre la perspectiva de los colaboradores se construye la medición. (Great Place to Work, 2021).

Adicionalmente, y según lo señalan en su sitio web, *Great Place to Work* evalúa las prácticas de gestión de personas con el Culture Audit®, que responde la dirección de gestión humana de la organización, indagando sobre las políticas y prácticas destacadas en las siguientes áreas:

- Generar un gran lugar para trabajar
- Promoción del potencial de las personas
- Fomentar los valores o principios de la organización
- Trabajar en la estrategia de negocio
- Impulsar la Innovación y recogida de ideas
- Poner en marcha Iniciativas de Liderazgo

De esta forma, identifican oportunidades de mejoramiento y prioridades de intervención en la organización como un todo en sus diferentes unidades de gestión y en todos sus niveles organizacionales. En función de dichas oportunidades identificadas, brindan el apoyo a las organizaciones en la capitalización de estas a través de estrategias y herramientas de intervención buscando una transformación dirigida hacia la cultura de trabajo deseada.

Dentro del top 20 de los mejores lugares para trabajar en Colombia 2020 se ubicaron las siguientes empresas:

- Aseguradora Solidaria de Colombia Ltda.
- DHL Express Colombia Ltda.
- Finsocial S.A.S.
- Terminal de Contenedores de Cartagena S.A. -Contecar S.A.

- Sociedad Portuaria Regional de Cartagena - SPRC
- Hoteles Hilton
- SAP Colombia SAS
- DIRECTV Colombia Ltda.
- Corporación Universidad de la Costa -CUC-
- Mercado Libre Colombia Ltda.
- Efigas – Gas Natural SAESP
- Bayport Colombia SA
- Esenttia SA
- Siigo SAS
- Sophos Solutions
- SBS seguros Colombia SA
- Gases del Caribe SA ESP
- Credibanco SA
- Procolombia
- Financiera de Desarrollo Territorial SA - FINDETER

Marco institucional

BienestarCorp S.A.S. es una microempresa colombiana constituida en 2013 bajo el código CIIU 7010 - Actividades de administración empresarial perteneciente a la sección Actividades profesionales, científicas y técnicas que en los últimos tres años ha representado cerca del 7% del PIB en Colombia con un promedio de 59.781 mil millones entre 2019 y 2020 (Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE, 2020).

Es una empresa perteneciente al Sector terciario o de servicios, siendo este sector en Colombia uno de los más desarrollados. De acuerdo con el DANE este sector aloja más del 80% de la fuerza laboral del país. Este sector se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos. Por este motivo, se le conoce como el sector del servicio. El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia, establece que de los establecimientos económicos que existen en el país, el 48 % está dedicado al comercio mientras que el 40 % está destinado al ofrecimiento de servicios. Este sector es muy importante para cualquier economía, acá se desarrollan oportunidades laborales muy importantes para cualquier país, genera competitividad y desarrollo, mientras más desarrollada es una economía, hay más calidad y cantidad de actividades del sector servicios.

El subsector al que pertenece es Servicios profesionales, este subsector de los servicios se presta a empresas y personas e involucra los servicios de rango ejecutivo y medio de consultoría, gestión, contabilidad y administración de empresas, los servicios publicitarios, jurídicos, tecnológicos, ingeniería y construcción, comunicación social, etc.

Este subsector terciario es uno de los que demanda mayor cantidad de mano de obra especializada o profesional, y es uno de los de mayor crecimiento en la economía colombiana en los últimos años.

Durante estos ocho años, BienestarCorp se ha encargado de la creación, intermediación y desarrollo de programas de beneficios contando con alianzas estratégicas que permiten a sus clientes disfrutar de una amplia gama de convenios en diversas categorías, programas de formación, charlas, capacitaciones, fidelización, detalles corporativos, además de proyectos y

actividades que tienen que ver con la felicidad y bienestar de empleados, aliados, clientes y asociados de diferentes tipos de compañías a nivel nacional.

La compañía está conformada por la fundadora y gerente comercial quien tiene a su cargo tres personas en los roles de: Asistente Operativa, Representante Comercial y Control de Convenios y Alianzas.

Bajo su eslogan “El bienestar de su talento humano, nuestra misión.”, Sandra Romero su fundadora manifiesta que BienestarCorp entiende que el cuidado emocional y físico de los grupos de interés son el éxito de cualquier negocio, por lo que ellos analizan, proponen y ejecutan actividades que dejan una huella de satisfacción y sentido de pertenencia hacia cada compañía.

Sus servicios más comercializados están divididos en las categorías de: Salud Física, Salud Emocional, Formación Virtual y Acompañamiento Infantil. Las actividades más comunes ejecutadas son:

- Alianzas y convenios corporativos en términos de descuentos para entrar a parques temáticos, cines, teatros, restaurantes, puntos de salud y belleza entre otros.
- Actividades corporativas físicas y mentales orientadas a entrenamientos y seminarios relacionados con Yoga, Rumba, Pilates, Pausas Activas, Salud Ocupacional, Nutrición y Manejo de Mascotas.
- Seminarios de formación sobre Ofimática, Educación Financiera, Trabajo en Equipo, *Design Thinking*, Inteligencia Emocional, Cocina, entre otros.
- Actividades lúdicas como: Fiestas, celebraciones, bingos, conciertos, regalos corporativos y fechas especiales.

BienestarCorp. SAS hoy cuenta con un grupo de clientes fidelizados como: Prever, Acinpro, Fondo de Empleados de Avantel, Grupo Ardila Lule entre otros y gracias a su buena reputación y trayectoria, esta experiencia los hace poseedores de un amplio conocimiento en el manejo de capital humano y empresarial y de un amplio portafolio de servicios y convenios. Según su fundadora, la gran oportunidad en la actualidad está en la diversificación del portafolio de servicios buscando llevarlos a un nuevo nivel en el que se pueda operar y dar valor con alternativas no presenciales de impacto.

Los competidores se concentran en tres compañías principales: Go Integro, O14 y Colombianos Exitosos y en términos de proveedores se destacan: Cines y parques temáticos a nivel nacional (Parque Nacional del Café, Salitre Mágico, Mundo aventura, etc.), Freelances (tutores, especialista, speaker, profesores, etc.), Catering (comidas, bebidas) y diferentes encargados de gestionar regalos corporativos y *merchandising* (Cajas sorpresa, material POP, etc.).

En resumen, su gestión se ha visto representada en más de 124 clientes fidelizados, más de 110 convenios establecidos a nivel nacional y más de 2.500 actividades ejecutadas con altos estándares de calidad y satisfacción de cliente.

Metodología

Enfoque de Investigación

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se plantea un enfoque cuantitativo, donde se realizará la evaluación de variables y análisis de hipótesis con la finalidad de fortalecer el portafolio existente de BienestarCorp, a partir del análisis de los planes de bienestar que están

implementando las empresas catalogadas como *Great Place to Work* Colombia 2020 entre 300 y 1500 colaboradores.

“Con los estudios cuantitativos se pretende confirmar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre los elementos. Esto significa que la meta principal es la formulación y demostración de teorías” Hernández y Mendoza (2014).

Alcance y Diseño de Investigación

Esta investigación es de tipo no experimental, de forma transversal con enfoque descriptivo ya que a partir de la recolección de datos en un único momento se generará la oportunidad de especificar, recolectar y medir las variables identificadas, para encontrar la relación entre las diferencias, similitudes y características existentes entre los planes de bienestar de las empresas catalogadas como *Great Place To Work* Colombia 2020 entre 300 y 1500 colaboradores y el portafolio de servicios ofertado por la empresa BienestarCorp.

“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (Hernández y Mendoza, 2018).

Hipótesis y definición de Variables

Bernal (2016, p. 184) define la hipótesis de esta manera: “Una hipótesis es una suposición o solución anticipada al problema objeto de la investigación y, por lo tanto, la tarea del investigador debe orientarse en probar tal suposición o hipótesis”.

Según lo anterior y a partir de la pregunta planteada para esta investigación, la hipótesis propuesta es la siguiente: La empresa BienestarCorp SAS puede fortalecer su portafolio de

servicios a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores.

De acuerdo con (Hernández et al., 2014, p.38). “una variable es cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, ya sea cuantitativa o cualitativamente”. Así mismo, afirma que “podemos decir que una variable es todo aquello que vamos a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio. Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, las principales variables que se van a ver validadas en el desarrollo de este trabajo son las expuestas a continuación:

Tabla 1
Definición de las variables en la investigación

Hipótesis	Variable	Dimensión	Definición Conceptual	Definición Operacional
BienestarCorp SAS puede fortalecer su portafolio de servicios a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de Great Place To Work Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores.	Satisfacción del Empleado	Grado de satisfacción	Medición subjetiva sobre cómo está percibiendo el empleado los beneficios y planes de bienestar que ofrece su empresa.	Percepción del empleado frente a los planes de bienestar ofertados por su empresa.
	Plan de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura • Actividades • Frecuencia • Presupuesto 	Incentivos que se formulan desde la perspectiva integral del ser humano y se enfoca en el desarrollo de todas sus dimensiones (mente, cuerpo y emoción), con hábitos de vida saludables, de manera articulada con las demás líneas de acción que componen el plan	Número de planes existentes y número de planes ejecutados, número de incentivos existentes, número de incentivos asignados.

Hipótesis	Variable	Dimensión	Definición Conceptual	Definición Operacional
	Reconocimiento	Reconocimiento institucional	<p>estratégico del talento humano. (Mineducación, 2019)</p> <p>Empresas que pasaron por un proceso de evaluación y certificación de la firma <i>Great Place To Work</i> donde se evaluaron diferentes atributos de su cultura organizacional y la satisfacción de los empleados. (Great Place To Work, 2021)</p>	Percepción de los clientes, de los empleados, etc.

Nota: Creación propia

Población y Muestra

Según Hernández y Mendoza (2018, p. 199) la población se define como el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

Delimitación de la Población: la población sobre la que se analizarán los resultados de la investigación está conformada por al menos 10 de las empresas listadas en el top 20 del *Great Place To Work Colombia 2020* en el rango de 300 a 1500 colaboradores, como son:

- Aseguradora Solidaria de Colombia Ltda.
- DHL Express Colombia Ltda.
- Finsocial S.A.S.

- Terminal de Contenedores de Cartagena S.A. -Contecar S.A.
- Sociedad Portuaria Regional de Cartagena - SPRC
- Hoteles Hilton
- SAP Colombia SAS
- DIRECTV Colombia Ltda.
- Corporación Universidad de la Costa -CUC-
- Mercado Libre Colombia Ltda.
- Efigas – Gas Natural SAESP
- Bayport Colombia SA
- Esenttia SA
- Siigo SAS
- Sophos Solutions
- SBS seguros Colombia SA
- Gases del Caribe SA ESP
- Credibanco SA
- Procolombia
- Financiera de Desarrollo Territorial SA - FINDETER

Para efectos de esta actividad se selecciona un muestreo no probabilístico, ya que según Sampieri (2018, p.176), este tipo de muestreo abarca un “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”.

Se selecciona este rango (300 a 1500 colaboradores) dado que es el que tiene el mayor número de empresas certificadas y adicionalmente, es el segmento de mercado en el que BienestarCorp tiene experiencia de trabajo.

De estas empresas se contactará al personal directivo de las áreas de recursos humanos o bienestar y/o personal de los fondos de empleados desde donde se gestionan los planes de bienestar de la empresa y el conocimiento de la percepción de los empleados hacia los mismos.

Métodos Específicos e Instrumentos de Recolección de Información

En la presente investigación se emplearán los siguientes instrumentos para la recolección de información necesarias para el análisis y posteriores propuestas de fortalecimiento del portafolio de BienestarCorp SAS.

- Cuestionario: se diseñó para ser aplicado a la población definida antes mencionada quienes son los encargados de gestionar y coordinar los programas y proyectos relacionados a la calidad de vida laboral y de maximizar el bienestar de sus empleados. Con esta herramienta, se buscará identificar las estrategias, modelos o programas de bienestar que tienen implementados al interior de sus organizaciones, que ha contribuido para ser certificados como *Great Place To Work* en Colombia edición 2020. La forma de aplicación del cuestionario se hará vía internet a través de Google Forms®. Esta herramienta se encuentra en el anexo 1. Cuestionario estructurado.

A partir de las variables y dimensiones definidas anteriormente, se definen las siguientes preguntas:

Tabla. 2
Definición preguntas cuestionario estructurado

Variable	Dimensión	Pregunta
Reconocimiento	Reconocimiento institucional	¿Considera que su plan de bienestar contribuye a ser una empresa Great Place To Work?
		¿Estimula los logros de sus empleados con regalos materiales?
		¿Estimula los logros de sus empleados con reconocimientos / plan carrera?
		¿Estimula los logros de sus empleados con Dinero?
		¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con coaching?
		¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con formaciones?
Plan de Bienestar	Estructura	¿Diseña sus planes de bienestar con base en sugerencias y puntos de vista de los empleados?
		¿Diseña sus planes de bienestar con base en consultorías externas?
		¿Las actividades de su plan de bienestar se ejecutan de forma directa?
		¿Contrataría a un proveedor externo para ejecutar sus planes de bienestar?
		¿Se han tenido que realizar ajustes en su plan de bienestar debido a la virtualidad?
	Actividades	¿El plan de bienestar incluye actividades deportivas?
		¿El plan de bienestar incluye actividades lúdicas y culturales?
		¿El plan de bienestar incluye actividades de formación?
		¿El plan de bienestar incluye actividades Sociales?
		¿El plan de bienestar incluye incentivos?
		¿Las actividades de formación incluyen desarrollo de habilidades técnicas?
		¿Las actividades de formación incluyen desarrollo de habilidades bandas?
		¿Las actividades de formación incluyen talleres bienestar físico y emocional?
	Frecuencia	¿Con qué frecuencia en general se realizan las actividades de bienestar en su empresa?
		¿Con qué frecuencia se realizan las actividades deportivas?
		¿Con qué frecuencia se realizan las actividades lúdicas y culturales?
		¿Con qué frecuencia se realizan las actividades de formación?
		¿Con qué frecuencia se realizan las actividades Sociales?
		¿Con qué frecuencia se entregan incentivos?
	Presupuesto	¿Qué presupuesto destina la empresa para ejecutar el plan de bienestar?
	Satisfacción del empleado	Grado de Satisfacción
¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con actividades deportivas?		
¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con actividades lúdicas y culturales?		

Variable	Dimensión	Pregunta
		¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con actividades de formación?
		¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con actividades Sociales?
		¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con actividades Familiares?
		¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con incentivos?
		¿Qué nivel de satisfacción tienen los colaboradores con las actividades desarrolladas en virtualidad?

Nota: Creación propia

- Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, y Amenaza (DOFA): Al ser una herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la misma y el contexto externo que la puede afectar y como método de análisis empresarial, permitirá mirar la empresa desde el exterior como si fuéramos observadores neutrales y evaluar las condiciones actuales de la empresa.
- Matriz Boston Consulting Group – BCG: Herramienta gerencial que permite analizar la cartera de una compañía y comprobar qué productos ofrecen un mejor negocio para la compañía y cuáles son menos rentables para definir las estrategias a seguir respecto de su portafolio.

Todo lo anterior, y como resultado del análisis de los datos recolectados se comparará con el portafolio activo de servicios de BienestarCorp SAS y se estarán presentando las propuestas del caso.

Técnicas de Análisis de Datos

Las técnicas que se utilizarán para analizar los datos recolectados a partir de las herramientas e instrumentos con el objeto de generar resultados y hallazgos para este caso de investigación son:

Tabla 3.

Definición de técnicas de análisis de la investigación.

INSTRUMENTO	TECNICA DE ANALISIS	DESCRIPCION
Cuestionario	Estadística descriptiva	Esta técnica nos permite resumir la información contenida y obtenida de una forma más sencilla y presentable, obteniendo así los parámetros que distinguen las características de un conjunto de datos (lo que se conoce como estadísticos). Nos ayuda a analizar y describir los datos para obtener un resultado final facilitando su visualización.
Matriz DOFA	Matriz de diagnóstico estratégico	(Fred R. David, 2011, Pág. 221) la define como “una importante herramienta de conciliación que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: Estrategias FO (fortalezas-oportunidades), Estrategias DA (debilidades-amenazas), Estrategias DO (debilidades-oportunidades), Estrategias FA (fortalezas-amenazas) y las Estrategias DA (debilidades-amenazas)”. Las siglas BCG provienen del nombre de la consultora Boston Consulting Group, que desarrolló y publicó esta matriz de negocios a principios de los años 70. Su finalidad es evaluar el atractivo del catálogo de una compañía. Este catálogo o cartera es el conjunto de productos o servicios que vende una empresa y su mercado, y la matriz BCG propone analizarlo desde dos puntos de vista: La tasa de crecimiento del mercado. La tasa de participación en el mercado.
Matriz Boston Consulting Group	Matriz de diagnóstico estratégico	

Nota: Creación propia.

Recolección de Datos

El número de cuestionarios recolectados fue de diez y las empresas participantes en esta investigación correspondieron a las siguientes:

- SAP
- Sociedad Portuaria de Cartagena
- Direct TV Colombia
- Corporación Universidad de la Costa
- MercadoLibre
- Aseguradora Solidaria de Colombia Ltda.
- Hotel Hilton
- DHL Express Colombia Ltda.
- FINDETER

Análisis y Discusión de los Resultados

Análisis de Datos Estadísticos

Los datos obtenidos a través del cuestionario son de tipo cuantitativo, con la finalidad de revisar la relación entre las variables definidas para comprobar o refutar las hipótesis planteadas y resolver la pregunta de investigación.

Se aplica el instrumento a empresas catalogadas como *Great Place To Work*, en el rango de entre 300 y 1500 para Colombia en 2020 y como resultado se obtuvo la participación de 10 empresas.

El cuestionario consta de 32 preguntas cerradas y agrupadas en las seis dimensiones definidas como: reconocimiento institucional, estructura del plan de bienestar, actividades del

plan de bienestar, frecuencia de las actividades, presupuesto y satisfacción. 11 preguntas usan afirmaciones a través de una escala Likert con calificación de 1 a 5 donde 5 es Totalmente de acuerdo y 1 es Totalmente en desacuerdo, ocho preguntas usan afirmaciones a través de una escala Likert con calificación de Si o No, seis preguntas usan afirmaciones a través de una escala Likert con calificación de Quincenal, Mensual, Trimestral, Semestral y Anual, siete preguntas usan afirmaciones a través de una escala Likert con calificación de 1 a 5 donde 5 es Muy Satisfecho y 1 es Muy Insatisfecho y por último, una pregunta con cinco opciones. Este formulario se realizó en Google Forms y fue enviado a cada una de las empresas a través de un correo electrónico. Finalizado el proceso de recolección de los datos se realiza la organización de estos por medio de una tabulación por cada dimensión.

Para realizar la interpretación de los datos se utiliza el programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6, por medio del cual se revisa y valida la hipótesis planteada a partir de la información recolectada, así como también se obtienen el análisis de tendencia central de los datos.

Descripción de Medidas

Las medidas de tendencia central que se utilizaron en el análisis de los datos fueron las siguientes:

- Media aritmética: valor promedio de la muestra.

$$Media = \frac{Suma\ valores\ observados}{Número\ total\ de\ observaciones}$$

- Moda: valor que más se repite en los datos.
- Mediana: valor que se encuentra en la mitad de los datos.

$$Mediana = \frac{n + 1}{2}$$

Medidas de dispersión: permiten medir la dispersión de los datos.

- Varianza: mide la diferencia que hay entre el promedio de cada dato con respecto al punto central:

$$\sigma^2 = \sum \frac{(X_i - \mu)^2}{N}$$

- Desviación estándar: mide el promedio aritmético de la variación de los datos con respecto a la media.

$$S = \sqrt{S^2}$$

Estadística Descriptiva

En la tabla 4 se encuentran registrados los resultados estadísticos calculados a partir del programa SPSS.

Tabla 4
Medidas de tendencia central y de dispersión de la muestra

		Estadísticos					
		Reconocimiento	Estructura	Actividades	Frecuencia	Presupuesto	Satisfacción
N	Válido	10	10	10	10	10	10
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		4.67	4.54	1.03	2.17	4.00	4.88
Mediana		5	5	1	2	4	5
Moda		5	5	1	2.0	5	5.0
Desv. Desviación		.542	.676	.168	.9771	1.054	.3328
Varianza		.294	.458	.028	.955	1.111	.111
Rango		2	3	1	4.0	3	1.0

Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Teniendo en cuenta que nuestro primer objetivo específico consiste en analizar las categorías de actividades de los planes de bienestar que ofrecen actualmente al menos 10 de las

compañías catalogadas en el top 20 de *Great Place To Work* Colombia 2020, en el rango de 300 – 1500 colaboradores, se procede a tabular y analizar las respuestas obtenidas en las dimensiones de Estructura, Actividades, Frecuencia y Presupuesto, evidenciando que:

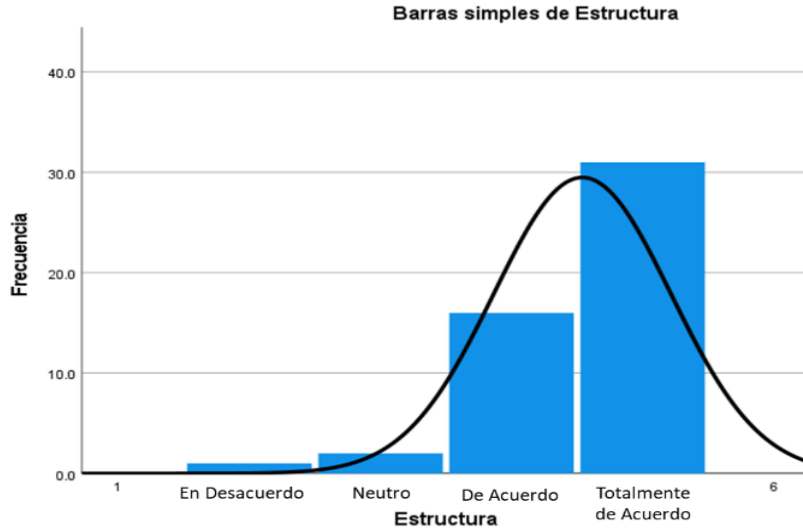
Dimensión Estructura

Tabla 5
Resultados dimensión estructura

Estructura Plan de Bienestar En una escala de 1 a 5 califique las siguientes preguntas:	1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Neutro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo
¿Diseña sus planes de bienestar con base en sugerencias y puntos de vista de los empleados?				3	7
¿Diseña sus planes de bienestar con base en consultorias externas?			1	4	5
¿Las actividades de su plan e bienestar se ejecutan de forma directa?		1	1	4	4
¿Contrataría a un proveedor externo para ejecutar sus planes de bienestar?				5	5
¿Se han tenido que realizar ajustes en su plan de bienestar debido a la virtualidad?					10

Nota: Creación propia.

Figura 4
Histograma dimensión estructura



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su media fue 4.54, su Mediana 5, su Moda 5, la Desviación Estándar solo un .676 y la Varianza también muy baja con .458 (Véase Figura 4), importante resaltar que la escala de

medición fue de 1 a 5 por lo que en esta dimensión las respuestas estuvieron marcadas hacia la calificación De acuerdo y Totalmente de Acuerdo, representando que estas empresas:

- En el diseño del plan de bienestar se observa una mayor tendencia a involucrar principalmente a los empleados y de forma subsecuente se tienen en cuenta consultorías externas.
- Las actividades del plan de bienestar se ejecutan principalmente a través de un proveedor, pero también en menor escala de forma directa.
- El 100% de los encuestados concuerdan en que tuvieron que realizar ajustes o modificaciones en los planes de bienestar debido a la virtualidad.

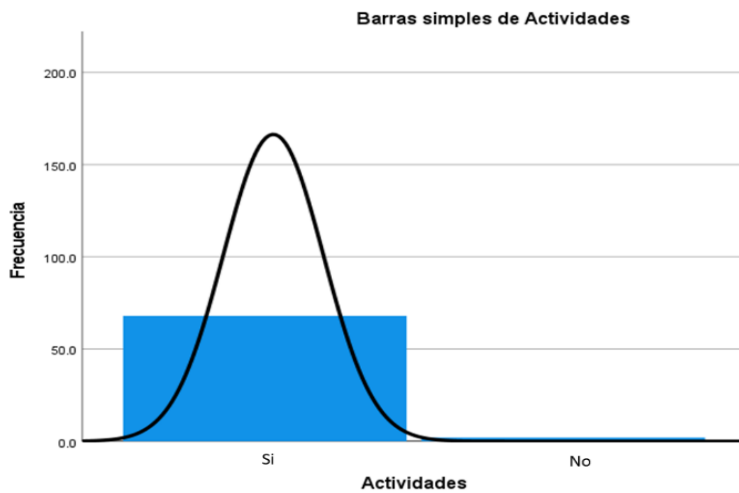
Dimensión Actividades

Tabla 6
Resultados dimensión actividades

Actividades Plan de Bienestar Indique que actividades incluye su plan de bienestar	1.Si	2.No
¿Actividades deportivas?	10	
¿Actividades ludicas y culturales?	10	
¿Actividades de formación?	10	
¿Actividades Sociales?	10	
¿Incentivos?	10	
¿Las actividades de formacion incluyen desarrollo de habilidades tecnicas?	8	2
¿Las actividades de formacion incluyen desarrollo de habilidades bandas?	10	
¿Las actividades de formacion incluyen talleres bienestar fisico y emocional?	10	

Nota: Creación propia.

Figura 5
Histograma dimensión actividades



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su media fue 1.03, su mediana 1, su moda 1, la Desviación Estándar solo un .168 y la Varianza también muy baja con .028 (Véase Figura 4). La escala de medición fue de 1 o 2 por lo que, para las actividades de los planes de bienestar en las compañías, las respuestas se concentraron en la calificación Si, representando que:

- En los planes de bienestar se incluyen actividades deportivas, lúdicas, culturales, sociales e incentivos.
- Las actividades de formación se orientan al desarrollo de habilidades blandas, talleres de bienestar físico y por último el desarrollo de habilidades técnicas se incluye en el 80% de las empresas encuestadas.
- Adicional, se realizó una pregunta abierta consultando ejemplos de actividades más relevantes realizadas y las respuestas estuvieron relacionadas con: pausas activas, yoga, bingos, fiestas, comediantes, catas de vino, talleres de manejo de estrés, manejo

de tiempo, balance vida personal y laboral, talleres lúdicos para niños, cursos de Ofimática e inglés, todo de forma virtual y regalos como anchetas en días especiales.

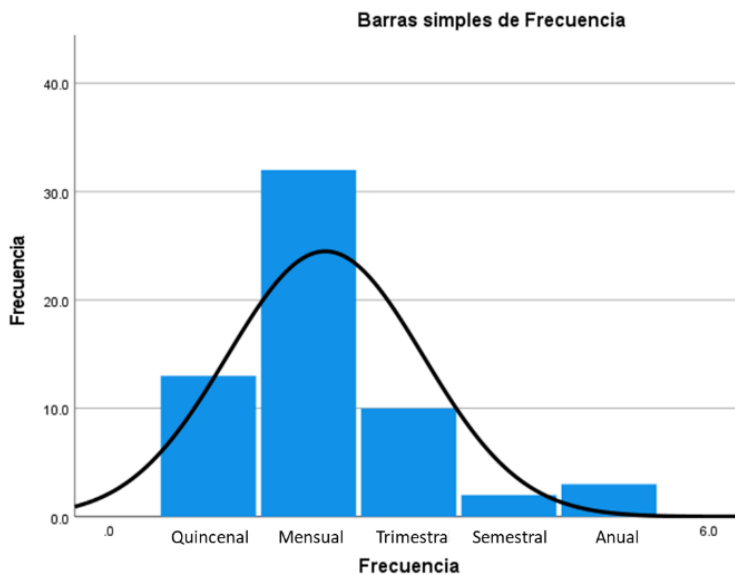
Dimensión Frecuencia

Tabla 7
Resultados dimensión frecuencia

Frecuencia Plan de Bienestar ¿Con qué frecuencia en general se realizan las siguientes actividades de bienestar en su empresa?	1.Quincenal	2.Mensual	3.Trimestral	4.Semestral	5.Anual
¿Su plan de bienestar en general?	5	5			
¿Actividades deportivas?	3	7			
¿Actividades ludicas y culturales?	2	6	2		
¿Actividades de formación?	6	3	1		
¿Actividades Sociales?		7	3		
¿Incentivos?		3	2	2	3

Nota: Creación propia.

Figura 6
Histograma dimensión frecuencia



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su media fue 2.17, su mediana 2, su moda 2, la Desviación Estándar solo un .9771 y la Varianza también baja con .955(Véase Figura 4). La escala de medición fue de 1 a 5, donde 1 representa quincenal, 2 mensual, 3 trimestral, 4 semestral y 5 anual, por lo que para la frecuencia con la que las compañías realizan las actividades, se encuentra que:

- Las actividades del plan de bienestar a nivel general se están ejecutando principalmente de forma quincenal y mensual.
- Las actividades deportivas, sociales, lúdicas y culturales tienen una frecuencia principalmente mensual.
- Las actividades de formación se inclinan hacia una recurrencia quincenal.
- Los incentivos en términos de dinero se entregan de forma mensual y anual principalmente.

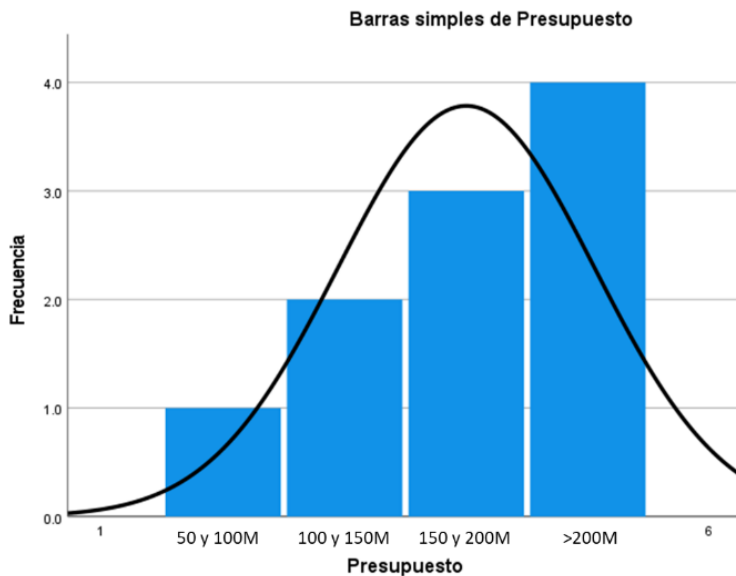
Dimensión Presupuesto

Tabla 8
Resultados dimensión presupuesto

Presupuesto Plan de Bienestar	1. Menos de 50 Millones	2. Entre 50 y 100 Millones	3. Entre 100 y 150 Millones	4. Entre 150 y 200 Millones	5. Mas de 200 Millones
¿Qué presupuesto destina la empresa para ejecutar el plan de bienestar?		1	2	3	4

Nota: Creación propia.

Figura 7
Histograma dimensión presupuesto



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su Media fue 4, su Mediana 4, su Moda 5, la Desviación Estándar es 1.054 y la Varianza un 1.111 (Véase Figura 3); la escala de medición fue de 1 a 5 por lo que, para el presupuesto de los planes de bienestar en las compañías, las respuestas se concentraron en que se maneja un presupuesto promedio entre los 150 y 200 millones de pesos, pero importante también resaltar que el 40% de las empresas cuentan con presupuestos superiores a los \$200 millones de pesos.

Atendiendo el segundo objetivo correspondiente a determinar el impacto sobre los empleados que tienen los planes de bienestar ofertados en al menos 10 compañías catalogadas como *Great Place To Work* Colombia 2020 en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores, se procede a tabular y analizar las respuestas obtenidas en las dimensiones de Reconocimiento y Satisfacción, evidenciando que:

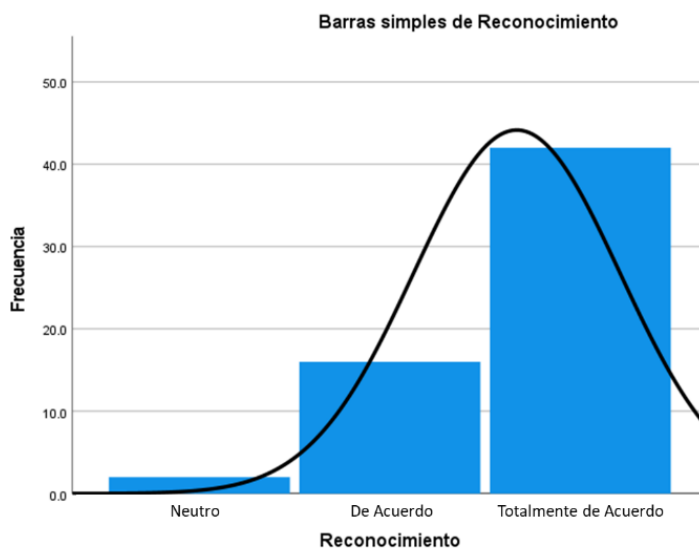
Dimensión Reconocimiento

Tabla 9
Resultados dimensión reconocimiento

Reconocimiento institucional En una escala de 1 a 5 califique las siguientes preguntas:	1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Neutro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo
¿Considera que su plan de bienestar contribuye a ser una empresa Great Place To Work?					10
¿Estimula los logros de sus empleados con regalos materiales?				5	5
¿Estimula los logros de sus empleados con reconocimientos / plan carrera?				1	9
¿Estimula los logros de sus empleados con Dinero?			2	5	3
¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con coaching?				5	5
¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con formaciones?					10

Nota: Creación propia.

Figura 8
Histograma dimensión reconocimiento



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su media fue 4.67, su Mediana 5, su Moda 5, la Desviación Estándar solo un .542 y la Varianza también muy baja con .294 (Véase Figura 3); la escala de medición fue de 1 a 5 por lo que, para el reconocimiento institucional en las compañías, las respuestas se concentraron entre las calificaciones De Acuerdo y Completamente de Acuerdo, representando que:

- El 100% de las empresas concuerda en que el plan de bienestar establecido para los empleados fue parte fundamental para obtener la certificación *Great Place To Work*.
- Estimulan los logros de sus colaboradores en mayor medida con reconocimientos y plan de carrera, luego con regalos materiales y por último con dinero.
- El 100% de los encuestados manifiestan que impulsan el desarrollo personal de los empleados a través de formaciones.

Dimensión Satisfacción

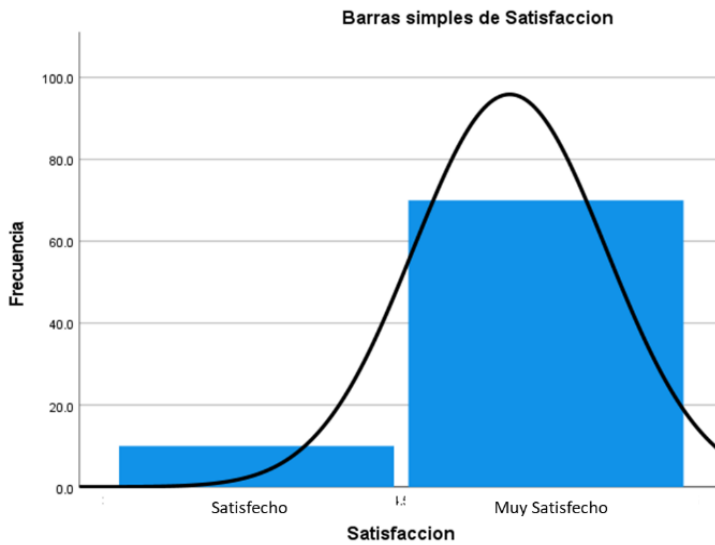
Tabla 10

Resultados dimensión satisfacción

Satisfacción Plan de Bienestar Indique el nivel de satisfacción de sus colaboradores frente a los siguientes aspectos:	1.Muy Insatisfecho	2.Insatisfecho	3.Neutro	4.Satisfecho	5.Muy Satisfecho
¿Su plan de bienestar?					10
¿Actividades deportivas?				2	8
¿Actividades lúdicas y culturales?				1	9
¿Actividades de formación?				2	8
¿Actividades Sociales?					10
¿Incentivos?				2	8
¿Actividades desarrolladas en virtualidad?				2	8

Nota: Creación propia.

Figura 9
Histograma dimensión satisfacción



Nota: Tomado de “Programa especializado en análisis estadístico de datos SPSS de IBM versión 2.6”.

Su Media fue 4,88 su Mediana 5, su Moda 5, la Desviación Estándar solo un .3328 y la Varianza también muy baja con .111 (Véase Figura 4); la escala de medición fue de 1 o 5, por lo que la satisfacción de los empleados en relación con las actividades realizadas en las compañías, las respuestas se concentraron en la calificación Muy Satisfecho y en menor medida Satisfecho, representando que:

- Las actividades y plan de bienestar en general tienen un alto grado de aceptación entre sus colaboradores y las actividades sociales tienen el mayor grado de aceptación, seguidas por las deportivas, lúdicas y culturales y de formación.
- El 80% de las empresas considera que las actividades desarrolladas en modalidad virtual tienen un alto grado de satisfacción.

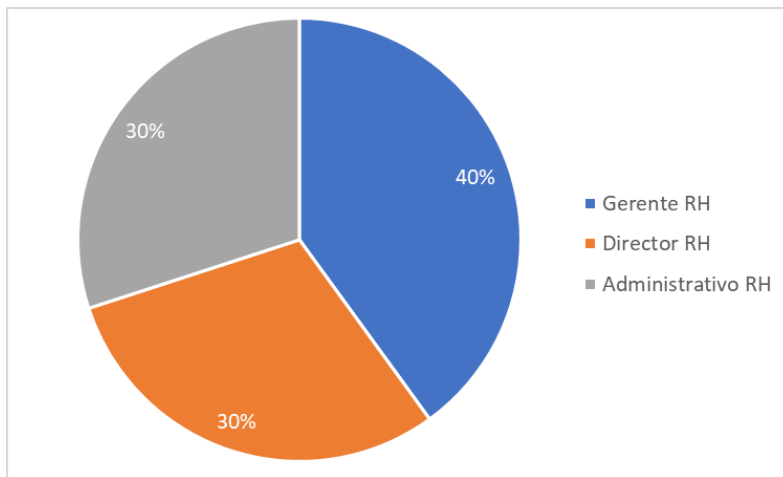
- Adicional, se realizó una pregunta abierta consultando ejemplos de actividades más exitosas realizadas y las respuestas estuvieron relacionadas con: fiestas y celebraciones de fin de año, actividades virtuales como bingos, comediantes y concursos, pausas activas, yoga, talleres de manejo de situaciones y regalos materiales.

Datos Sociodemográficos

El perfil de las 10 personas que participaron contestando el cuestionario fue el siguiente:

Cargo: Cuatro directores de recursos humanos, tres gerentes de recursos humanos y tres administrativos de recursos humanos.

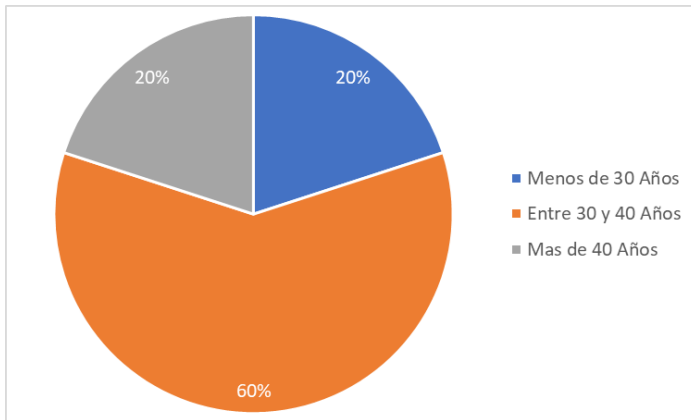
Figura 10
Perfil cargos encuestados



Nota: Creación propia

Edad: El rango de edad predominante fue entre los 30 y 40 Años con el 60%, y menos de 30 años o más de 40 años comparten un 40%.

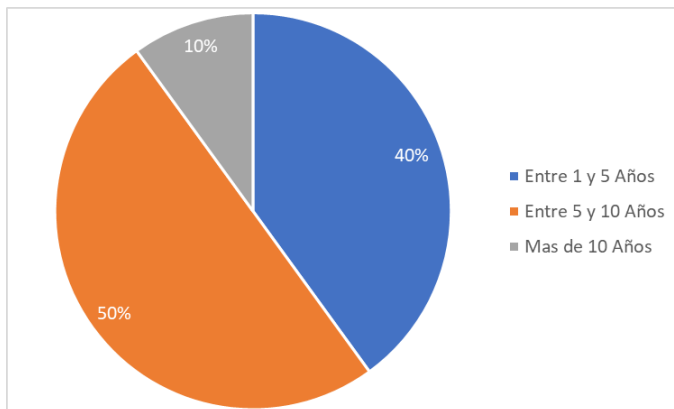
Figura 11
Edad encuestados



Nota: Creación propia.

Tiempo en la Compañía: Se concluye que la mitad de las personas encuestadas han estado en la compañía al menos 5 años.

Figura 12
Tiempo compañía encuestados



Nota: Creación propia.

Atendiendo el tercer objetivo de la investigación que corresponde a evaluar el portafolio de servicios ofertado por la empresa BienestarCorp a sus clientes actuales, se presenta el análisis de las matrices de diagnóstico estratégico como son DOFA y Boston Consulting Group - BCG:

Matriz DOFA

En la siguiente tabla se describe el análisis realizado a BienestarCorp SAS a partir de la matriz DOFA:

Tabla 11

Matriz DOFA BienestarCorp.

ANÁLISIS DOFA BIENESTAR CORP SAS

- #### **OPORTUNIDADES**
- El teletrabajo aumentó la jornada laboral en 40% y la necesidad de mayor inversión a nivel de bienestar laboral.
 - Problemas económicos de la competencia.

FORTALEZAS

- La trayectoria en el mercado y reputación histórica de calidad durante 8 años.
- Amplios conocimientos y prácticas en el capital humano y empresarial.
- Las alianzas estratégicas diversas (110 convenios)
- Actividades y procesos adaptables a la contingencia covid-19 como lo son los programas virtuales.
- Portafolio de servicios variado e incluyente.

ESTRATEGIAS F-O

- Implementar estrategias de trabajo remoto para optimizar las dinámicas de los empleados.
- Crear un blog y dinamizar las redes sociales de la empresa

DEBILIDADES

- No se cuenta con un área de I+D.
- Ausencia de capital humano.
- Poca inversión en marketing digital y publicidad.
- El sistema de administración de la información no permite una visión general de la situación real de la empresa.
- Administración de personal que impide un plan carrera dentro de la compañía.
-

ESTRATEGIAS D-O

- Promover la innovación a través de las plataformas digitales existentes.
- Hacer encuestas a los clientes para identificar nuevas necesidades específicas.

- Explorar y aprovechar las plataformas digitales para impulsar las ventas.
 - Disponibilidad de cursos de actualización sobre comportamiento y psicología organizacional y bienestar laboral.
 - Buenas relaciones con los clientes y fidelización.
- para atraer leads (nuevos clientes).
 - Fortalecer las competencias humanas y laborales del personal a través de programas en línea que pueden tomar en la oficina o desde casa para aumentar sus niveles de competitividad.
- Utilizar los recursos para contratar personal idóneo para fortalecer el área de mercadeo y ventas.

AMENAZAS

- Las medidas de prevención covid-19 afectan la realización de actividades presenciales. (talleres)
- La tasa de crecimiento empresarial bajó un 12% en Bogotá.
- La recesión económica lleva a las empresas a disminuir costos y conservar solo los programas de bienestar laboral necesarios.
- Las visitas a cines, parques y otros están limitados a medidas locales de prevención. (convenios)
- Programas gubernamentales o instituciones como el Sena, brindan servicios similares gratuitos a los ofrecidos por la empresa.

ESTRATEGIAS F-A

- Desarrollar talleres de formación y presentaciones mediante programas virtuales.
- Fortalecer mediante estrategias de diferenciación la confianza de los clientes.
- Utilizar la tecnología para crear tours virtuales y / o de realidad virtual en lugares de alta demanda para el ocio y el entretenimiento.

ESTRATEGIAS D-A

- Reducir el cambio recurrente de personal mediante la implementación de garantías laborales.
- Incrementar los procesos de venta para contar con capital de inversión en programas de capacitación y bienestar del personal.
- Optimizar la experiencia digital de los clientes en las plataformas de la empresa: velocidad de carga, claridad, eficiencia en el proceso de compra.

Nota: Creación propia.

Matriz Boston Consulting Group - BCG

A partir de la matriz BCG se distribuyen las unidades de negocio o los servicios ofrecidos por la compañía Bienestar Corp., que en adelante se conocerán como: producto I: Salud física, producto II: formación virtual, producto III salud mental y producto IV: acompañamiento infantil.

La salud física corresponde a los diferentes programas de salud ocupacional, nutrición, actividades tiempos Covid, entre otros. Actualmente esta línea de negocio es la que representa una mayor tasa de crecimiento en ventas y alta participación en el mercado; es decir, que es una unidad muy rentable y requiere altos niveles de inversión. Es por ello por lo que se sugieren estrategias de:

- Penetración de mercado: Abrir un nuevo nicho de mercado a través de una investigación de mercados.
- Desarrollo del mercado: A partir de los resultados de la investigación de mercados identificar estrategias competitivas e implementarlas.

La formación virtual hace referencia a los programas o talleres de inteligencia emocional, ofimática, redes sociales y seminarios de inglés. Al ser un servicio “?” se debe tomar la decisión de desinvertir o enfocar todos los esfuerzos en convertirlo en un servicio estrella. Con el apogeo de la conectividad, el uso de equipos de cómputo y la sistematización que exige el mundo globalizado, se identifica la oportunidad de hacer de este servicio uno de los más importantes de la compañía. Por ello se proponen las siguientes estrategias:

- Penetración de mercado: Abrir un nuevo nicho de mercado a través de una investigación de mercados.

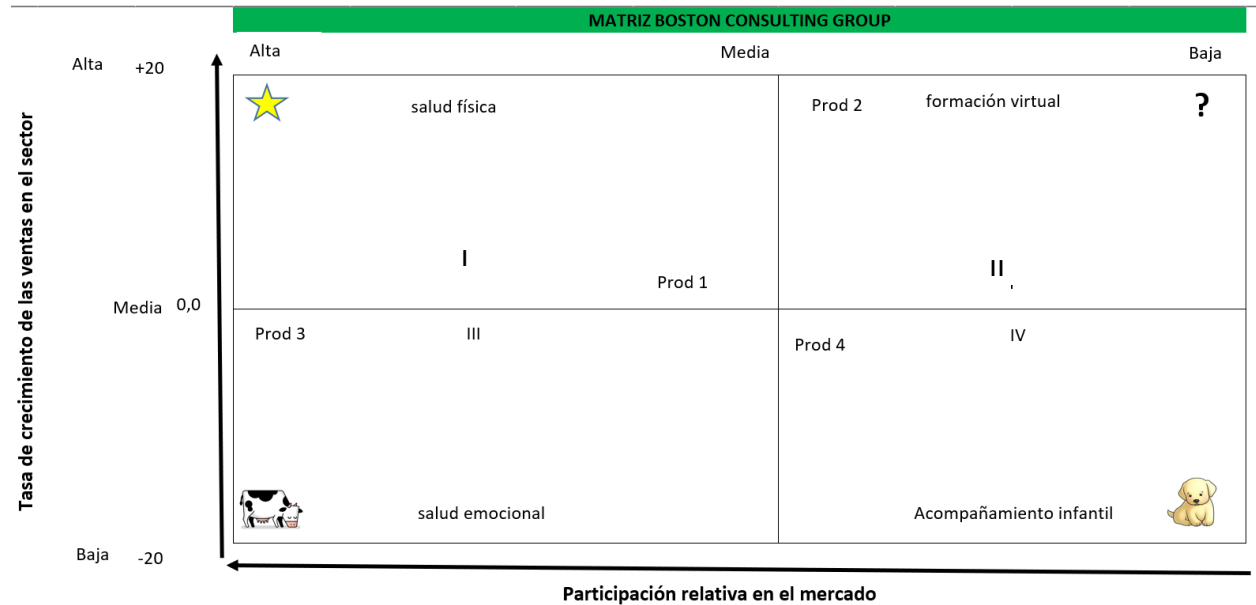
- Desarrollo del mercado: A partir de los resultados de la investigación de mercados identificar estrategias competitivas e implementarlas

La salud mental son todos aquellos programas enfocados al estado emocional de las personas, como, por ejemplo, resiliencia, crianza, manejo del duelo, tus emociones tu prioridad, entre otros. Como se encuentran ubicados en el cuadrante III se manifiesta que tienen altos niveles de rentabilidad, pero su crecimiento en el mercado es bajo; esto quiere decir que es un servicio que se ha posicionado en el mercado y da flujo de caja en la organización. En un panorama como estos se podría implementar una estrategia de desinversión. Siendo una vaca lechera produce más dinero del que necesita.

Acompañamiento infantil son los talleres guiados de artes, cocina, música, fotografía y otros. Este servicio ubicado en el cuadrante IV presenta una baja tasa de crecimiento de ventas en el sector, además una baja participación en el mercado. Se sugiere entonces: una desinversión en dicha unidad de negocio para luego dar paso a la liquidación, gracias a que sus aportes son casi nulos al crecimiento de la compañía.

En la figura 12 se muestra la composición del portafolio de BienestarCorp y en la tabla 12 se relacionan los porcentajes de participación por unidad de negocio, según los resultados de la matriz BCG.

Figura 12
Composición portafolio BienestarCorp



Nota: Creación propia.

Tabla 12
Porcentajes de participación por unidad de negocio

PRODUCTO	INGRESOS	% DE INGRESOS	UTILIDADES	% UTILIDADES	PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL MK	TASA DE CRECIMIENTO
1	\$ 120,000,000.00	38%	\$ 20,000,000.00	44	0.85	17
2	\$ 90,000,000.00	28%	\$ 10,000,000.00	22	0.42	10
3	\$ 80,000,000.00	25%	\$ 10,000,000.00	22	0.42	-11
4	\$ 30,000,000.00	9%	\$ 5,000,000.00	11.11	0.22	-16
Total	\$ 320,000,000.00	100	\$ 45,000,000.00	100		

Nota: Creación propia.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación era realizar el análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de Great Place To Work Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores, con el fin de proponer estrategias que permitan a la empresa BienestarCorp SAS fortalecer su portafolio de servicios. La importancia de este análisis radica en que se puedan identificar oportunidades para nuevas unidades de negocios o fortalecer las existentes.

A partir de la hipótesis definida en esta investigación y con los datos analizados previamente se confirma qué: BienestarCorp SAS puede fortalecer su portafolio de servicios a partir del análisis de los planes de bienestar que ofrecen a sus empleados al menos 10 de las empresas que están en el top 20 de Great Place To Work Colombia 2020, en el rango de entre 300 y 1500 colaboradores frente a los que inicialmente tenía.

Con los resultados obtenidos, se puede señalar para BienestarCorp SAS los siguientes aspectos:

- Que se enfoque más en las actividades que tienen mayor satisfacción en los empleados como: Actividades sociales, lúdicas y culturales.
- Incluir en una nueva unidad de negocios con actividades de tipo deportivas y culturales como: pausas activas, yoga, bingos, fiestas, comediantes y fortalecer el portafolio de formación virtual con nuevas actividades como: cursos de Ofimática e inglés, todo de forma virtual.
- El portafolio de servicios de BienestarCorp validar el modelo de negocio

- El portafolio actual de BienestarCorp no cuenta con ofrecimiento de servicios en actividades asociadas a planes de reconocimientos que incluya incentivos, lo que será una oportunidad para ampliar su portafolio.
- Al tener información sobre el valor promedio de los presupuestos (entre \$150 y \$200 millones) que las empresas destinan para financiar los planes de bienestar, le da la oportunidad a BienestarCorp de identificar, planificar y dimensionar la estructura del plan comercial y un nuevo segmento de clientes.
- Dado que la frecuencia de las actividades en las empresas muestra una tendencia más alta a las de tipo mensual, BienestarCorp tiene la oportunidad de generar un plan con actividades en esta misma periodicidad.
- Las actividades realizadas de forma virtual continuarán siendo una oportunidad de negocio que deberá ser estructurada permanentemente por parte de BienestarCorp.

Finalmente, esta investigación le ha permitido a BienestarCorp, ser un parámetro de medición de su modelo de negocios, al entender que sus ofertas comerciales están enfocadas a las necesidades del mercado, pero que también puede ampliarlo a partir de los datos obtenidos, como actividades de tipo deportivas y culturales, actividades asociadas a planes de reconocimientos que incluya incentivos y desarrollar líneas de actividades realizadas de forma virtual tal como lo expresa su directora fundadora Sandra Romero en comunicación adjunta una vez socializado el presente documento. (Ver anexo 2).

Referencias

- Aguilar, D. y Hernández, E. (2007). Manual de Procesos de Reclutamiento y Selección de Personal del Instituto Nacional de Electrificación -INDE- y sus Empresas.
- Arrobo, W. (2013). *Modelo de gestión del talento humano por competencias de la empresa CIMPEXA S.A* [Tesis]. Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Bilancio, G. (2008). Marketing, las ideas, el conocimiento y la acción. México. Editorial Pearson.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. Bogotá: Pearson.
- Casales, J. (2004). *Psicología Social*. Cuba. Editorial Félix Varela.
- Córdova, D y Mora, J. (2020). *Gestión del portafolio de productos publicitarios que ofrece la empresa MC Comercializadora para el sector automotriz en la ciudad de Cuenca Ecuador*. [Tesis]. Universidad del Azuay.
- Cruz, P., & Vega, G. (2001). La gestión por competencias: una nueva herramienta en la planificación estratégica del recurso humano. Antofagasta, Universidad de Antofagasta.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE. (2021). Producto Interno Bruto -PIB- nacional trimestral. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>.
- Drovett, S. (1992) *Diversión de la Salud*. Editorial Maechi.
- Garcés, R. (2011). *Gestión del Talento Humano y su incidencia en el Desempeño Laboral de la empresa Muebles Garzón de la ciudad de Ambato*. [Tesis] Universidad Técnica de Ambato.
- Global corporate wellness industry: Happy employees are productive employees & productive employees help organizations thrive. corporate wellness is poised to emerge into a US\$92. 6

billion global opportunity. the global market for corporate wellness is projected to reach US\$92. (2020, Nov 25). *NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel* Retrieved from <https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/wire-feeds/global-corporate-wellness-industry/docview/2464157918/se-2?accountid=34925>

Gómez, C. (2011). Borrador de administración “*El salario emocional*”. Colegio de Estudios Superiores de Administración.

Great Place to Work. (2021). *Cómo los líderes están marcando una diferencia en Los Mejores Lugares para Trabajar en América Latina, 2021*. Recuperado de: <https://www.greatplacetowork.com.co/es/recursos/blog/como-los-lideres-estan-marcando-una-diferencia-en-los-mejores-lugares-para-trabajar-en-america-latina-2021>

Great Place to Work. (2021). Los Mejores Lugares para Trabajar en América Latina, 2021. Recuperado de: <https://www.greatplacetowork.com.co/es/recursos/blog/los-mejores-lugares-para-trabajar-en-america-latina-2021>

Great Place to Work Colombia, listas (2021). *Los mejores lugares para trabajar en Colombia*. <https://www.greatplacetowork.com.co/es/listas/los-mejores-lugares-para-trabajar-en-colombia/2020>.

Great Place to Work. (2021). Great Place to Work® Colombia, ¿Quiénes somos? 2021. Recuperado de: <https://www.greatplacetowork.com.co/es/somos-gptw/quienes-somos>

Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F.: Mac Graw Hill Education.

Howie, E.K., Daniels, B.T., Human, A., Gray, M., Baum, J.I. *Effectiveness and implementation of a virtual versus in-person walking program among employees on physical activity, fitness, and cognition* (2021) *Health and Technology*, 11 (4), pp. 909-917. 1) Recuperado de:

<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0->

85104244702&doi=10.1007%2fs12553-021-00546-

6&partnerID=40&md5=97f960e1afdd64188cfce0a31c6e259b DOI: 10.1007/s12553-021-00546-6

Jiménez, G. (2021, marzo). ¿A qué se debe la falta de compromiso laboral? Recuperado de:

<https://willistowerswatsonupdate.es/beneficios-sociales-y-bienestar/falta-compromiso-empleados-causas/>

Jiménez Sierra, D., Ortiz Padilla, M., Monsalve Perdomo, M., Gómez García, M. “Happiness” associated with the welfare of the workforce: Categorization of variables

[Article@“Felicidad” asociada al bienestar laboral: Categorización de variables] (2020)

Revista Venezolana de Gerencia, 25 (90), pp. 462-476. 1) Recuperado de:

<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0->

85086993062&doi=10.37960%2frvg.v25i90.32393&partnerID=40&md5=88591a6bf2a7e906924e6ae3a3088e2a DOI: 10.37960/rvg.v25i90.32393.

Polo, J. (2005). Retribución emocional, otras maneras de premiar la excelencia. Ediciones Granica S.A.

Rocha, M. (2012). Buenas prácticas de gestión del talento humano y bienestar laboral. En Hays, *Cuidar de ellos: Buenas prácticas de bienestar* (págs. 12-19). Bogotá D.C: Imprenta Nacional.

Sánchez, J (2011). *Estrategia de gestión del portafolio de servicios para Pymes*. [Tesis].

Tecnológico de Monterrey.

Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. 6^a. ed. McGraw-Hill. México,

D.F.

Vigoya, A. (2002). *Bienestar Social Laboral: una nueva propuesta*. Bogotá D.C: Departamento

Administrativo de Función Pública.

ANEXO 1. CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

PLAN DE BIENESTAR

Teniendo en cuenta que la compañía se encuentra ranqueada como un lugar Great Place to Work 2020 para Colombia, agradecemos su participación en responder el presente cuestionario que permitiría conocer e identificar algunos aspectos dentro de los planes de bienestar que ustedes vienen ofreciendo actualmente a sus colaboradores que los ha ubicado en ese lugar. La información recopilada a continuación será de manejo estrictamente académico, que servirá como orientación en el desarrollo del trabajo final de la unidad de seminario de investigación.

¿Empresa?	
¿Cargo?	
¿Edad?	
¿Tiempo en la empresa?	

Reconocimiento institucional En una escala de 1 a 5 califique las siguientes preguntas:	1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Neutro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------	--------------	------------------	--------------------------------

¿Considera que su plan de bienestar contribuye a ser una empresa Great Place To Work?					
¿Estimula los logros de sus empleados con regalos materiales?					
¿Estimula los logros de sus empleados con reconocimientos / plan carrera?					
¿Estimula los logros de sus empleados con Dinero?					
¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con coaching?					
¿Impulsa el desarrollo personal de sus colaboradores con formaciones?					

Estructura Plan de Bienestar En una escala de 1 a 5 califique las siguientes preguntas:	1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Neutro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------	--------------	------------------	--------------------------------

¿Diseña sus planes de bienestar con base en sugerencias y puntos de vista de los empleados?					
¿Diseña sus planes de bienestar con base en consultorías externas?					
¿Las actividades de su plan de bienestar se ejecutan de forma directa?					
¿Contrataría a un proveedor externo para ejecutar sus planes de bienestar?					
¿Se han tenido que realizar ajustes en su plan de bienestar debido a la virtualidad?					

Actividades Plan de Bienestar Indique que actividades incluye su plan de bienestar	1.Si	2.No
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	------	------

¿Actividades deportivas?		
¿Actividades lúdicas y culturales?		
¿Actividades de formación?		
¿Actividades Sociales?		
¿Incentivos?		
¿Las actividades de formación incluyen desarrollo de habilidades técnicas?		
¿Las actividades de formación incluyen desarrollo de habilidades blandas?		
¿Las actividades de formación incluyen talleres bienestar físico y emocional?		

¿Podría indicarnos ejemplos de las actividades más relevantes desarrolladas?	
------------------------------------------------------------------------------	--

Frecuencia Plan de Bienestar ¿Con qué frecuencia en general se realizan las siguientes actividades de bienestar en su empresa?	1.Quincenal	2.Mensual	3.Trimestral	4.Semestral	5.Anual
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------	-----------	--------------	-------------	---------

¿Su plan de bienestar en general?					
¿Actividades deportivas?					
¿Actividades lúdicas y culturales?					
¿Actividades de formación?					
¿Actividades Sociales?					
¿Incentivos?					

Presupuesto Plan de Bienestar	1. Menos de 50 Millones	2. Entre 50 y 100 Millones	3. Entre 100 y 150 Millones	4. Entre 150 y 200 Millones	5. Mas de 200 Millones
¿Qué presupuesto destina la empresa para ejecutar el plan de bienestar?					

Satisfacción Plan de Bienestar Indique el nivel de satisfacción de sus colaboradores frente a los siguientes aspectos:	1.Muy Insatisfecho	2.Insatisfecho	3.Neutro	4.Satisfecho	5.Muy Satisfecho
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	----------------	----------	--------------	------------------

¿Su plan de bienestar?					
¿Actividades deportivas?					
¿Actividades lúdicas y culturales?					
¿Actividades de formación?					
¿Actividades Sociales?					
¿Incentivos?					

¿Actividades desarrolladas en virtualidad?					
¿Podría indicarnos ejemplos de las actividades desarrolladas con mayor éxito?					

ANEXO 2

From: Comercial BienestarCorp <comercial@bienestarcorp.com>
Sent: Thursday, November 11, 2021 8:46 PM
To: germandcg@outlook.com
Subject: Equipo EAN - Investigación Bienestar Corp

Buen Dia Diana, Erika, Jairo y German,

Por este medio quiero manifestar mi agradecimiento por tener en cuenta a Bienestar Corp como su objeto de investigación, la información suministrada, los datos analizados y las conclusiones entregadas, son bastante valiosas y relevantes.

Siento que por una parte me ayuda a validar mi modelo de negocio y me impulsa a seguir aportando mi granito de arena a la felicidad de las personas que trabajan en las diferentes compañías y elevar así su sentido de pertenencia con las mismas.

En verdad muchas gracias y mucho éxitos.

Sandra Milena Romero

Directora Comercial Bienestar Corp.

Celular: (316) 5284161

Fijo: (1) 7031631 Ext 2.

Cra 47 N. 145B -77

www.bienestarcorp.com

Bogotá, Colombia ".ser socialmente responsables es la mejor carta de presentación."