

ENTORNO

Ignacio Ara (Uclm): “Las administraciones tienen que reflexionar para luchar contra el sedentarismo”

El catedrático apuesta por cheques de promoción de la actividad física y por realizar un 50% de la actividad física en horario laboral.

M. L-E.

24 jun 2021 - 04:51



Ignacio Ara es catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha y responsable del Grupo de investigación GenUD Toledo, promotor del Informe sobre estrategias de promoción de la actividad física en el entorno laboral, realizado juntamente con Grant Thornton, España se Mueve, Círculo de Empresarios y Gympass. Ara considera que la administración debe reflexionar sobre su papel en la promoción de la actividad física entre los trabajadores y apuesta por cheques de promoción de la actividad física y por realizar un 50% de la actividad física en horario laboral.

Pregunta: ¿Qué beneficios tiene promover la actividad física en el entorno laboral?

Respuesta: Reduce las enfermedades, los costes de asistencia sanitaria, los costes asociados a las bajas y aumenta la productividad del trabajador. Es un *win win* porque

es bueno para la empresa y el trabajador. De hecho, se reduce el absentismo y este es más eficiente.

P.: ¿Qué tipo de estrategias suelen poner en marcha las empresas para promocionar la actividad física en el entorno laboral?

R.: Las empresas promueven eventos deportivos o charlas y talleres entre sus trabajadores. Más del 50% de las empresas tienen instalaciones externas, con acuerdos con un club o un gimnasio donde paga todo el coste o parcialmente. Un 37% de las encuestas tiene instalaciones propias y un 35% de las empresas hace clases colectivas entre sus trabajadores. Aunque muy pocas tienen un profesional que dirija o implemente estrategias, sólo un 11% tiene entrenador personal. Uno cuando tiene una estrategia, tiene que evaluarla. Se da por hecho que cuando se hace algo, se cumple el objetivo, pero depende de cómo se haga. Saber cuánta gente se ha apuntado es genérico. Tiene que haber una estrategia y después un profesional que la coordine y la implemente para que sea todavía mejor.

P.: ¿En qué estado se encuentran las empresas del país en este aspecto?

R.: Las empresas están convencidas de que tienen que haber una estrategia, pero no la implementan suficientemente. Se podría desarrollar mejor. La población está envejeciendo y habrá unas necesidades para unos colectivos: hacen falta estrategias específicas para mayores de 50 años, que tienen costes asociados más elevados.

“Sólo un 11% de las empresas detectan falta de compromiso o demanda entre los trabajadores”

P.: ¿Hay predisposición por parte de las empresas?

R.: El 41% ni la evalúan o ni siquiera han hecho la reflexión. Debería haber una mayor concienciación sobre tener estrategia. Será necesario darle a cada uno una estrategia conveniente para su grupo de edad.

P.: ¿Y de los trabajadores?

R.: Sólo un 11% de las empresas detectan falta de compromiso o demanda. Se necesitan estrategias para luchar contra el sedentarismo.

P.: ¿Cuál es el principal obstáculo para que las empresas tengan este tipo de iniciativas?

R.: El 15% considera que es la falta de presupuesto. Un 7% considera que es falta de liderazgo por parte de los jefes de la empresa.

“Las empresas están convencidas y preparadas, pero no tienen incentivos”

P.: ¿La administración lo está potenciando? ¿Qué debe hacer?

R.: El 71% de las empresas no recibe ningún incentivo fiscal, social y económico. Un 25% de las empresas dicen que reciben incentivos sociales, de responsabilidad social corporativa. Un 4% dice que tiene un retorno económico. Las administraciones deberían hacer un esfuerzo para incentivar las tres vertientes. Las empresas están convencidas y preparadas, pero no tienen incentivos. Las administraciones tienen que reflexionar para luchar contra el sedentarismo.

P.: ¿Cómo pueden colaborar el sector público y el privado para promocionar el deporte en el entorno laboral?

R.: Mucho tiene que ver con el ahorro sanitario. Habrá unos costes altísimos para el sistema de salud. Deberían encontrar la forma de colaborar. Por ejemplo, podría haber cheques de promoción de la actividad física, promocionando o subvencionando que el trabajador activo tenga más facilidades. Además, hay mucha gente que pone el tiempo como excusa, por lo que se debería encontrar una forma para adecuarlo: por ejemplo un 50% de la actividad física podría ser en tiempo laboral o desplazarse de forma activa al trabajo. Si tienes donde aparcar la bicicleta, te dan un bono y tienes una ducha, será más fácil. También es más fácil si hay una persona que te haga unas pautas y si hay una herramienta digital. Y no hablemos de aspectos como la sostenibilidad o el medio ambiente.

P.: ¿Qué beneficios tiene esto para el sistema nacional de salud?

R.: Desde el punto de vista de la sanidad, los trabajadores activos son una fuente de ahorro sanitario, de recursos, de hospitalización, farmacia o necesidad de asistencia.

“Los anglosajones nos llevan muchos años de ventaja”

P.: ¿Qué países son referencia?

R.: Los anglosajones nos llevan muchos años de ventaja, pero ellos trabajan por seguros, por lo que, por ejemplo, les bonifican si tienen menos sobrepeso y son activos.

P.: ¿La promoción de la actividad física entre los trabajadores es una solución para que el sector del fitness recupere a los abonados?

R.: Los abonados se han perdido por seguridad. Pero no se va a producir un retorno. Los gimnasios han sido injustamente tratados porque el número de brotes ha sido muy bajo. Las administraciones han sido injustas sabiendo que los gimnasios eran parte de la solución. No se ha confiado en su potencia a la hora de prevenir o ayudar en la lucha contra la pandemia.

P.: ¿Cuál es el papel de la tecnología? ¿Seguirán creciendo los acuerdos entre las plataformas de fitness o los gimnasios con las empresas?

R.: Habrá una selección natural de los mejores. Hay muchas herramientas digitales que tienen una ausencia de verdaderos profesionales. Hay que individualizar la dosis. Los grandes programas para miles de personas pierden mucha calidad. No todas las personas somos iguales.

P.: ¿La promoción de la actividad física por parte de las empresas ha cambiado con el Covid-19? Con el teletrabajo, ¿qué estrategias se pueden adoptar?

R.: El 70% de la población no cumple las recomendaciones. El horario laboral es importante para conseguirlo. Muchos problemas vienen derivados del número de horas que las personas pasan sentadas. Hay que hacer pausas activas y, por ejemplo, diseñar reuniones o charlas andando. No hay que mantener a la gente sentada durante largos periodos. Como consecuencia de la pandemia se ha detectado cómo de importante es el movimiento en la vida y de lo malo que es el sedentarismo. Además, los trabajadores que tienen actividad física tienen mejores ideas y están más motivados.