GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL
INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Gana en salud

Materiales para la comunicación interna

Manual de uso

Manual de uso

Introducción

¡Enhorabuena! Acaba de recibir el material de la campaña "Gana en salud".

Ahora se trata de personalizar los documentos y establecer el cronograma para su realización.

Todo el material se puede utilizar sin modificaciones. Sin embargo, es conveniente añadir el logo de la empresa para hacer más visible su compromiso y escoger los temas que sean prioritarios o se consideren de mayor interés tanto para la empresa como para los trabajadores, planificar la campaña según su actualidad interna, etc.

Recuerde que la campaña utiliza un lenguaje claro y directo, con el que se intenta favorecer una integración rápida de la información y una puesta en práctica inmediata de las acciones y recomendaciones.

Algunas informaciones pueden parecer evidentes pero el éxito de una campaña visual radica no en lo que se sabe sino en lo que se hace con lo que se sabe.

En cualquier caso, puede recurrir a nosotros para cualquier aclaración o necesidad que surja en el diseño o ejecución de la campaña utilizando el correo: promosalud@insht.meyss.es o enviando una carta A/A Unidad de Medicina del Trabajo, c/Dulcet, 2-10 E-08034-BARCELONA.

Índice

1) Contexto.
2) Objetivos.
3) Diseñar su propia campaña.
4) Cómo realizar una campaña.
5) Las herramientas de la campaña.
6) Cómo abordar un tema.
7) Presentación de los 12 temas del año.
8) Las 12 fichas de acción.
9) Los folletos individuales.

Manual de uso

1. Contexto

Todas las empresas responden a reglas de rentabilidad, productividad, calidad y eficacia.

Sin embargo, un valor inestimable que merece toda nuestra atención es el de los hombres y las mujeres que contribuyen y hacen posible el éxito de la empresa con su trabajo diario.

Invertir en las personas significa invertir en la salud y el bienestar en el lugar de trabajo, creando entornos de trabajo seguros y saludables tanto física, como social y mentalmente e incluyendo unas condiciones mínimas que favorezcan la elección de hábitos de vida saludables, la igualdad y no discriminación de ningún colectivo y la conciliación de la vida laboral con la personal.

Desde el punto de vista de la empresa, una mejor salud y bienestar supone:

UNO	Aumento de la productividad y de la calidad del producto o servicio.
DOS	Disminución del absentismo y de los accidentes.
TRES	Disminución de los costes relacionados con la mala salud.
CUATRO	Mayor compromiso y moral de los trabajadores.
CINCO	Atracción y retención de trabajadores clave.
SEIS	Clima laboral más receptivo y más preparado para aceptar los cambios y retos en la empresa.
SIETE	Mejor imagen pública y fidelización de los clientes.

Una buena gestión de la salud en el trabajo requerirá una actuación equilibrada a nivel:

- INDIVIDUAL: mejorando la sensibilización, conocimiento, habilidades de la persona y promoviendo un cambio de actitudes y comportamiento.
- DEL ENTORNO: creando entornos físicos y sociales que promuevan buenos hábitos de salud y que permitan elecciones seguras y saludables y respeten la diversidad.
- DE LA ORGANIZACIÓN: integrando los objetivos de salud en los de la empresa, estableciendo incentivos para reforzar los comportamientos y asignando recursos, entre otras cosas.

Con el fin de ayudar a las empresas a sensibilizar a sus trabajadores sobre la importancia de unos buenos hábitos de salud, se ha elaborado este material de apoyo a las acciones de prevención y promoción de la salud, cuyo objetivo principal es estimular el diálogo y la participación de todos los trabajadores, mejorar su información acerca de los temas de salud escogidos y colaborar a alcanzar los cambios de comportamiento y actitudes necesarios para conseguir una mejor salud y rendimiento.

Manual de uso

2. Objetivos

El absentismo laboral es uno de los temas que más preocupan a las empresas españolas. Las ausencias al trabajo significaron en 2010 un coste de 8.070 millones de euros de los que 2.100 millones fueron con cargo directo a los empresarios. Los motivos de dichas ausencias son múltiples y atajarlos es ciertamente complejo. Sin embargo, desde la gestión de la salud de los trabajadores, se pueden abordar algunos de los elementos que pueden contribuir a disminuir dicho absentismo, ya sea por causa de enfermedad o accidente o por disfunciones en la relación vida privada-vida laboral, entre otras cosas.

Por otro lado, la actual crisis económica, los cambios sociodemográficos con la incorporación de la mujer y de los inmigrantes al mercado de trabajo y el envejecimiento de la población trabajadora, las "nuevas" formas de enfermar con la preponderancia de los trastornos musculoesqueléticos en las enfermedades profesionales declaradas y el aumento de las enfermedades crónicas y la necesaria y obligada incorporación de colectivos con riesgo de exclusión requieren también de acciones que van más allá de la prevención de riesgos laborales.

Este material se ha elaborado para ayudar a las empresas a sensibilizar a todos los trabajadores acerca de la bondad de cuidar su salud y de participar en los programas de prevención y promoción de la salud que se pongan en marcha en el lugar de trabajo en línea con una cultura de empresa en la que se valore la prevención y la salud de todos sus integrantes y de la comunidad a la que pertenece.

3. Diseñar su propia campaña

a. El material puede personalizarse incluyendo el logo de la empresa en la esquina derecha, al pie de la página y alineado con el logo del INSHT.

b. Estos materiales pueden ser utilizados:

- En forma de campaña visual, distribuyendo los temas a lo largo de doce meses.
- De forma parcial, escogiendo la empresa los temas que considere más relevantes, en función de sus necesidades y recursos. La selección de los temas debería realizarse desde el consenso con los trabajadores para asegurarse la aceptación de la campaña y una participación elevada en la misma.

c. Detalles para la impresión de los materiales:

- Carteles: Dimensiones 40 x 60 cm
  Calidad del papel recomendada: 160 g
  Anverso

- Fichas de acción: Dimensiones 21 x 9 cm
  Calidad del papel recomendada: 300 g
  Anverso/Reverso

- Folletos individuales: Dimensiones 21 x 29,7 cm (A4)
  Calidad del papel recomendada: 120 g
  Anverso/Reverso

Puede recurrir a nosotros para cualquier aclaración o necesidad que surja en el diseño o ejecución de la campaña.

Manual de uso

4. Cómo realizar una campaña

4.1. ¿Por qué una campaña visual?

La comunicación visual nace de la necesidad de sensibilizar de forma continua a todos y cada uno de los miembros de la empresa y de crear una auténtica cultura de la prevención y de la salud.

La calidad del producto o del servicio, la innovación, la seguridad, la salud son elementos esenciales para la supervivencia y el éxito de la empresa.

Esta campaña responde a una regla básica de la comunicación: se retiene el 10% de lo que se lee, el 20% de lo que se oye y el 30% de lo que se ve. Si a la imagen (cartel) y a la información escrita (folleto) les añadimos la participación activa en sesiones presenciales (ficha) donde el trabajador o la trabajadora escucha, dice y hace, ese porcentaje de retención llega al 90%.

4.2. Elementos clave para que la campaña tenga éxito

Para ser efectiva y traducirse en cambios de comportamiento y en acciones concretas y medibles, una buena campaña debe responder a tres criterios:

1- Debe ser vista.

2- Comprendida.

3- Aceptada por todos en la empresa.

4.2.1. La campaña debe ser vista por todos

La primera condición para que un elemento gráfico sea eficaz es que debe estar a la vista de todos y cada uno de los miembros de la empresa.

Esta campaña está diseñada para llamar su atención.

Se ha trabajado con la selección de los colores y con los contrastes para obtener la máxima efectividad. La selección de los colores es un elemento esencial para "vehiculizar" los mensajes. Algunos colores son más calientes, otros más fríos o agresivos. La mezcla de ambos provoca ciertas emociones en el que las mira. Esta emoción, por muy pequeña que sea, es un elemento básico para la retención del mensaje.

Los carteles requieren un soporte que permita proteger, poner en relieve y permitir una rotación fácil. Se aconseja que ese soporte o marco sea de color azul: es el que mejor resalta las imágenes.

El fondo blanco del cartel con el texto adjunto a la imagen destaca claramente y se puede leer en la distancia. Haga la prueba colocando un cartel-imagen y un cartel-texto sobre una pared blanca o en un marco clásico de fondo claro. El resultado no es el mismo. El impacto es menos fuerte.

La separación imagen-texto: siempre que sea posible, se aconseja separar la parte visual del texto.

Manual de uso

Nuestros consejos para que la campaña sea "vista" por todos en la empresa:

- Buscar en la empresa lugares estratégicos para la colocación de los carteles: dar prioridad a los lugares de trabajo (oficinas y talleres), ya que es ahí donde los trabajadores pasan la mayor parte del tiempo.
- Piense en todos los destinatarios: no se olvide a nadie.
- Escoja lugares en los que no exista ningún otro cartel o información.
- Tener en cuenta la iluminación (diurna y nocturna).
- Colgar a la altura de los ojos.

4.2.2. La campaña debe ser comprendida por todos

Un mensaje a la vista de todos debe ser, además, comprensible para todos. Todos los niveles de la empresa (gerente, directivos, mandos, trabajadores) deben entender los mensajes de la misma forma.

Se aconseja evitar un tono demasiado conceptual que puede abrir la puerta a una mala interpretación del mensaje o, simplemente, a una no comprensión del mismo.

La experiencia y el conocimiento del tema tratado deben permitirnos utilizar o dar una pincelada humorística sin desnaturalizar el mensaje. Al contrario, el toque de humor debe apoyar y reforzar el mensaje.

Nuestros consejos para que la campaña sea "comprendida" por todos en la empresa:

- Aprovechar una reunión para presentar el tema general de la campaña. Hacer una pequeña presentación y asociar el tema con algunos ejemplos pertenecientes a la propia empresa.

- Presentar la iniciativa al menos a los jefes de equipo o mandos intermedios. Es básico que entiendan cuáles son los elementos principales de cada tema, ya que serán los facilitadores idóneos de la campaña en relación con sus colaboradores.

- Cada tema dispone de un folleto informativo individual (formato 9 x 21 cm). En ellos se repiten el lema y la imagen, pero se aporta también un texto explicativo. Este texto no es una disertación sobre el tema sino una breve síntesis del tema en el que se resumen los principales problemas relacionados con cada uno de los mensajes.

Estos folletos pueden distribuirse de forma paralela a la campaña, lo que reforzará el impacto de la misma o ser usados como información complementaria o base de discusión en una reunión o taller específico.

4.2.3. La campaña debe ser aceptada por todos

Los carteles han sido elaborados para garantizar una percepción y aceptación positiva. La fuerza de los lemas no es tan sólo que "suenen bien" sino y, sobre todo, que provoquen una emoción positiva. Incluso los aspectos más delicados (ej.: VIH, adicciones) o los más ambiciosos (ej.: igualdad, gestión del tiempo) encuentran en nuestros materiales una "traducción" positiva aceptable por todos.

Manual de uso

Nuestros consejos para que la campaña sea "comprendida" por todos en la empresa:

- Introducir la campaña en un momento de clima social favorable, sereno e integrar la campaña en un programa global.
- Dar difusión y explicar el por qué de la campaña (selección del tema general, objetivo, cronograma y desarrollo de la misma).
- Incluir a toda la empresa en la campaña.
- Asegurar la implicación incondicional de la dirección y mandos intermedios.
- Extender la campaña a todos los trabajadores y en todos los lugares donde se ejerza un trabajo en grupo.
- Preparar el terreno: hacer circular los folletos informativos y repartirlos, al cambiar el tema, en el momento en que se coloca el cartel correspondiente.
- Promover una actitud abierta al diálogo, a la aceptación de sugerencias.
- Velar para que se provea al personal de la empresa de las herramientas y recursos necesarios para la mejora.
- Mantener la credibilidad, evitar comportamientos o acciones que no sean coherentes con los mensajes de los carteles, predicar con el ejemplo.

La dinámica de la campaña debe mantenerse respetando los plazos y el cronograma de la misma, así como las frecuencias y secuencias de rotación de los mensajes.

Cuando su campaña es:

- Vista por todos.
- Comprendida por todos.
- Aceptada por todos.

Aumenta la probabilidad de llevar a cabo una campaña impactante y efectiva que se traducirá en efectos y mejoras medibles.

5. Las herramientas de la campaña

La campaña, independientemente de que se usen los 12 temas o tan sólo una selección de los mismos, se desarrollará a razón de un tema por mes. Si se considera necesario, un mismo tema puede utilizarse de nuevo al cabo de un cierto tiempo.

Cada tema será difundido por tres canales distintos.

¿Por qué tres canales?

4.000 hombres y mujeres, 4.000 historias, 4.000 sensibilidades diferentes…

Somos todos diferentes y, sin embargo, tenemos el mismo objetivo: volver a casa sanos y salvos. El concepto de campaña permite sensibilizar al conjunto de la plantilla, independientemente de sus convicciones, sensibilidades, idioma, historia…

Se ha de acceder a la persona por tres canales de comunicación complementarios.
Cada persona será más receptiva a uno o a otro canal, a dos o a los tres, según la persona.
Es importante mantener el equilibrio entre adaptabilidad y flexibilidad.

Los materiales deben tener un impacto máximo y transmitir una información lo más rica posible.

De todas formas, la persona no puede recibir mucha información de una vez y la campaña no debe suponer una barrera o impedimento por su aspecto farragoso y difícil de poner en marcha o dinamizar.

Por ello, el material es lo más sencillo e impactante posible. Unos carteles, unos anuncios fáciles de seguir, materiales complementarios a difundir mensualmente, todo se ha preparado para la animación de las discusiones en grupo a través de las fichas de acción.

Manual de uso

¿Cuáles son esos tres canales ?

El canal visual: lo miro solo o en grupo. Los dibujos, el humor, los colores, los lemas… todo ha sido puesto a disposición para asociar las imágenes y las palabras de forma pertinente e impactante.

LOS CARTELES: la difusión se hará en puntos estratégicos cuidadosamente elegidos. Eso permitirá comunicar siete días sobre siete y 24 horas sobre 24 con toda la plantilla.

El canal oral: participo en un intercambio con mi equipo durante una mini-reunión de prevención y promoción de la salud. Mi responsable está implicado y se buscan entre todos las posibles soluciones. Se desarrolla la comunicación entre los trabajadores y entre los mandos y sus equipos.

LAS FICHAS DE ACCIÓN: después de haber visto y leído, cada persona debe ahora intercambiar, discutir. El mando intermedio o la persona designada por la empresa, y con la formación adecuada, animará la discusión del tema del mes en su equipo gracias a una ficha de acción específica.

El canal material: recibo un folleto informativo personalmente. Tocamos otra fibra sensible y en otro momento.

LOS FOLLETOS INDIVIDUALES: hay que dirigirse a todos y a cada uno de los trabajadores. No basta con exponer un cartel. Para eso, se le enviará a cada trabajador un folleto individual con consejos prácticos (tanto en el ámbito laboral como en el doméstico).

Manual de uso

6. Cómo abordar un tema

12 meses de comunicación ➡ 12 temas

- mes 0: Inicio de la campaña.
- mes 1: cartel + folleto + ficha de acción.
- mes 2: cartel + folleto + ficha de acción.
- ...
- ...
- mes 10: cartel + folleto + ficha de acción.
- mes 11: cartel + folleto + ficha de acción.
- mes 12: cartel + folleto + ficha de acción.
- Cuestionario de satisfacción y presentación de resultados

MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL

INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Todo un año de sensibilización: 12 meses = 12 temas

1 tema ➡ 4 acciones

Semana 1

Exposición del visual (dibujo) con el cartel «?»

Objetivos:
- Llamar la atención sobre un nuevo tema.
- Suscitar preguntas.

Semana 2

Exposición del visual (dibujo) y del cartel «texto»

Objetivos:
- Proporcionar un primer elemento para responder.
- Permitir una lectura directa e indirecta (con el lema secundario).

Semana 3

Animación de una reunión por parte del responsable de la campaña para promover un intercambio sobre el tema del mes:

Objetivos:
- Favorecer la reflexión en grupo y el intercambio.
- Implicar a los mandos intermedios.
- Generar ideas para la mejora.

Semana 4

Entrega o envío del folleto individual sobre el tema en cuestión:

Objetivos:
- Sensibilizar a la persona en otro escenario.
- Transmitir consejos prácticos aplicables en la empresa pero también en «la vida diaria».
- Favorecer la reflexión personal.

Los temas pueden abordarse en el orden que se especifica en este apartado o en otro orden, en función de las necesidades o de los recursos disponibles. Sin embargo, se recomienda empezar siempre por el Tema 1: Salud en el trabajo para clarificar los valores y principios que van a conformar las intervenciones en los temas específicos y para decidir de forma participativa qué temas tratar y en qué orden. Se aconseja tratar de forma secuencial, por resultar más eficaz, los temas 3 y 4 (Igualdad y VIH) y los temas 8 y 9 (Alimentación y Actividad física).Otra asociación recomendable es el tema 10: Sueño y 12: Gestión del tiempo.

Manual de uso

7. Presentación de los 12 temas del año

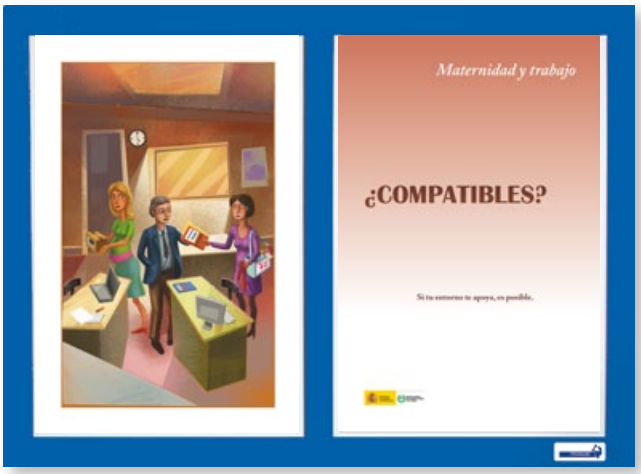
7.1. Organigrama de la campaña

Fecha	Orden para la difusión de los temas	
Mes 1	Tema 1: Salud en el trabajo	
Mes 2	Tema 2: Maternidad y trabajo	
Mes 3	Tema 3: Igualdad	
Mes 4	Tema 4: VIH	
Mes 5	Tema 5: Adicciones	
Mes 6	Tema 6: Vacunación	
Mes 7	Tema 7: Conducción responsable	
Mes 8	Tema 8: Alimentación	
Mes 9	Tema 9: Actividad física	
Mes 10	Tema 10: Sueño	
Mes 11	Tema 11: Higiene postural	
Mes 12	Tema 12: Gestión del tiempo	

Manual de uso

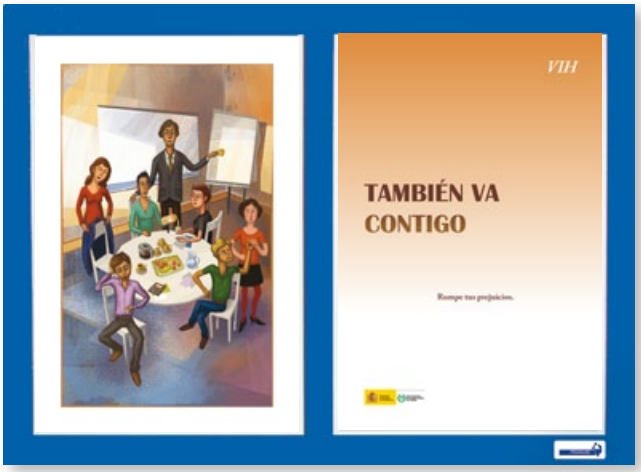
7.2. Los 12 temas

1. Salud en el trabajo



2. Maternidad y trabajo

3. Igualdad



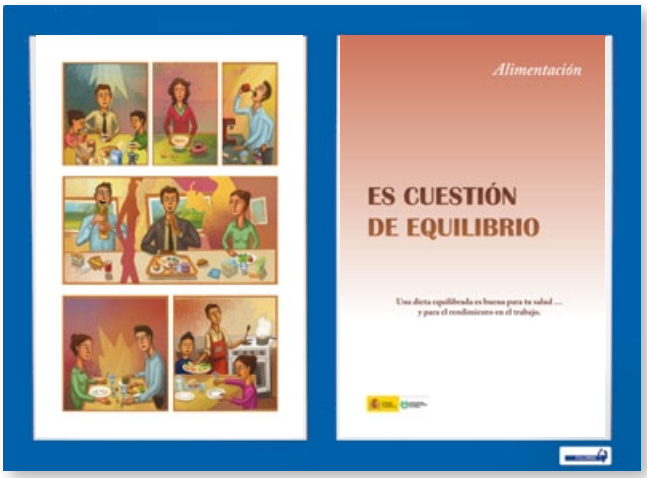
4. VIH

5. Adicciones

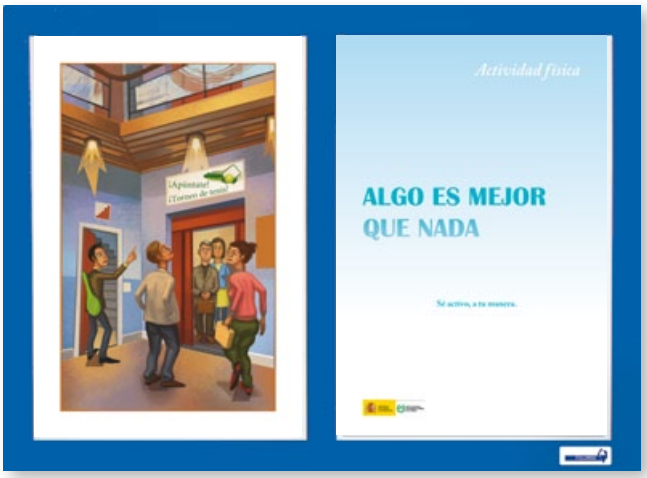
6. Vacunación

Manual de uso

7. Conducción responsable



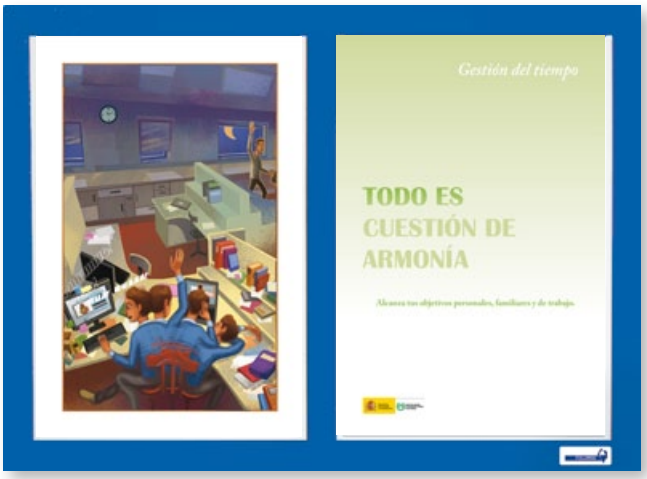
8. Alimentación



9. Actividad física

10. Sueño

11. Higiene postural



12. Gestión del tiempo

Manual de uso

8. Las 12 fichas de acción

8.1. ¿Por qué una ficha de acción por tema?

Implicar y ayudar a los animadores de la reunión es esencial.

Una buena práctica para mantener viva la campaña, tanto en prevención como en promoción de la salud, es organizar regularmente una reunión en la que participen los trabajadores y los mandos intermedios para tratar los temas relacionados con la salud.

8.2. ¿Cómo utilizarla?

Algunos consejos útiles para tener éxito en la animación de las reuniones de promoción de la salud.

La participación activa es un elemento clave del éxito de la comunicación interna. Todo el mundo debe participar en la reflexión y las discusiones del tema del mes.

Cómo utilizar una ficha de acción:

- Hago las preguntas sobre el tema del mes.
- Centro la reunión en el tema del mes.
- Le hago la primera pregunta a una persona participativa.
- Fomento la participación de todos, especialmente de los que demuestran poco interés por el tema.
- Explico por qué este tema es importante en el trabajo y fuera de él.
- Prosigo la discusión con temas que quedaron abiertos en reuniones previas sobre temas anteriores
- Etc.

Con las fichas de acción, los trabajadores participan activamente en la comunicación de "salud" y los mandos están implicados.

8.3. Presentación de las rúbricas de las fichas de acción

En cada ficha encontrará:

- El elemento gráfico de la campaña.
- Una introducción.
- Un pequeño texto para la reflexión.
- La explicación del cartel.
- «¿Sabías que…?».
- Un caso y las lecciones aprendidas.
- El tema en el ámbito doméstico.
- Información complementaria.
- Preguntas para el debate.

Manual de uso

Introducción

Ayuda a centrar el tema.

Dibujo y lemas

Llaman la atención, suscitan el interés y promueven una primera reflexión.

Campaña de Promoción de la salud

Tema n°1 Salud en el trabajo

INTRODUCCIÓN

La salud, la seguridad y el bienestar de los trabajadores tienen una gran importancia no tan sólo para los propios trabajadores y sus familias, sino también para las empresas que ven aumentar su productividad y competitividad. Los factores que determinan nuestra salud son múltiples y pertenecen a varias esferas, desde la individual (genética, sexo, edad, hábitos de vida) a la ambiental (condiciones de vida y trabajo), así como a las condiciones sociales, económicas y culturales. Es responsabilidad de todos lograr la mejor salud posible para la persona y el colectivo desde el conocimiento y los cambios personales, pero también desde la creación de entornos de trabajo seguros y saludables. Las intervenciones en la empresa pueden contribuir a esa mejor salud, tanto para sus propios trabajadores como para sus familias y la comunidad en la que se asientan.

GANA EN SALUD

¿En qué consiste?

La Promoción de la Salud en el Lugar de Trabajo (PST) es todo aquello que la empresa puede poner a disposición de los trabajadores y trabajadoras, a través de actuaciones voluntarias para que mantengan o, incluso, mejoren su salud. Estas actuaciones incluyen no tan sólo soporte y ayuda para evitar ciertos hábitos de vida no saludables sino también, por ejemplo, para gestionar su vuelta al trabajo en las mejores condiciones, en el caso de enfermedad o accidente; el seguimiento de las enfermedades crónicas que los trabajadores puedan presentar y el refuerzo para un buen seguimiento del tratamiento; la creación de un entorno de trabajo que facilite las elecciones saludables (puesta a disposición de fruta y agua de forma gratuita, un menú saludable en la cafetería de la empresa, etc.) y la adaptación del mismo a las posibles limitaciones individuales; y la realización de pruebas médicas adicionales y voluntarias en los reconocimientos periódicos.

No hemos de olvidar, sin embargo, que estas actuaciones pueden ser necesarias para contrarrestar ciertos efectos de las condiciones de trabajo sobre las personas, que no siendo consideradas de origen laboral, radican en parte en dichas condiciones de trabajo.

Explicación de los carteles

La salud es responsabilidad de todos y cada uno de nosotros, tanto en el trabajo como en nuestro día a día. En esta escena, vemos a varias personas, cada una de ellas implicada en un tema de salud:

- En primer plano, vemos a un jardinero que está trabajando en el exterior. *¿Sabrá lo importante que es adoptar una buena postura en la realización de sus tareas?*
- Una mujer corre mientras pasea a su perro por la calle. *¿Mejoraría la salud de esta persona si realizara esta actividad (correr o caminar) todos los días?*
- Un joven con una muleta cruza la calle apoyado en un hombre mayor. *¿Quién cuida mejor su espalda? ¿El hombre mayor? ¿Quizás el joven sobreestimó sus capacidades y se lesionó…?*
- Una madre y su hijo salen de una farmacia en la que han comprado un cepillo de dientes. *¿Debería explicarle la madre a su hijo los beneficios que comporta mantener siempre una buena higiene dental? La infancia es una buena etapa en la vida para adquirir buenos hábitos.*
- En una de las ventanas del edificio vemos a una persona con la espalda excesivamente inclinada, sentada ante la pantalla de un ordenador. *¿Repercutirá a la larga el mantenimiento de esta mala postura en su salud?*
- En otra de las ventanas del edificio un médico examina a un paciente y le aconseja que deje de fumar. *¿Fumar puede perjudicar la salud de esta persona y la de otras?*
- Por último, en uno de los pisos más altos del edificio vemos a un hombre mirando por la ventana y haciendo con los brazos ejercicios de relajación. *¿Hacer pausas regularmente, cuando se realiza un trabajo, ayuda a sentirse mejor?*

Información complementaria

- Portal de Promoción de la Salud en el Trabajo: *http://www.insht.es*
- Fundación Española del Corazón: *http://www.fundaciondelcorazon.es*
- Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad: *http://www.mcps.es/ciudadanos/protecciónSalud/adultos/home.htm*
- Fundación para la educación para la salud: *http://www.fundadepa.org/*
- Explore la existencia de recursos en su Comunidad Autónoma.

¿En qué consiste?

Completa la introducción y clarifica el contexto.

Explicación de los carteles

La reunión mensual puede abrirse con la descripción del cartel. Este apartado ayudará al animador a facilitar el intercambio y la discusión.

Información complementaria

Proporciona enlaces para acceder a una información más detallada sobre el tema de la ficha.

Manual de uso

¿Sabías que?

Información de interés, estadísticas, datos para captar la atención.

Fundamentos para la acción

Argumentos a favor y beneficios de la intervención en lo relacionado con el tema.

Caso y lecciones

Descripción de una situación que permite la aplicación de los conceptos a un escenario real y sacar conclusiones sobre el particular.

¿Sabías que?

Una mejora de los hábitos de salud de los trabajadores puede reducir las ausencias al trabajo hasta un 36%.

Caso y lecciones

Desde hace diez años Juan trabaja de noche en un hospital comarcal. Últimamente se nota algo hinchado después de comer y le duele el estómago. Además, cosa que no le había pasado nunca, alguna vez se queda dormido durante el turno. Suerte que tienen la máquina de café a disposición, lo comenta con sus compañeros y éstos le refieren molestias similares. Juan lo comenta con la delegada de prevención, que plantea el problema al comité de seguridad y salud en el trabajo. Después de evaluar la situación, el servicio de prevención hace una propuesta de intervención, que consiste principalmente en dar una serie de consejos sobre nutrición, higiene del sueño y ejercicio, y facilitar a los trabajadores nocturnos el acceso a un menú saludable y adecuado durante el turno, así como establecer unos horarios de comida idóneos, tanto para la salud de los trabajadores como para el desarrollo del trabajo. La propuesta se aprueba en el comité de seguridad y salud y se propone una evaluación de los resultados dentro de seis meses.

El trabajo nocturno requiere una atención especial en el tema de la higiene del sueño y de la alimentación.

Una alimentación rica en azúcares, el comer a horas inadecuadas, el exceso de café, la falta de sueño, etc. dan lugar a molestias gastrointestinales, fatiga y bajo rendimiento.

La formación e información de los trabajadores sobre el particular y la creación de un entorno que facilite una buena alimentación (en cantidad, calidad y frecuencia), adaptada a las necesidades especiales de los trabajadores nocturnos, minimiza la aparición de daños a la salud y mejora la productividad y la calidad del servicio.

Fundamentos para la acción

Actuar en Promoción de la Salud en el Trabajo:

1- ES LO CORRECTO: La salud es un valor que tenemos que preservar entre todos.

2- ES UNA DECISIÓN INTELIGENTE: A nivel individual, porque mejora nuestra calidad de vida; y, a nivel de empresa, porque existen evidencias que demuestran que las empresas que promueven y protegen la salud de los trabajadores también son algunas de las empresas más competitivas a largo plazo.

Los beneficios de las intervenciones de promoción de la salud en el trabajo aparecen en:

El TRABAJADOR: Mejora de la salud y del bienestar, mejor calidad de vida y de trabajo, mejores relaciones con los compañeros, mayor satisfacción en el trabajo, y mayor autoestima.

La EMPRESA: Aumento de la productividad y de la calidad del producto o servicio, disminución del absentismo y de los accidentes, retención y atracción de trabajadores clave, clima laboral más receptivo y más preparado para aceptar los cambios y retos en la empresa, mejor imagen pública y fidelización de los clientes.

Ámbito doméstico

Unos buenos hábitos de vida en la infancia y adolescencia, y entornos seguros y saludables en casa, la escuela y la comunidad, favorecen una buena salud en la edad adulta. La actividad física, la alimentación, la salud bucodental, la seguridad vial son, entre otros temas, factores y hábitos que se adquieren y deben reforzarse en el día a día. Si como adultos sabemos cómo cuidar nuestro cuerpo y mente, sabremos enseñárselo a nuestros hijos e hijas y reforzar positivamente sus comportamientos, aumentando su asertividad y favoreciendo la adopción y mantenimiento de conductas saludables.

Si cuidamos nuestra salud a lo largo de toda nuestra vida, favoreceremos el crecimiento y desarrollo en la infancia, conseguiremos un nivel óptimo de salud en la edad adulta y tendremos una buena calidad de vida en la vejez.

Preguntas/debate

- ¿Cómo calificarías tu salud: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?
- ¿Crees que deberías cambiar algo en tus hábitos de vida para mejorar tu salud?
- ¿Qué es un entorno saludable? ¿Qué podría cambiar la empresa en tu entorno de trabajo para que pudieras mejorar tus hábitos de vida?
- ¿Aceptarías que la empresa iniciara actividades de promoción de la salud? ¿Sobre qué temas?
- ¿Participarías en esas actividades?
- ¿Qué podrías hacer para mejorar la salud de tus familiares: hijos, pareja, padres?

Ámbito doméstico

La promoción de la salud es algo que se aplica no tan sólo en la vida laboral sino también en casa, y los conocimientos que se tengan sobre el tema redundarán en una mejor salud también en casa y en la vida privada.

Preguntas debate

Lo importante es suscitar el debate y el intercambio de opiniones entre los asistentes a la reunión. La discusión favorece la reflexión y facilita la comprensión del tema generando ideas y soluciones.

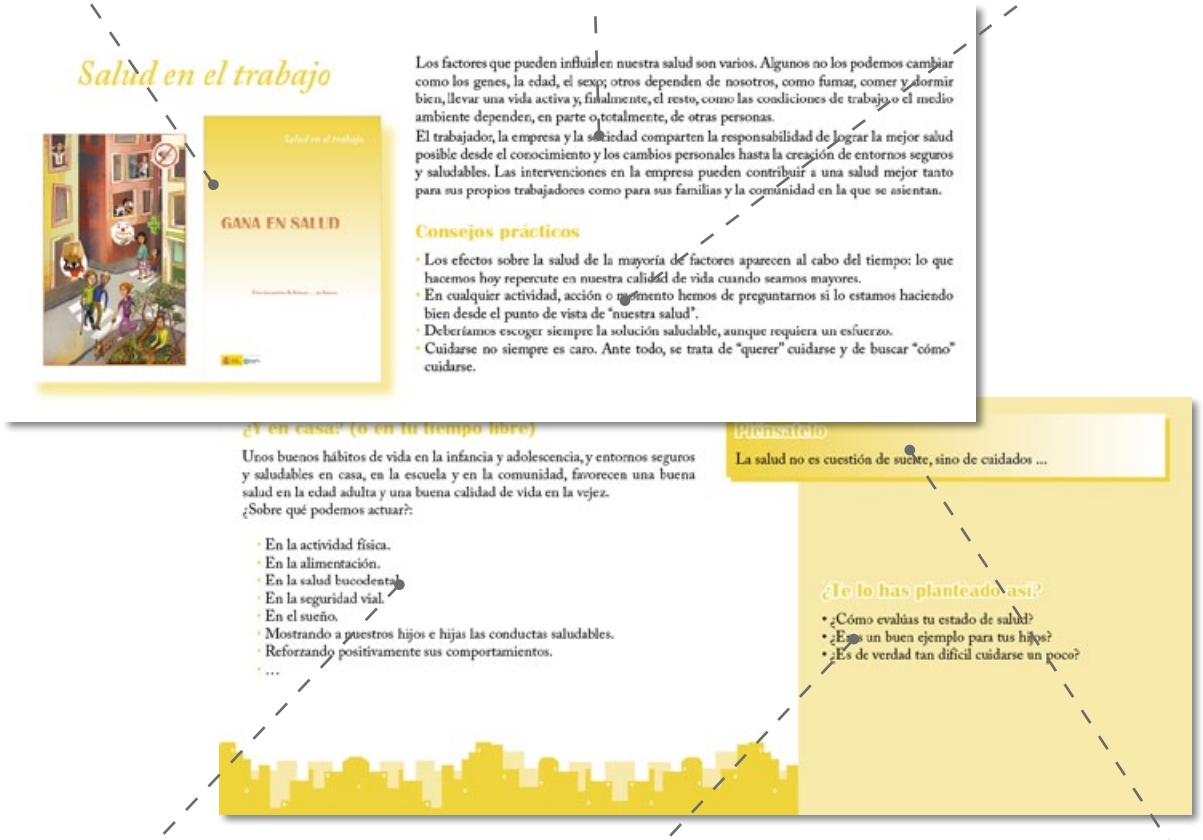
Manual de uso

9. Los folletos individuales

Recordatorio del cartel y de los lemas del tema del mes.

Texto de introducción.

Recomendaciones prácticas de aplicación a la vida diaria.



Aplicación al ámbito doméstico y a la vida privada.

Preguntas para la reflexión personal.

Información para captar el interés.

Manual de uso

9.1. Los 12 temas en los folletos individuales

1. Salud en el trabajo

2. Maternidad y trabajo

3. Igualdad

4. VIH

5. Adicciones

6. Vacunación

7. Conducción responsable

8. Alimentación

9. Actividad física

10. Sueño

11. Higiene postural

12. Gestión del tiempo

NIPO (en línea): 272-15-004-6