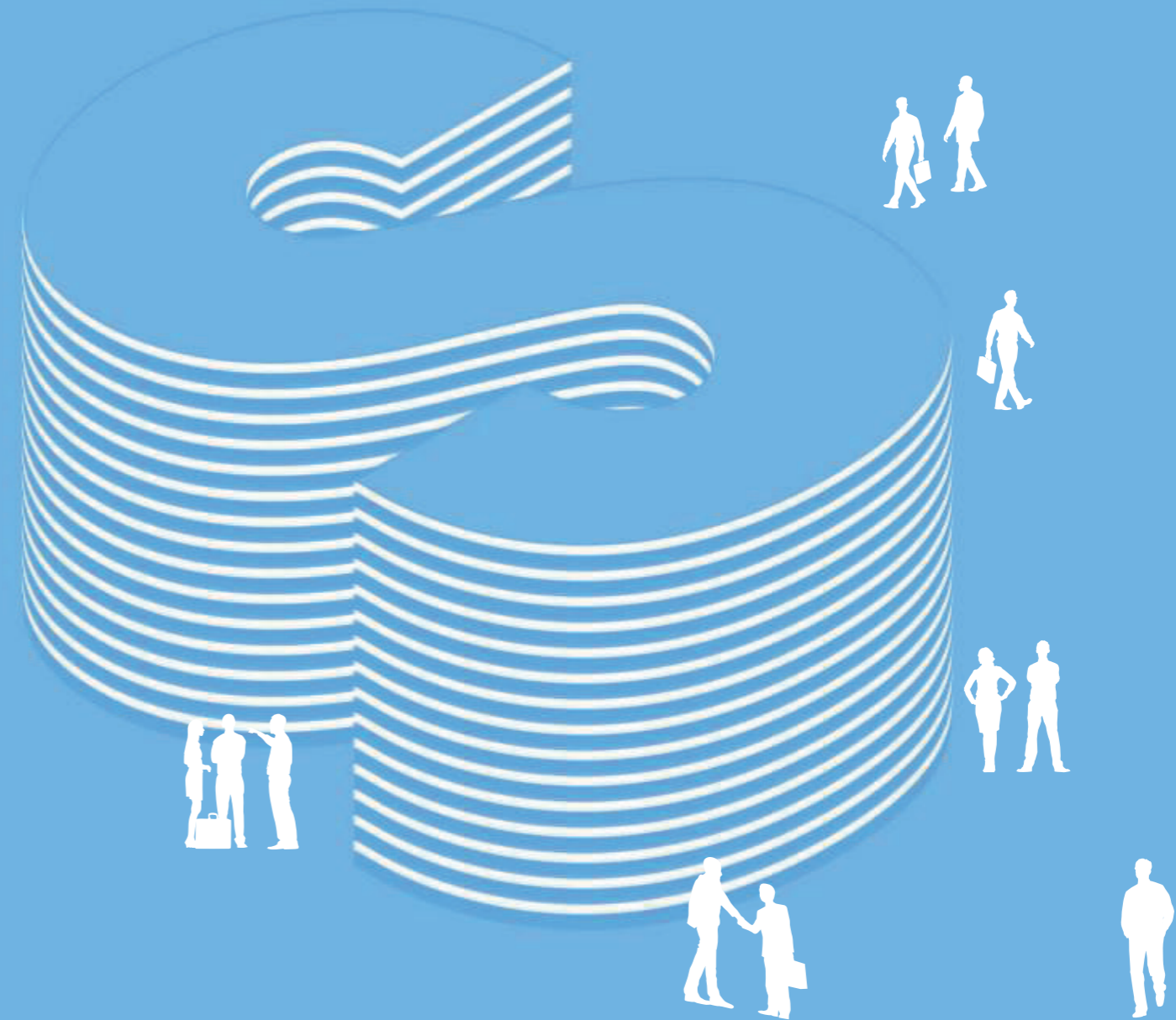


Resultados del estudio sobre las iniciativas y proyectos de promoción de la salud en el trabajo en las empresas

LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO, MIGRACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL

FINANCIADO POR:



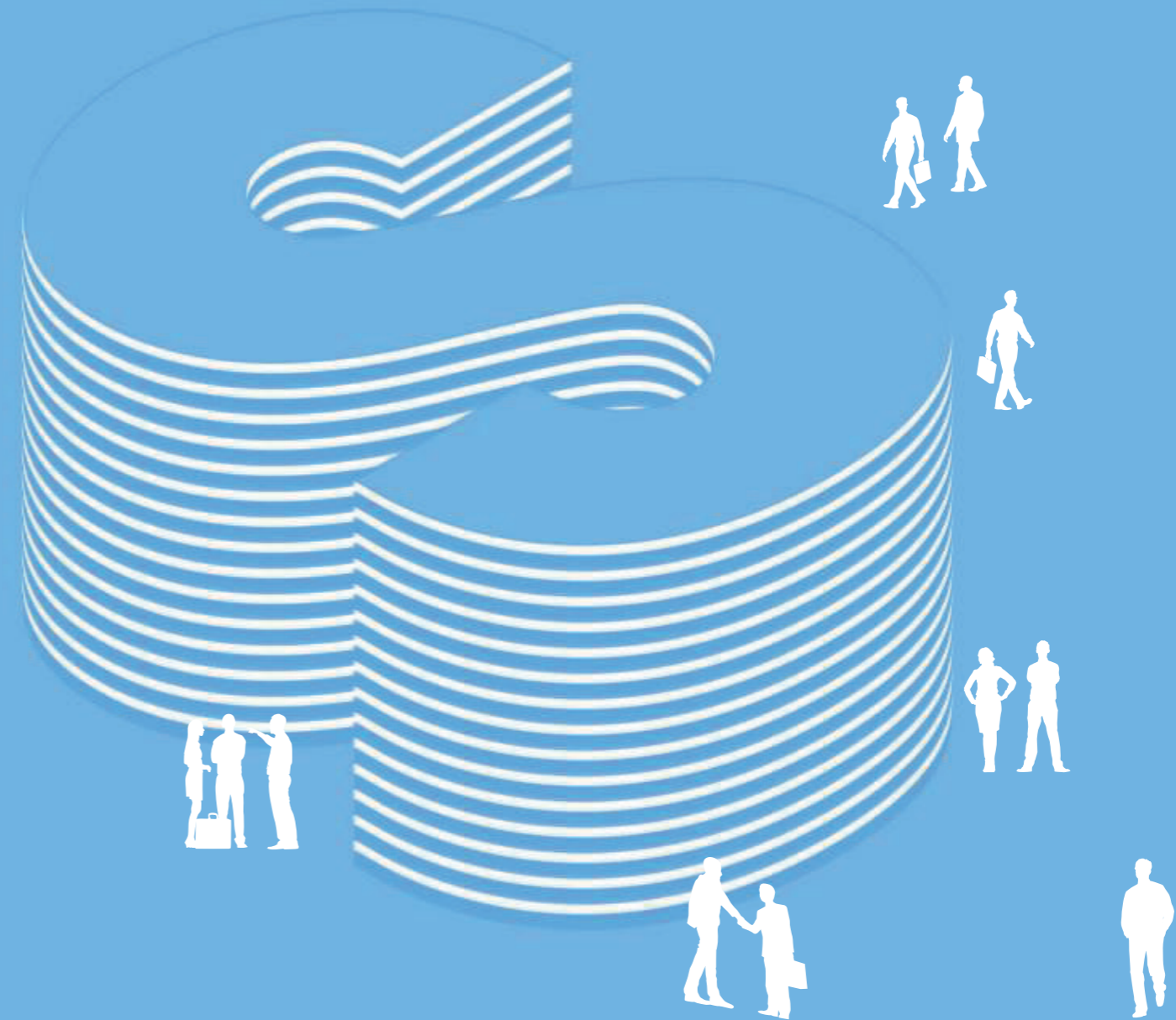
FUNDACIÓN ESTATAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, F.S.P.

COD.ACCIÓ N AT2017-0113



Resultados del estudio sobre
las iniciativas y proyectos
de promoción de la salud
en el trabajo en las empresas

LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO



CRÉDITOS

Edita y elabora:
Foment del Treball Nacional
oficinatecnica@foment.com

Con la financiación de:
Fundación Estatal para la Prevención
de Riesgos Laborales

Con la colaboración de:
Biwel Consultoría

Código de acción:
AT2017-0113

Diseño:
Veus veus sl

Maquetación:
Pleca Digital

El contenido de esta publicación es
responsabilidad exclusiva de la entidad
ejecutante y no refleja necesariamente la
opinión de la Fundación Estatal para
la Prevención de Riesgos Laborales

Resultados del estudio sobre
las iniciativas y proyectos de
promoción de la salud
en el trabajo en las empresas

LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO



ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Metodología	6
2.1. Ficha técnica de la encuesta	7
2.2. Abreviaturas utilizadas	7
2.2. Perfil de las empresas encuestadas	8
3. Contexto actual de los proyectos de promoción de la salud en el trabajo	12
3.1. Cultura de prevención y promoción: planes, programas y proyectos	13
3.2. Proyectos de PST: desarrollo y gestión	17
4. Iniciativas llevadas a cabo y recursos destinados en el período 2015-2019	22
4.1. Tipos de iniciativas	23
4.2. Recursos destinados	26
5. Estado actual en relación a la promoción de un estilo de vida saludable	33
5.1. Alimentación saludable	34
5.2. Actividad física y ejercicio físico	42
5.3. Gestión emocional y estrés	49
5.4. Tabaco, alcohol y calidad del sueño	54
6. Conclusiones	57
Anexo 1. Encuesta sobre las iniciativas y proyectos de promoción de la salud en el trabajo en las empresas españolas	62

INTRODUCCIÓN

Foment del Treball Nacional, con el soporte de Biwel Consultoría y la financiación de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, ha querido conocer el estado actual sobre las iniciativas y proyectos de promoción de la salud en el trabajo que han llevado y están llevando a cabo las empresas españolas.

Se ha elaborado una encuesta que se ha difundido de forma *online* en el período comprendido entre el 9 de julio de 2018 y el 14 de septiembre de 2018, en la que han participado un total de 344 empresas, 98 de las cuales han cumplido los criterios de inclusión, formando parte de la muestra final de análisis.

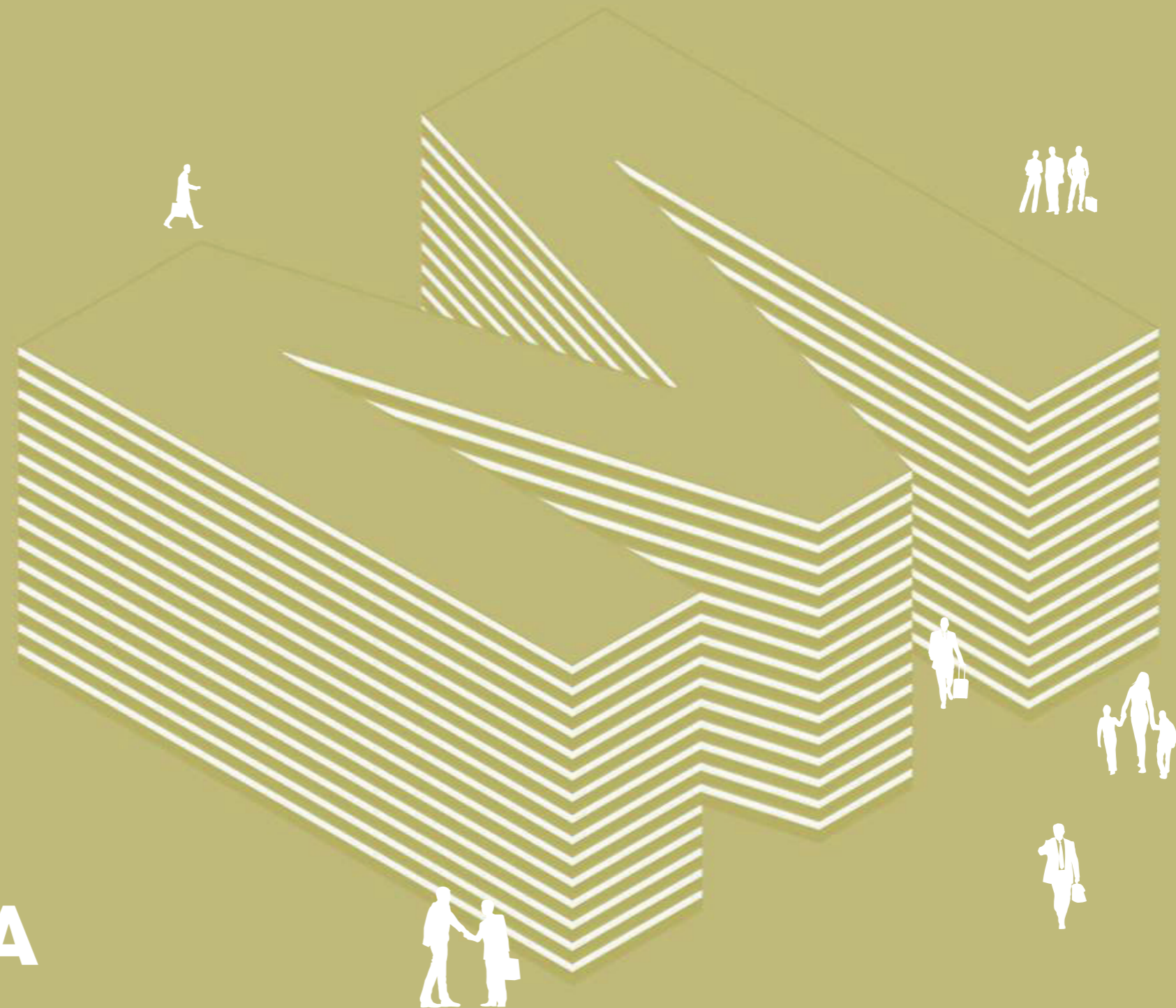
Los resultados se presentan en tres bloques: *Contexto actual de los proyectos de promoción de la salud en el trabajo; Iniciativas llevadas a cabo y recursos destinados en el período 2015-2019; y Estado actual en relación a la promoción de un estilo de vida saludable.*

En el primer bloque, *Contexto actual de los proyectos de promoción de la salud en el trabajo*, se presenta el estado actual en relación a la cultura de prevención para la seguridad y salud en el trabajo, así como el estado de las políticas de promoción de la salud en el trabajo, y la existencia de planes, programas y proyectos de promoción de la salud en el trabajo. También se muestran los departamentos y perfiles profesionales que desarrollan, gestionan y lideran los proyectos de promoción de la salud en el trabajo.

En el segundo bloque, *Iniciativas llevadas a cabo y recursos destinados en el período 2015-2019*, se muestran qué tipos de iniciativas y temáticas han realizado las empresas en torno a la promoción de la salud en el trabajo, así como los recursos personales y económicos destinados para llevarlas a cabo durante los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.

Finalmente, en el tercer bloque, *Estado actual en relación a la promoción de un estilo de vida saludable*, se presenta el estado actual en relación a los hábitos de salud de alimentación saludable, actividad física y ejercicio físico, gestión emocional y estrés, el consumo de tabaco y alcohol, y calidad del sueño.

METODOLOGÍA



METODOLOGÍA

2.1. Ficha técnica de la encuesta

Fechas: del 9 de Julio de 2018 al 14 de Septiembre de 2018.

Universo: empresas españolas.

Respuestas obtenidas: 344 respuestas.

Tamaño de la muestra: 98 respuestas válidas.

Métodos de muestreo: muestreo aleatorio simple y muestreo no probabilístico por conveniencia.

Criterio de selección muestral: encuestas contestadas con correo electrónico corporativo de empresa española. En el caso de disponer de más de una encuesta de una misma empresa se ha seleccionado la respuesta de la persona con más rango profesional.

Tipo de encuesta: encuesta estructurada, principalmente con respuestas cerradas y algunas respuestas abiertas editada con SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com>) y difundida a través de los correos electrónicos de las bases de datos de empresas adheridas a Foment del Treball Nacional y a la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), página web de Foment del Treball Nacional (<https://www.foment.com>), y redes sociales de Foment del Treball Nacional y Biwel Salud Empresarial. Complementariamente, se ha realizado una campaña de difusión y divulgación de la encuesta en la página web de Prevencionar, con el objeto de aumentar el tamaño de la muestra.

2.2. Abreviaturas utilizadas

Abreviatura	Significado
PRL	Prevención de Riesgos Laborales
PST	Promoción de la Salud en el Trabajo
RCV	Riesgo Cardiovascular
RRHH	Recursos Humanos
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
TME	Trastornos Músculo-Esqueléticos

METODOLOGÍA

2.3. Perfil de las empresas encuestadas

La muestra final está formada por un total de 98 respuestas válidas contestadas por los siguientes perfiles profesionales (Figura 1): Mánager/Responsable de PRL (28,7%), Técnico/a de PRL (28,7%), Director/a de otras áreas (11,8%), Profesional de otras áreas (10,3%), Profesional del servicio médico (6,6%), Director/a del servicio médico (4,4%), Director/a de RRHH (2,9%), Técnico/a de RRHH (2,2%) y Enfermero/a del trabajo interno/a (1,5%).

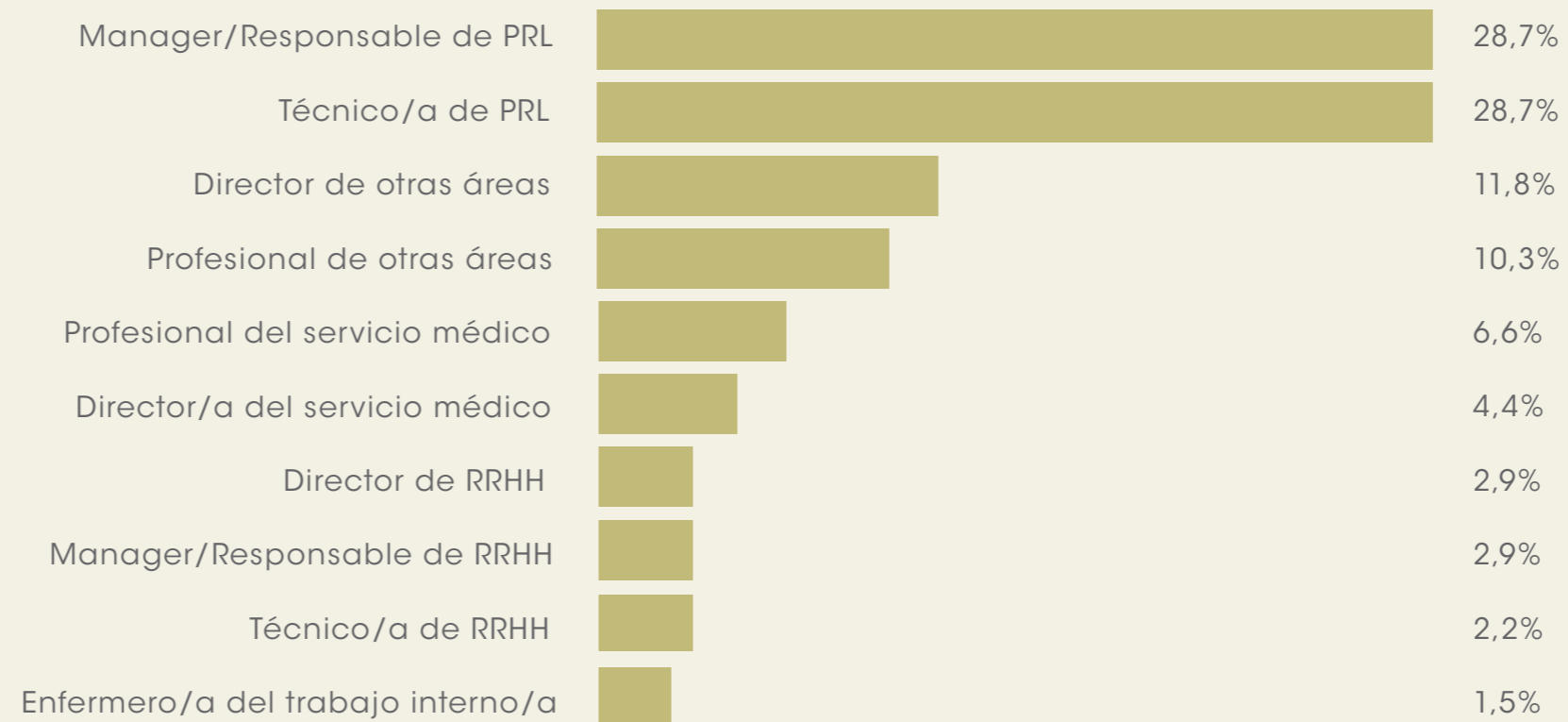


Figura 1. Cargo de las personas que han respondido la encuesta

METODOLOGÍA

Por tamaño, el perfil de las empresas de la muestra final ha sido (Figura 2): menos de 10 trabajadores (3,7%), entre 11 y 49 trabajadores (11%), entre 50 y 250 trabajadores (18,4%), más de 250 trabajadores (28,7%), más de 1.000 trabajadores (22,1%), más de 5.000 trabajadores (4,4%), más de 10.000 trabajadores (8,8%) y más de 50.000 trabajadores (2,9%).

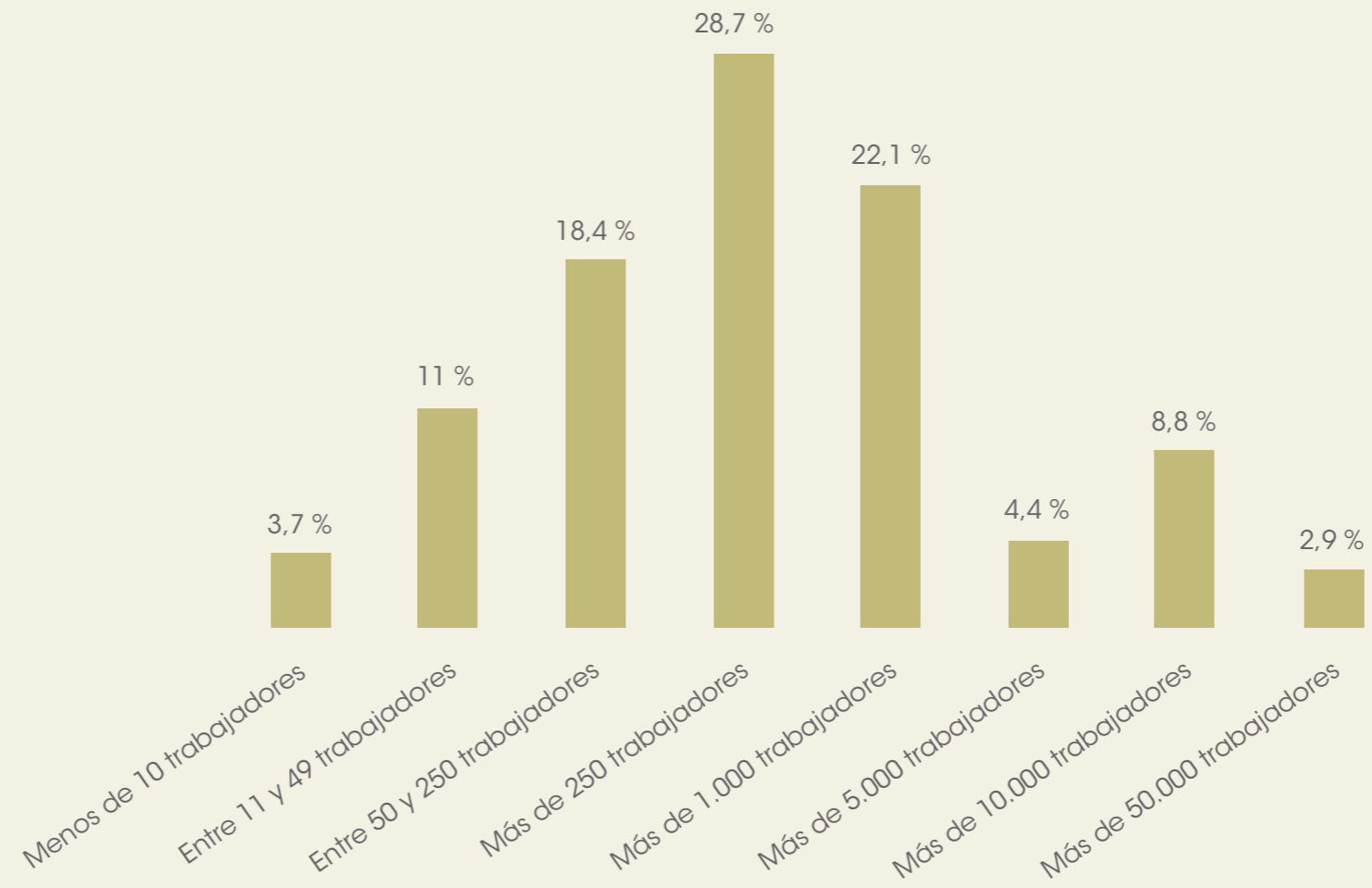


Figura 2. Tamaño de las empresas participantes en la encuesta.

METODOLOGÍA

Por sectores de actividad, el perfil de las empresas de la muestra final ha sido (Figura 3): sector primario (4,4%), sector secundario (22,1%) y sector terciario (73,5%).

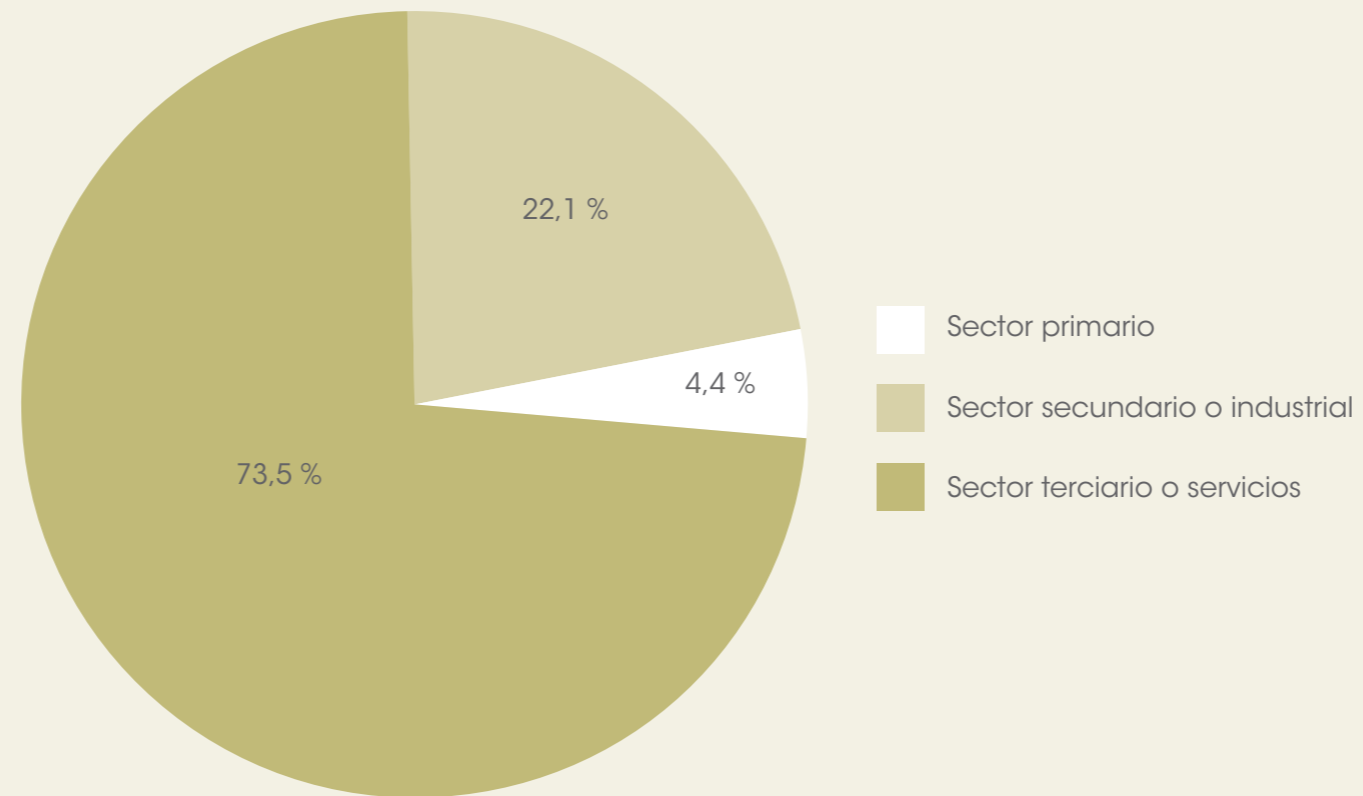


Figura 3. Sector de actividad de las empresas participantes en la encuesta.

METODOLOGÍA

Por ubicación geográfica, de las 98 empresas, 49 tienen sede en Barcelona, 29 tiene sede en Madrid, y 48 tiene sede en otras provincias (Figura 4):

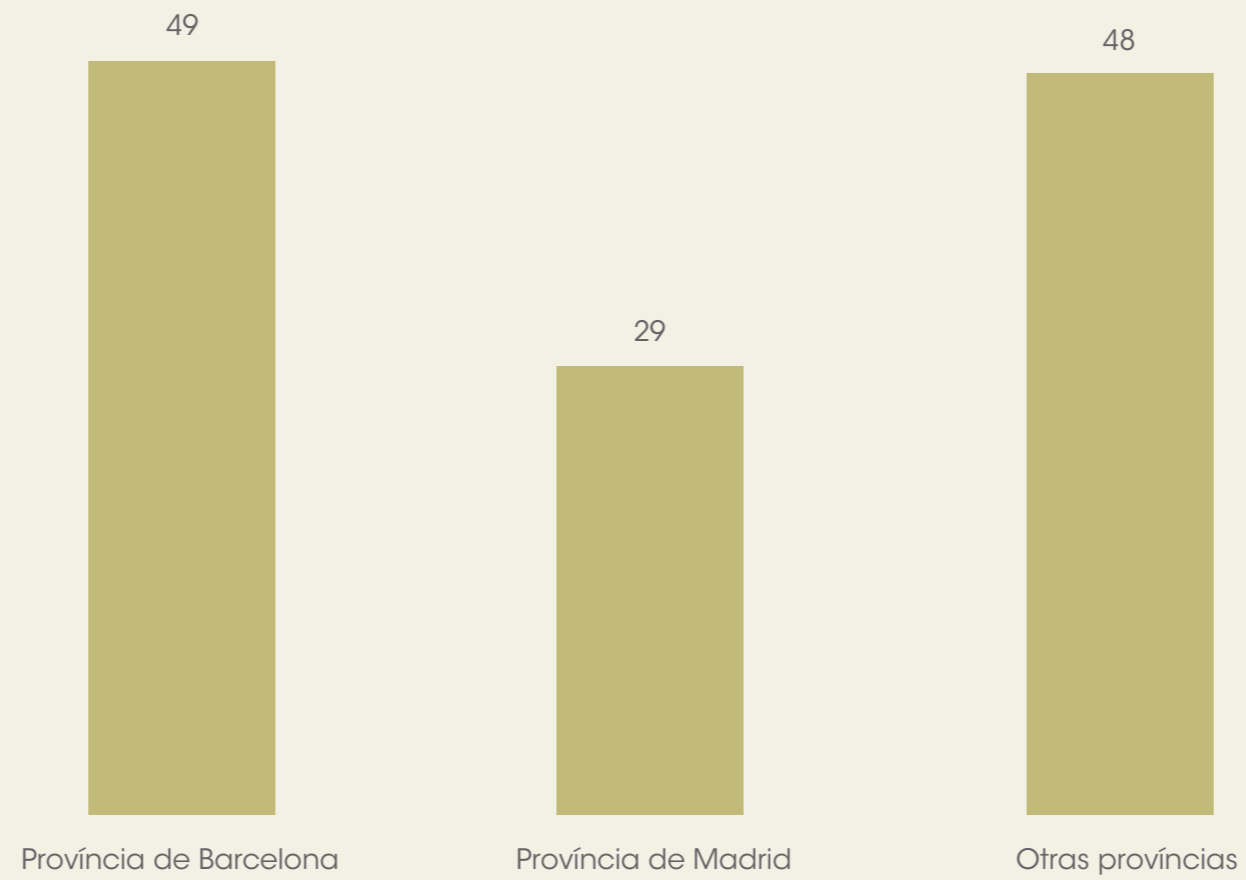
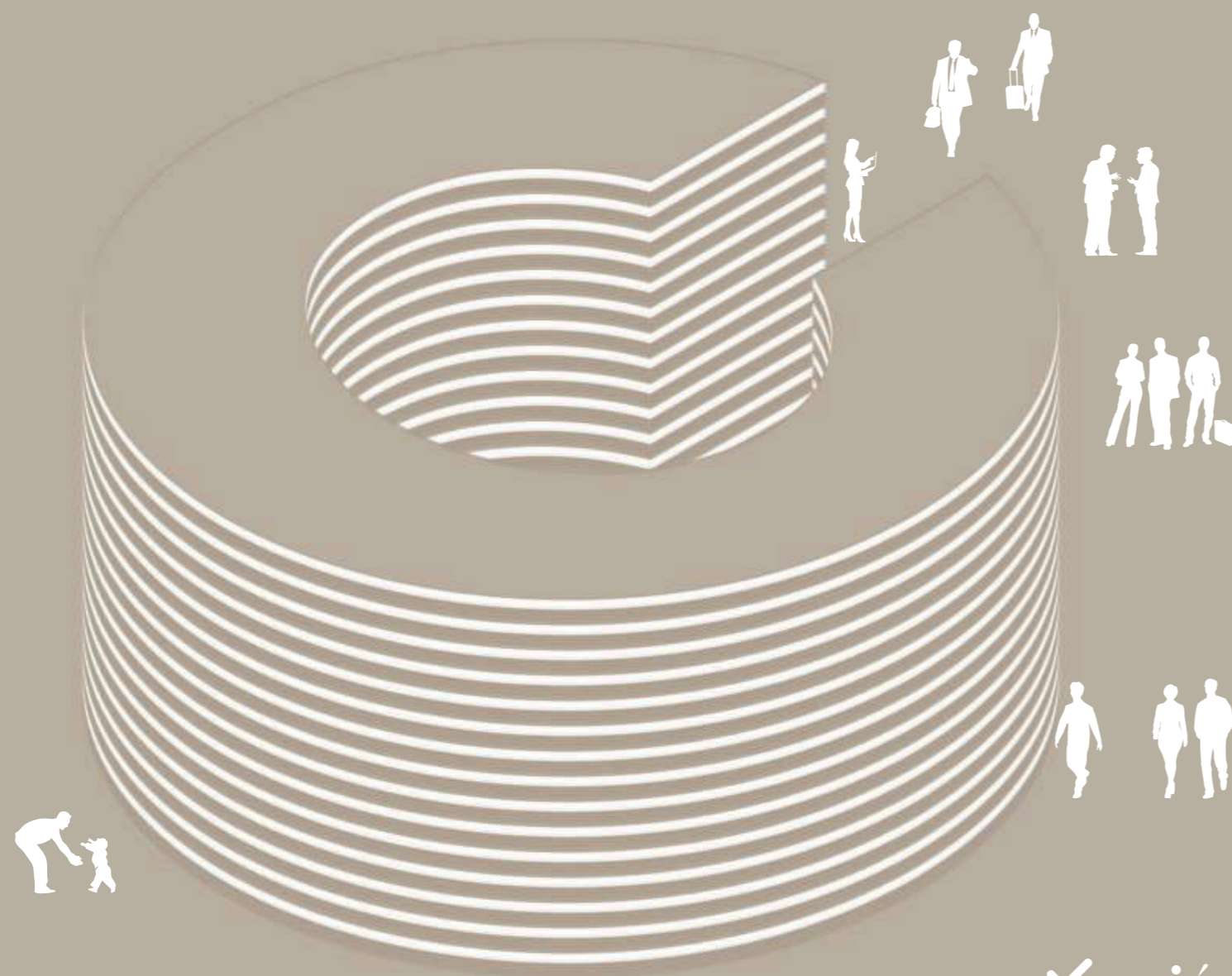


Figura 4. Ubicación geográfica de las empresas.

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO



CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

3.1. Cultura de prevención y promoción: planes, programas y proyectos

Pregunta: ¿Se han formulado por escrito los principios en los que se basa la cultura prevención para la seguridad y salud en el trabajo?

Pregunta: ¿Se han formulado por escrito los principios en los que se basa la política de PST en su empresa?

En relación a los principios en los que se basa la cultura prevención para la seguridad y la salud en el trabajo, el 90,82% de las empresas afirman haber formulado estos principios por escrito (Figura 5). Por otra parte, preguntando por los principios en los que se basa la política de PST, los datos no son tan positivos, existiendo una igual distribución entre las empresas que sí la han formulado por escrito y las que no (Figura 6).

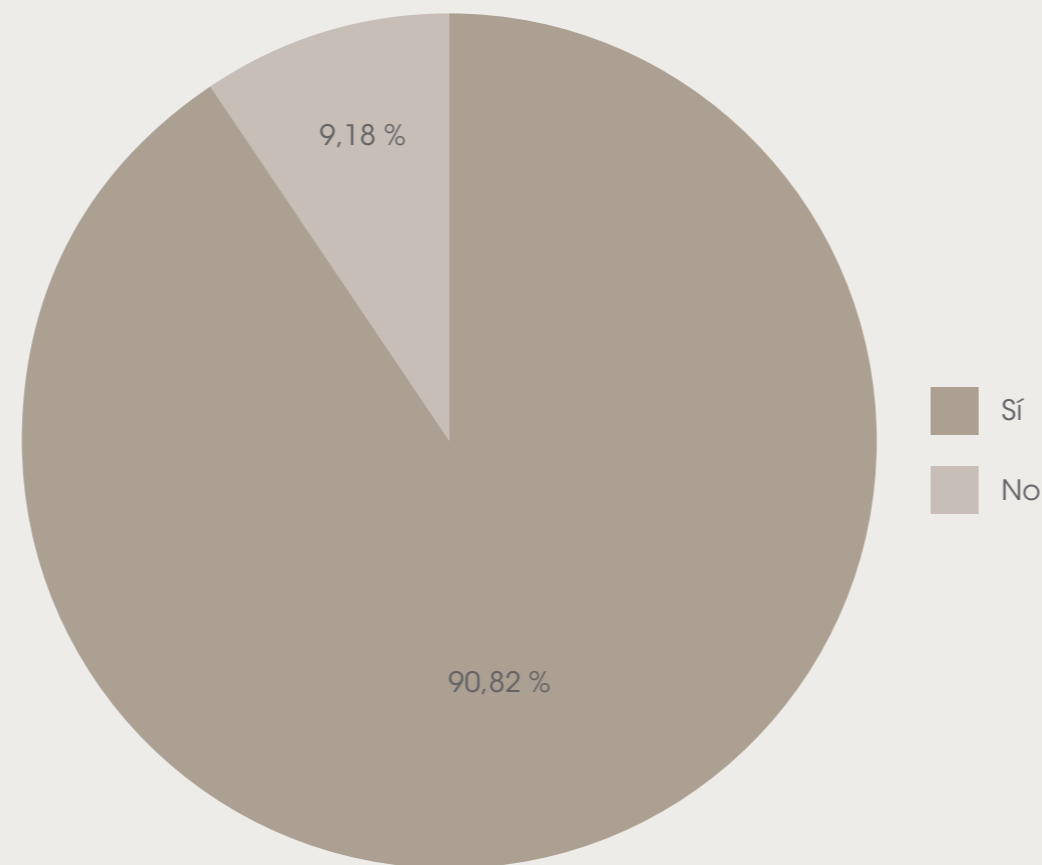


Figura 5. Empresas que han formulado por escrito los principios en los que se basa la cultura de prevención para la seguridad y la salud en el trabajo.

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

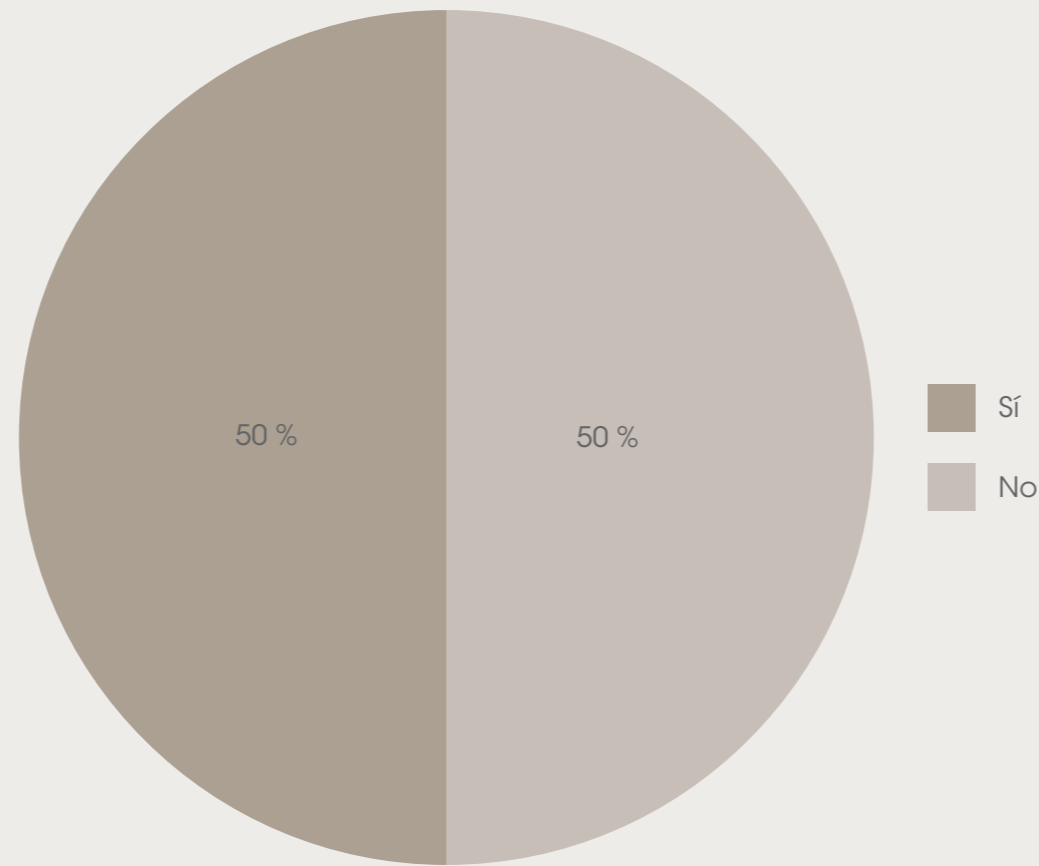


Figura 6. Empresas que han formulado por escrito los principios en los que se basa política de PST

Pregunta: ¿Su empresa dispone o tiene pensado desarrollar un Plan de PST?

Pregunta: ¿Su empresa dispone o tiene pensado desarrollar Programas de PST?

Pregunta: ¿Su empresa dispone o tiene pensado desarrollar Proyectos de PST?

Relacionado con la política de PST, se ha preguntado por la existencia de planes, programas y proyectos de PST, ya sea por si se dispone de ellos actualmente, por si se tiene pensado desarrollarlos o, por otra parte, si no se tiene previsto desarrollarlos. En este sentido, se han tenido en cuenta las siguientes definiciones para contestar las preguntas relacionadas con los planes, programas y proyectos:

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

- **Plan:** se definen a grandes rasgos los conceptos que van a orientar y condicionar los diferentes niveles de esta planificación. Está estructurado por los programas y determina las prioridades, criterios, estrategias y finalidad (por ejemplo, Plan de salud de la Empresa X).
- **Programa:** se concretan los objetivos y áreas de actuación definidos en un marco de tiempo. Es la operacionalización del plan, indicando las acciones orientadas a alcanzar las metas y objetivos marcados en el programa (por ejemplo, 1. Programa de Prevención de TME; 2. Programa de prevención de riesgos psicosociales).
- **Proyecto:** se describen el conjunto de actividades y tareas concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de cumplir los objetivos marcados en el programa (por ejemplo, 1. Proyecto para la evaluación de TME en trabajadores mayores de 50 años; 2. Proyecto para la detección temprana de riesgos psicosociales en la Sede X de la Empresa X).

Partiendo de las anteriores definiciones, un 43,88% de las empresas afirman disponer de un Plan de PST, un 36,73% lo tiene pensado desarrollar y un 19,39% no dispone ni tiene pensado desarrollarlo (Figura 7). Los resultados para los Programas de PST son muy similares, habiendo un 43,88% de las empresas que afirman disponer de un Programa de PST, un 38,78% lo tiene pensado desarrollar y un 17,35% no dispone ni tiene pensado desarrollarlo (Figura 8). Donde sí que se observan más diferencias es en relación a la existencia de Proyectos de PST. En este sentido, el porcentaje de empresas que disponen de Proyectos de PST es menor respecto a los resultados observados en los Programas y Planes, habiendo un 35,71% de las empresas que afirman disponer de Proyectos de PST. En esta categoría, las empresas que no disponen ni tienen pensado desarrollar Proyectos de PST asciende a un 26,53% (Figura 9).

Los Planes definen los objetivos a nivel estratégico, los Programas a nivel táctico y los Proyectos a nivel operativo. En este sentido, se observa que la unidad más específica y operativa de una estrategia de PST, que son los proyectos, es la que tiene una menor materialización.

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

Figura 7. Empresas que disponen o tienen pensado desarrollar un Plan de PST.

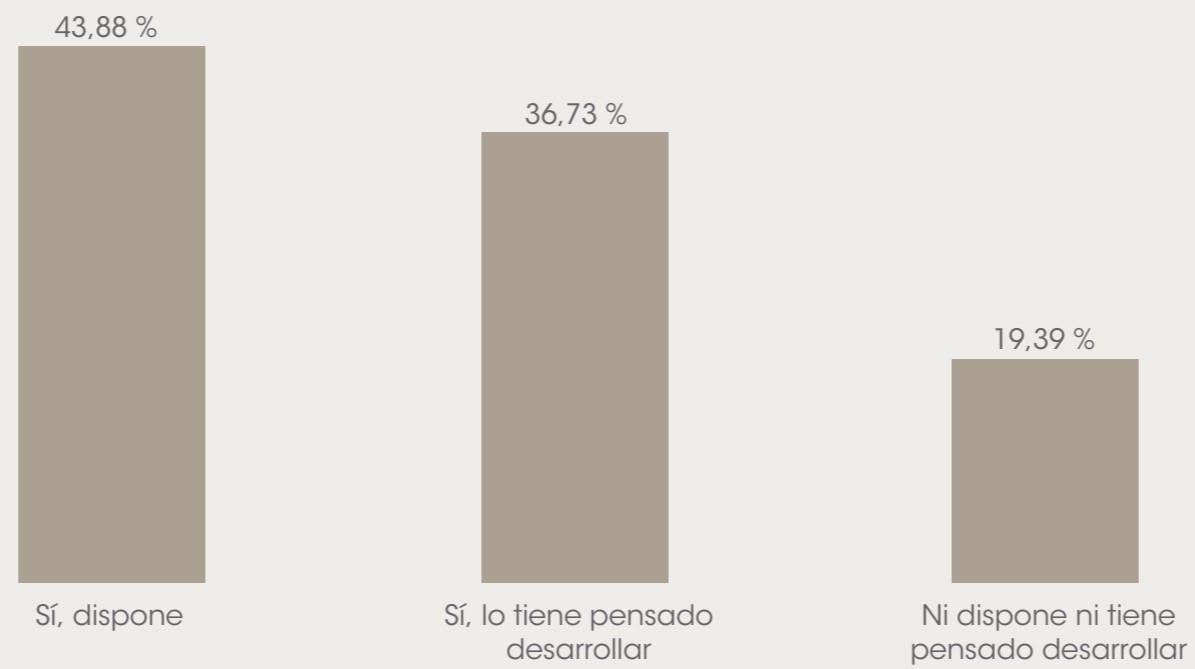
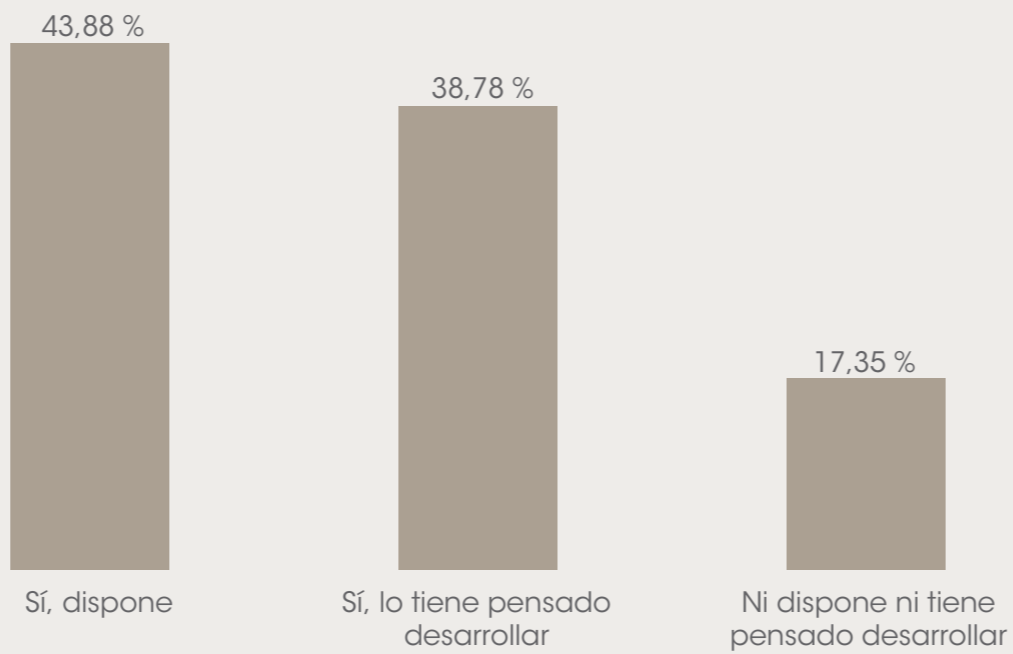
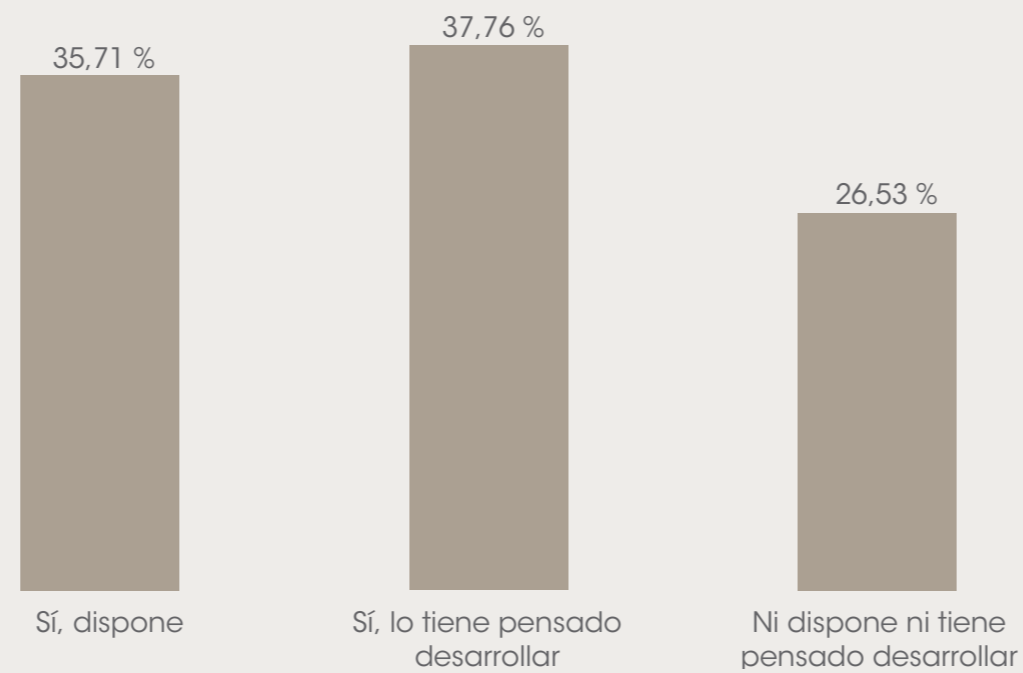


Figura 8. Empresas que disponen o tienen pensado desarrollar un Programa de PST.



CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

Figura 9. Empresas que disponen o tienen pensado desarrollar Proyectos de PST.



3.2. Proyectos de PST: desarrollo y gestión

Pregunta: *En el caso que exista una comisión o grupo de trabajo de Proyectos de PST, ¿qué departamentos o perfiles profesionales la integran?*

En relación a los Proyectos de PST, se ha preguntado por cuáles son los departamentos o perfiles profesionales que integran la comisión de salud en el caso que existan estos grupos de trabajo. En esta pregunta, de respuesta múltiple y sin categorías excluyentes, las 98 empresas que forman parte de la muestra final han indicado hasta un total de 196 personas o departamentos involucrados. Esto nos indica que estas comisiones o grupos de trabajo generalmente están formados por más de un perfil profesional o departamento. Los perfiles o departamentos que forman estas comisiones son (Figura 10): PRL (25,51%), RRHH (25%), Dirección (16,84%), Médico (13,27%), Comunicación (10,2%), RSC (7,65%), Compensación y beneficios (1,02%) y *Happiness Manager* (0,51%).

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

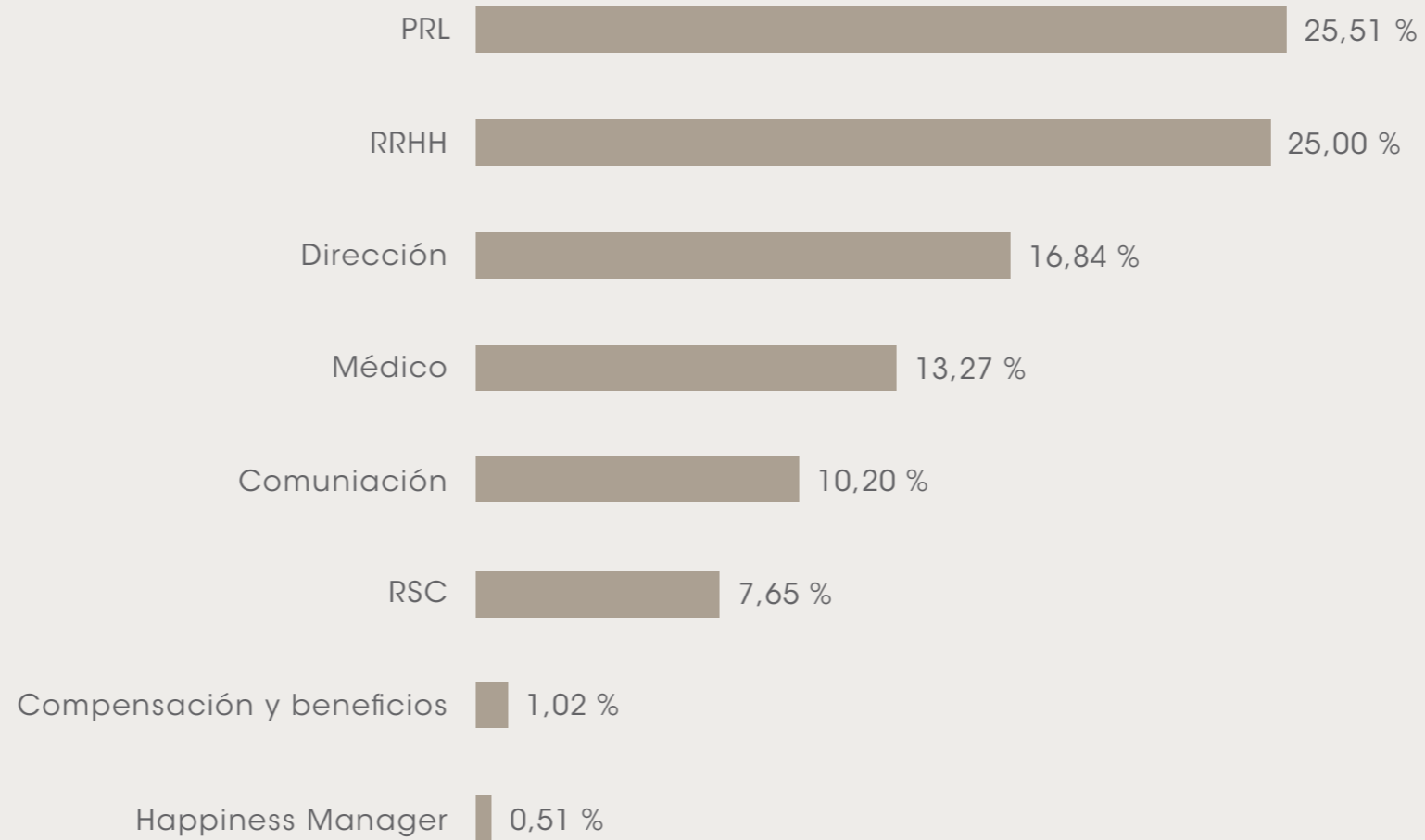


Figura 10. Departamentos o perfiles profesionales que integran las comisiones o grupos de trabajo de Proyectos de PST.

Pregunta: ¿Qué departamento desarrolla internamente los Proyectos de PST?

Pregunta: ¿Qué departamento gestiona internamente los Proyectos de PST?

Pregunta: ¿Qué profesional es el responsable de liderar y gestionar internamente los Proyectos de PST (trato con los proveedores, desarrollo de campañas, planificación, análisis de indicadores, etc.)?

Siguiendo con los Proyectos de PST, también se ha preguntado por los departamentos que desarrollan y gestionan los proyectos, así como por los profesionales responsables de liderarlos y gestionarlos internamente. En este sentido, se han tenido en cuenta las siguientes definiciones de desarrollo y gestión de los Proyectos de PST:

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

- **Desarrollo:** a partir del estudio inicial de la situación, realizar un plan estratégico y plan de acción acorde con los objetivos que se pretenden conseguir.
- **Gestión:** una vez iniciado el programa, coordinar a los agentes implicados, gestionar los recursos, ejecutar el proyecto en algunos casos y extraer resultados finales.

En cuanto al desarrollo interno de los Proyectos de PST, los departamentos responsables son (Figura 11): PRL (41,1%), RRHH (27,4%), Servicio médico propio (12,3%), otros departamentos (8,22%), RSC (5,48%), Comunicación interna (2,05%), Compensación y beneficios (2,05%) y Empresa o Consultora externa (1,37%). En la categoría de otros departamentos, como respuesta abierta, se han indicado departamentos tales como: «a través del comité de dirección de prevención, administración y finanzas, calidad, contabilidad y administración, departamento de salud y bienestar, innovación, desarrollo y mejora continua, consultor y médico freelance, promoción de la salud, salud ocupacional, etc.»

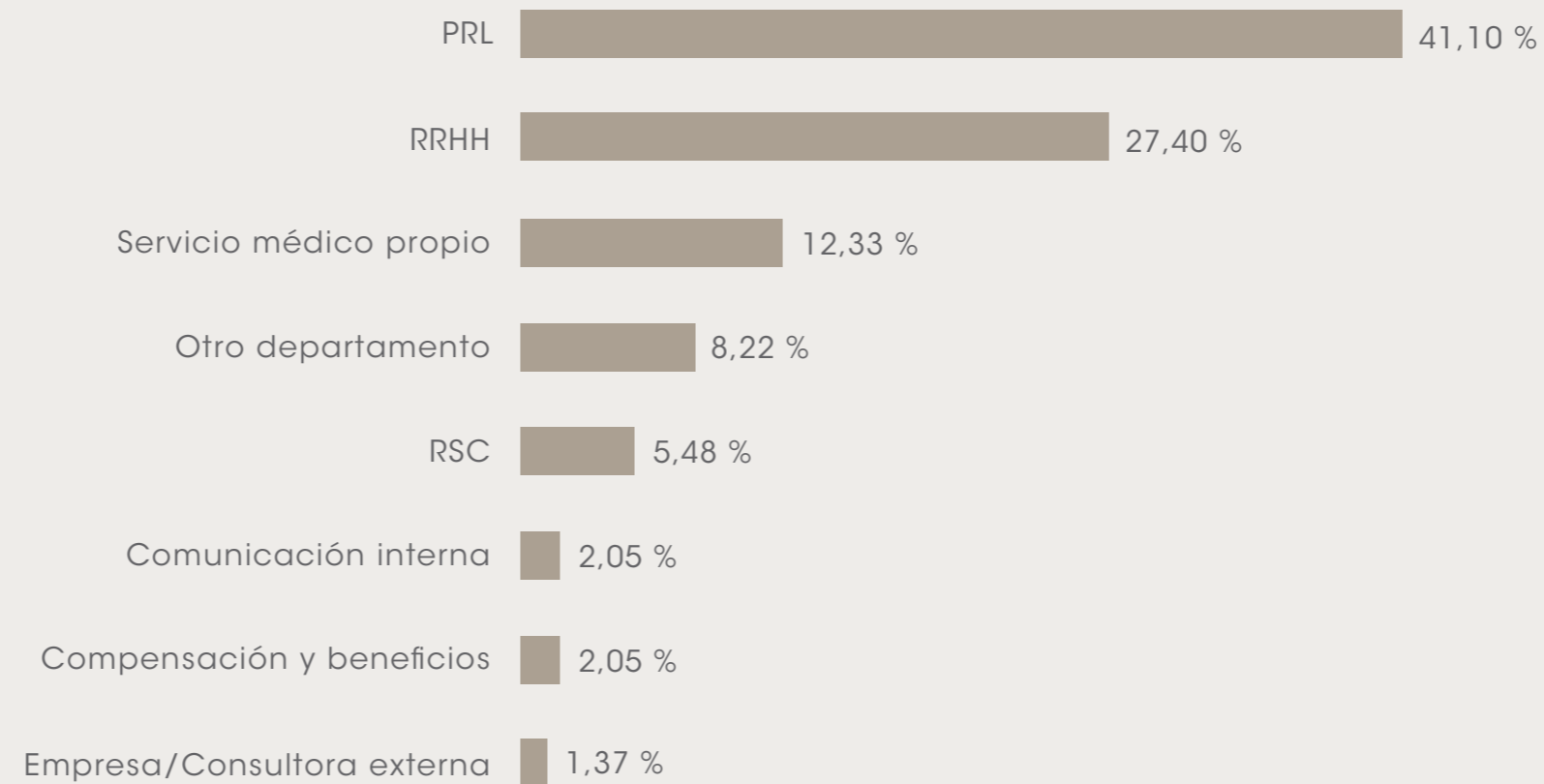


Figura 11. Departamentos que desarrollan internamente los Proyectos de PST.

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

En cuanto a la gestión del proyecto, existe una similitud con los resultados observados en el desarrollo del proyecto. Es decir, el departamento que gestiona el proyecto acostumbra a ser el mismo que lo ha desarrollado. Los departamentos responsables de la gestión de los Proyectos de PST son (Figura 12): PRL (55,26%), RRHH (26,32%), Servicio médico propio (11,84%), Empresa o Consultora externa (2,63%), RSC (2,63%) y Comunicación interna (1,32%).

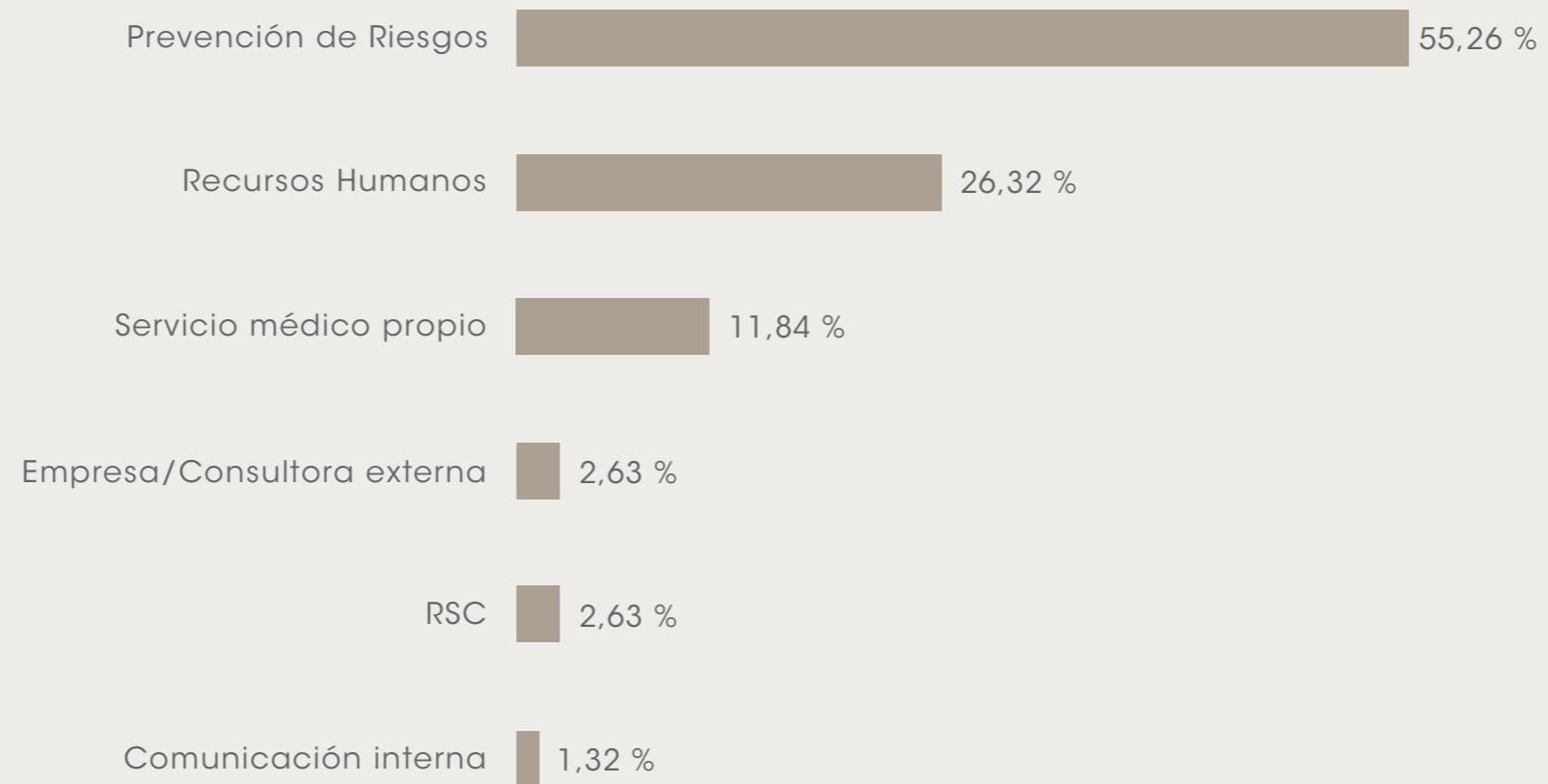


Figura 12. Departamentos que gestionan internamente los Proyectos de PST.

CONTEXTO ACTUAL DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

Finalmente, el perfil profesional responsable de liderar y gestionar los Proyectos de PST de forma interna son (Figura 13): Manager o Responsable de PRL (34,18%), Técnico/a de PRL (25,32%), Director/a del servicio médico (8,86%), Director/a de otras áreas (6,33%), Profesional del servicio médico (6,33%), Manager o Responsable de RRHH (6,33%), Director/a de RRHH (5,06%), Técnico/a de RRHH (5,06%), Profesional de otras áreas (1,27%) y Enfermero/a del trabajo interno/a (1,27%).

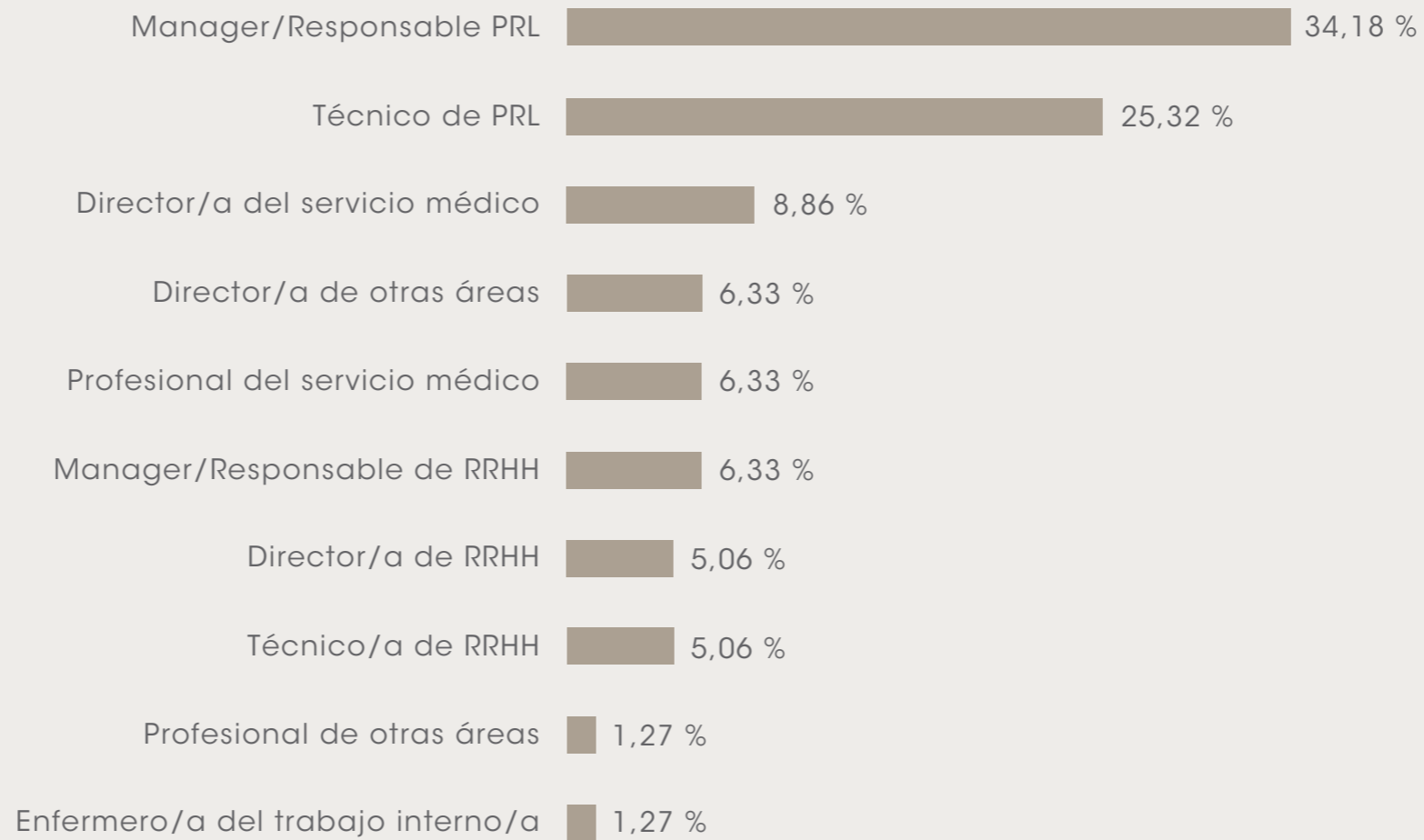


Figura 13. Profesionales responsables de liderar y gestionar internamente los Proyectos de PST.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019



INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

4.1. Tipos de iniciativas

Pregunta: ¿Qué iniciativas se han llevado a cabo en torno a los Proyectos de PST en los siguientes años?

Durante el período 2015-2018, las empresas participantes en la encuesta han llevado a cabo un total de 1.112 iniciativas de PST, observándose un crecimiento constante a lo largo de estos cuatro años (Figura 14). En el momento de responder la encuesta, ya estaban programadas para el 2019 un total de 69 iniciativas.

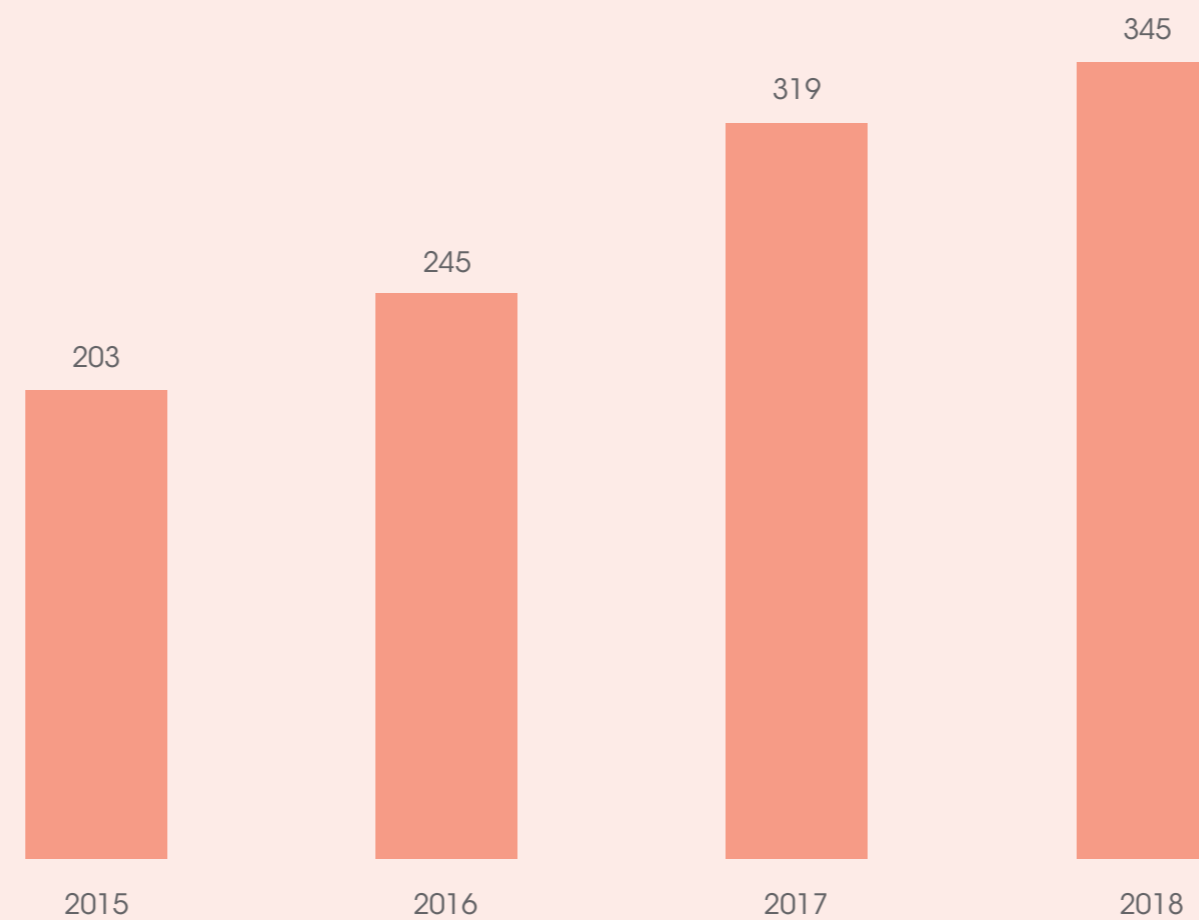


Figura 14. Número de iniciativas de PST llevadas a cabo en los años 2015, 2016, 2017 y 2018.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

Las iniciativas llevadas a cabo, incluyendo las previstas para 2019, son: campañas informativas (17,44%), talleres (14,06%), conferencias (13,04%), cursos (12,45%), recursos materiales para el empleado (11,85%), otras iniciativas (11,52%), recursos personales para el empleado (11,09%), semana o día de la salud (8,55%). En la siguiente Tabla se muestran el total de iniciativas por años:

Tabla 1. Número de iniciativas de PST llevadas a cabo los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019, por tipo de iniciativa.

Tipo de iniciativa	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Campaña informativa	39	48	57	54	8	206
Talleres	29	34	42	51	10	166
Conferencias	25	32	45	47	5	154
Cursos	23	33	39	42	10	147
Recursos materiales	22	25	39	43	11	140
Otras iniciativas	24	26	36	42	8	136
Recursos personales	23	26	34	39	9	131
Semana/Día Saludable	18	21	27	27	8	101
Total	203	245	319	345	69	1181

Pregunta: Sobre las iniciativas anteriores, ¿en qué programas se han centrado las acciones anteriores en los siguientes años?

En relación a las iniciativas anteriores, las temáticas o programas en los que se han centrado para el periodo 2015-2018 han sido (Figura 15): promoción de hábitos saludables (23,18%), riesgo psicosocial y gestión de las emociones (16,25%), TME (15,68%), creación de una cultura saludable (13,86%), hábitos tóxicos (11,02%), RCV (11,02%), y otras iniciativas (8,98%). En la Tabla 2 se muestran las temáticas de las iniciativas por años.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

Figura 15. Temáticas de las iniciativas llevadas a cabo durante los años 2015, 2016, 2017 y 2018.

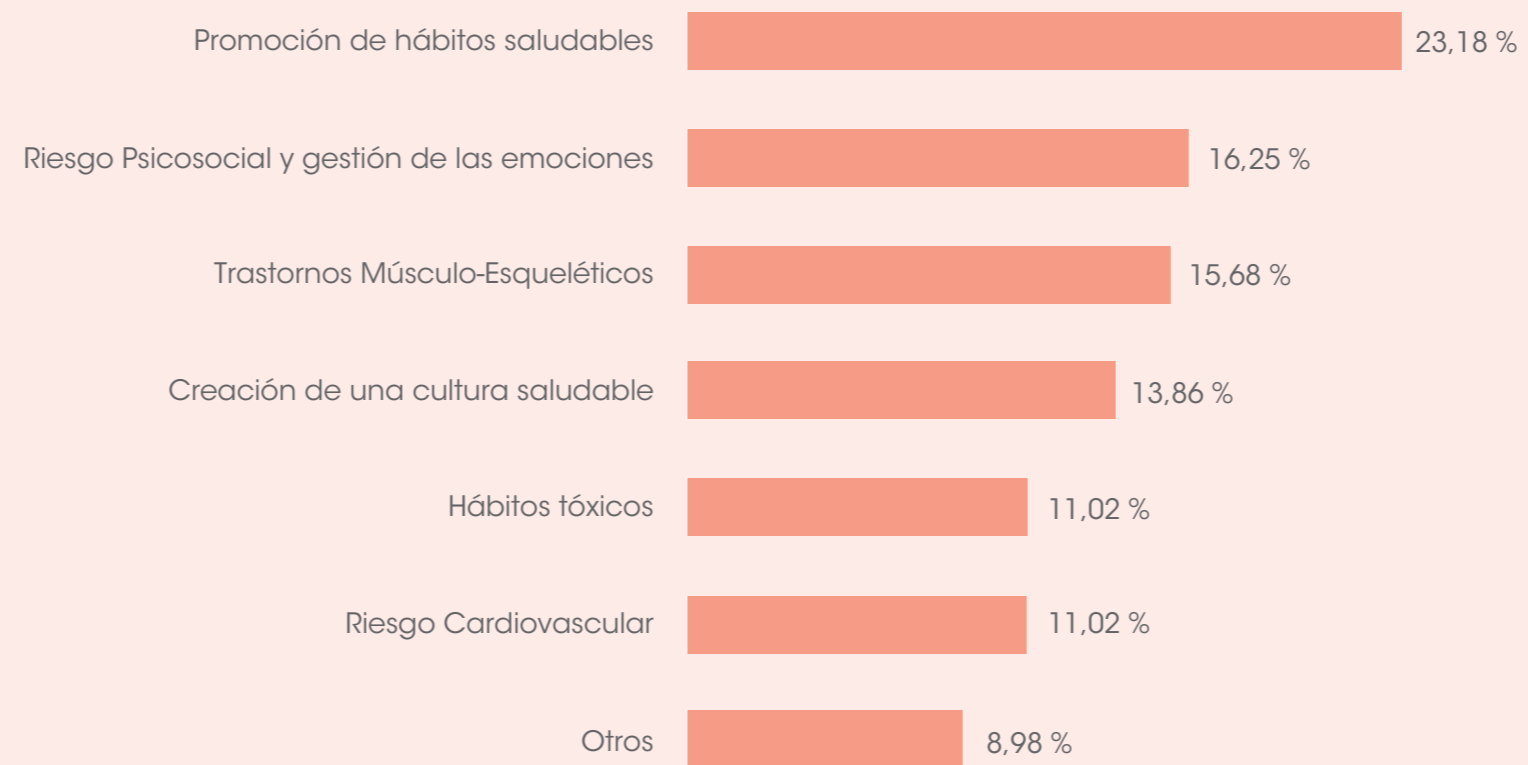


Tabla 2. Número de las iniciativas de PST llevadas durante los años 2015, 2016, 2017, 2019 y 2019 por temáticas.

Temática de las iniciativas	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Promoción de hábitos saludables	36	42	61	65	14	218
Riesgo psicosocial y gestión de las emociones	21	31	41	50	11	154
TME	24	32	38	44	8	146
Creación de una cultura saludable	19	22	37	44	9	131
RCV	16	20	30	31	7	104
Hábitos tóxicos	22	21	26	28	7	104
Otros	19	20	20	20	5	84
Total	157	188	253	282	61	941

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

4.2. Recursos destinados

Pregunta: ¿Qué recursos personales se destinan o destinarán anualmente a la realización de Proyectos de PST?

Sobre el tipo de recursos que se han destinado para llevar a cabo los Proyectos de PST (Figura 16), el principal ha sido recursos propios (39,71%), seguido del servicio de prevención (22,47%), otros recursos (15,03%), a través de la mutua de accidentes (14,13%), y a través de una empresa especialista en PST (9,66%).



Figura 16. Tipo de recursos destinados para la realización de los Proyectos de PST durante el período 2015-2019.

Si observamos la evolución del peso de los tipos de recursos durante el período 2015-2018 (Tabla 3), podemos ver que la externalización de los recursos destinados se ha incrementado en estos años (a través de las mutuas de accidentes y a través de empresas especialistas en PST), mientras los recursos internos han disminuido (recursos propios y el servicio de prevención).

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

Tabla 3. Tipo de recursos destinados para la realización de los Proyectos de PST durante los años 2015, 2016, 2017 y 2018.

Tipo de recursos destinados	2015	2016	2017	2018
Recursos propios	42,86%	39,67%	40,26%	37,43%
A través del servicio de prevención	21,90%	22,31%	22,08%	20,11%
Otros	16,19%	15,70%	14,94%	13,97%
A través de la mutua de accidentes	11,43%	13,22%	14,29%	16,20%
A través de una empresa especialista en PST	7,62%	9,09%	8,44%	12,29%
Total	100%	100%	100%	100%

Pregunta: ¿Qué presupuesto se ha destinado a Proyectos de PST en los últimos años?

Preguntando por el presupuesto anual destinado a los Proyectos de PST durante el periodo 2015-2018, destacan el 22,74% de las iniciativas que se han llevado a cabo sin una partida presupuestaria específica. Es decir, son proyectos o iniciativas que, probablemente, se hayan llevado a cabo con los recursos económicos y personales de otros departamentos. En la Figura 17 se muestran los porcentajes para cada una de las categorías presupuestarias anuales.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019



Figura 17. Presupuesto anual destinado a Proyectos de PST durante el período 2015-2018.

Si observamos la evolución del presupuesto destinado por años (Tabla 4), las categorías que más han incrementado en el año 2018 respecto el año 2015 han sido las de entre 10.000 y 20.000 euros (+32,35%), entre 20.000 y 50.000 euros (+16,47%), y entre 1.000 y 5.000 euros (+27,06%).

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

Tabla 4. Presupuesto anual destinado a Proyectos de PST durante los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019, y porcentaje de variación entre el 2015 y 2019.

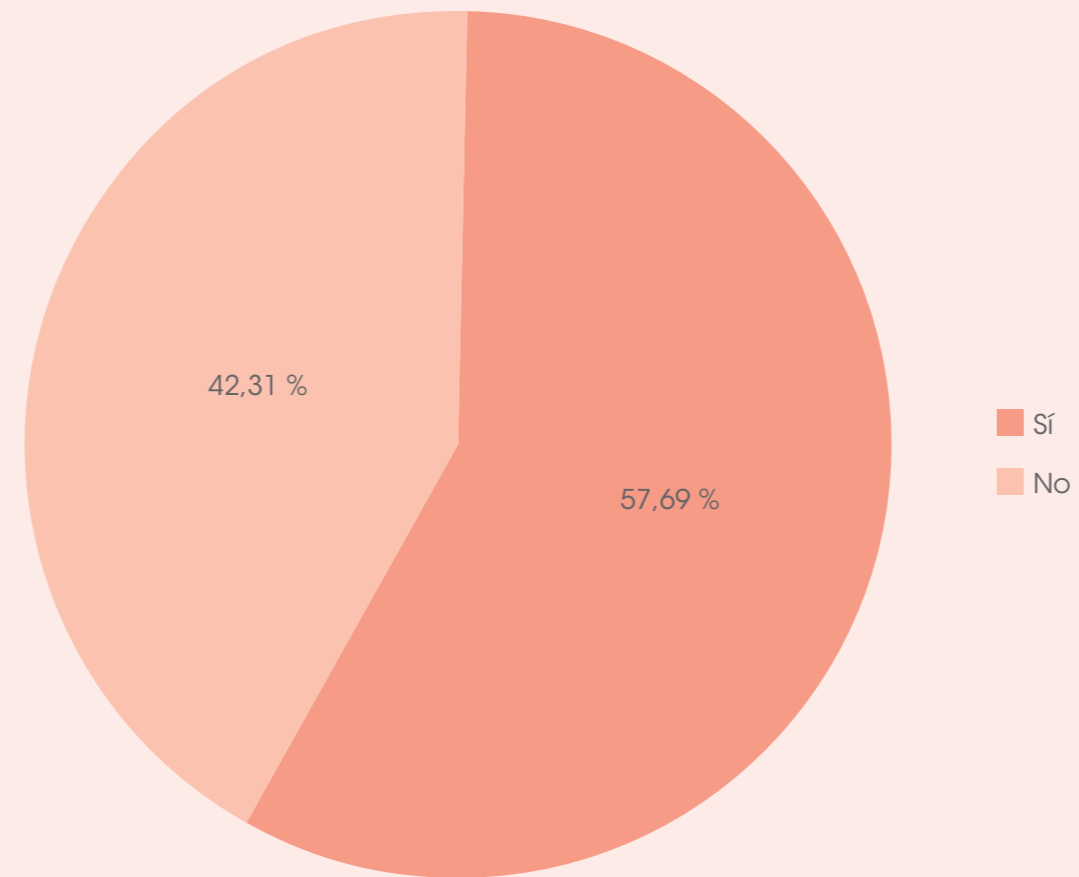
Recursos destinados	2015	2016	2017	2018	2019	Diferencia 2015-2018
No se han destinado recursos económicos	38,89%	33,33%	24,59%	25,00%	33,33%	- 35,71%
Menos de 1.000 euros	22,22%	13,33%	18,03%	17,65%	23,81%	- 20,59%
Entre 1.000 y 5.000 euros	13,89%	20,00%	22,95%	17,65%	23,81%	+ 27,06%
Entre 5.000 y 10.000 euros	11,11%	15,56%	9,84%	10,29%	9,52%	- 7,35%
Entre 10.000 y 20.000 euros	16,67%	17,78%	16,39%	22,06%	14,29%	+ 32,35%
Entre 20.000 y 50.000 euros	13,89%	15,56%	16,39%	16,18%	14,29%	+ 16,47%
Entre 50.000 y 150.000 euros	16,67%	13,33%	13,11%	13,24%	9,52%	- 20,59%
Entre 150.000 y 250.000 euros	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Entre 250.000 y 500.000 euros	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Más de 500.000 euros	5,56%	4,44%	3,28%	2,94%	4,76%	- 47,06%

Pregunta: ¿Las acciones realizadas en torno a los Proyectos de PST se han realizado en base a una planificación anual basada en objetivos e indicadores medibles?

Sobre la planificación anual basada en objetivos e indicadores medibles de los Proyectos de PST, destaca que el 42,31% de las acciones realizadas no han sido realizadas bajo unos objetivos ni con indicadores de referencia (Figura 18). En este sentido, cabe la posibilidad que algunas de las acciones llevadas a cabo no respondieran a necesidades reales en salud o, en el caso que sí lo fueran, al no disponer de indicadores, es posible que tampoco se conozca el impacto real de esas iniciativas.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

Figura 18. Acciones realizadas en torno a los Proyectos de PST que se han realizado en base a una planificación anual basada en objetivos e indicadores medibles.



Pregunta: ¿Qué canales de comunicación se han utilizado para comunicar a los trabajadores las acciones de los Proyectos de PST?

Pregunta: ¿El departamento de comunicación de la empresa participa en la preparación y ejecución de los Proyectos de PST?

Por otra parte, y relacionado con la ejecución de los Proyectos de PST a los trabajadores, se ha preguntado por cuáles han sido los canales de comunicación utilizados. Los canales de comunicación más utilizados han sido (Figura 19): correo electrónico corporativo (27,5%), intranet corporativa (23,75%), información en pantallas o cartelera (19,17%), a través de los mandos intermedios o responsables (14,58%), plataforma o página web exclusiva para el proyecto (6,25%), correo electrónico personal (4,58%) y otros canales (4,17%).

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

En la categoría de otros canales, como respuesta abierta, se han indicado canales tales como: «Apps, reuniones y notas de prensa, charlas, convención interna, cursos de capacitación, herramientas ofimáticas tipo Google, LinkedIn, Yammer o Whatsapp, revistas corporativas internas, redes sociales internas, etc.»

En cuanto a la participación explícita del departamento de comunicación, el 68,69% afirma que este departamento sí participa en la preparación y ejecución de los Proyectos de PST (Figura 20).

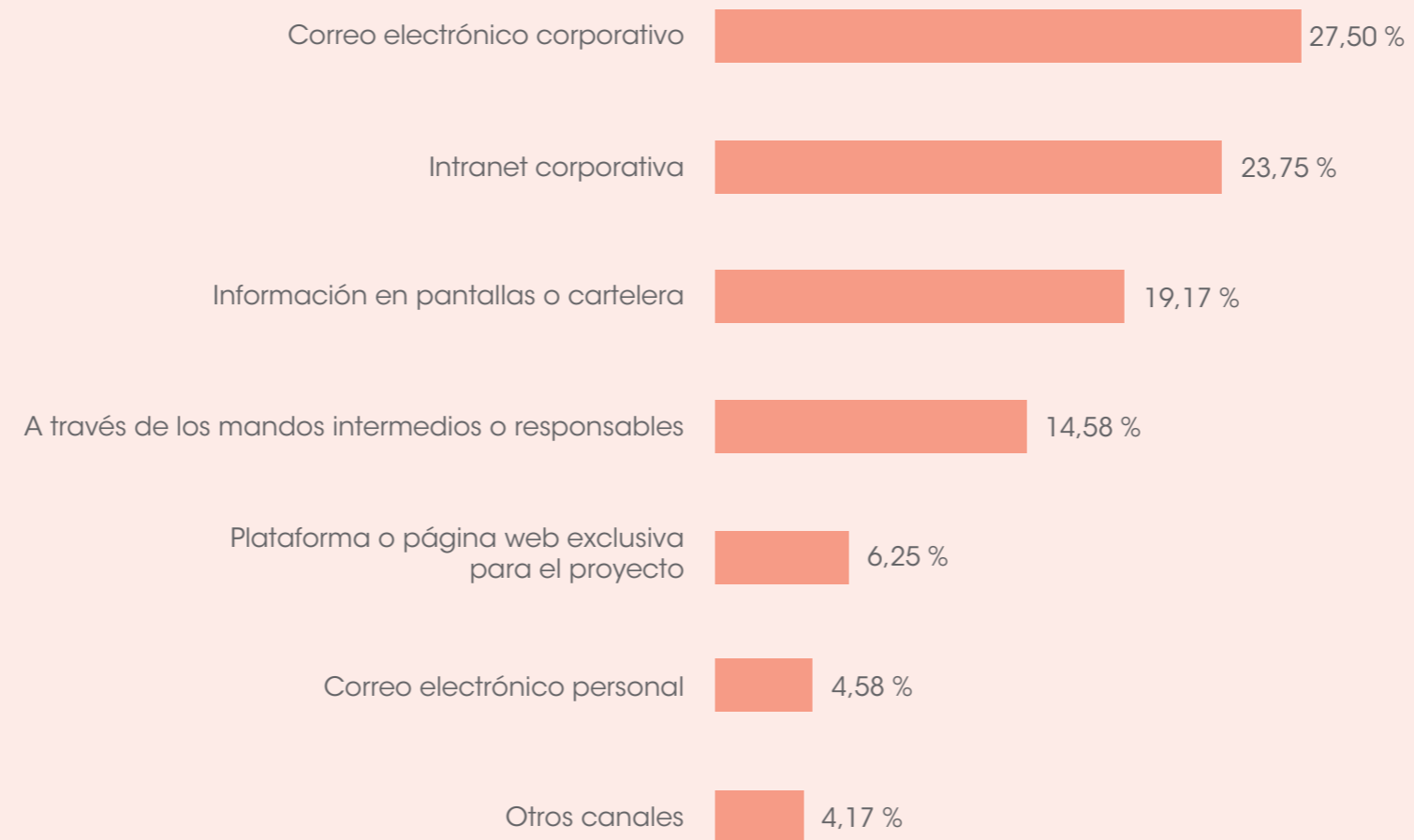


Figura 19. Canales de comunicación utilizados para comunicar a los trabajadores las acciones de los Proyectos de PST.

INICIATIVAS LLEVADAS A CABO Y RECURSOS DESTINADOS EN EL PERÍODO 2015-2019

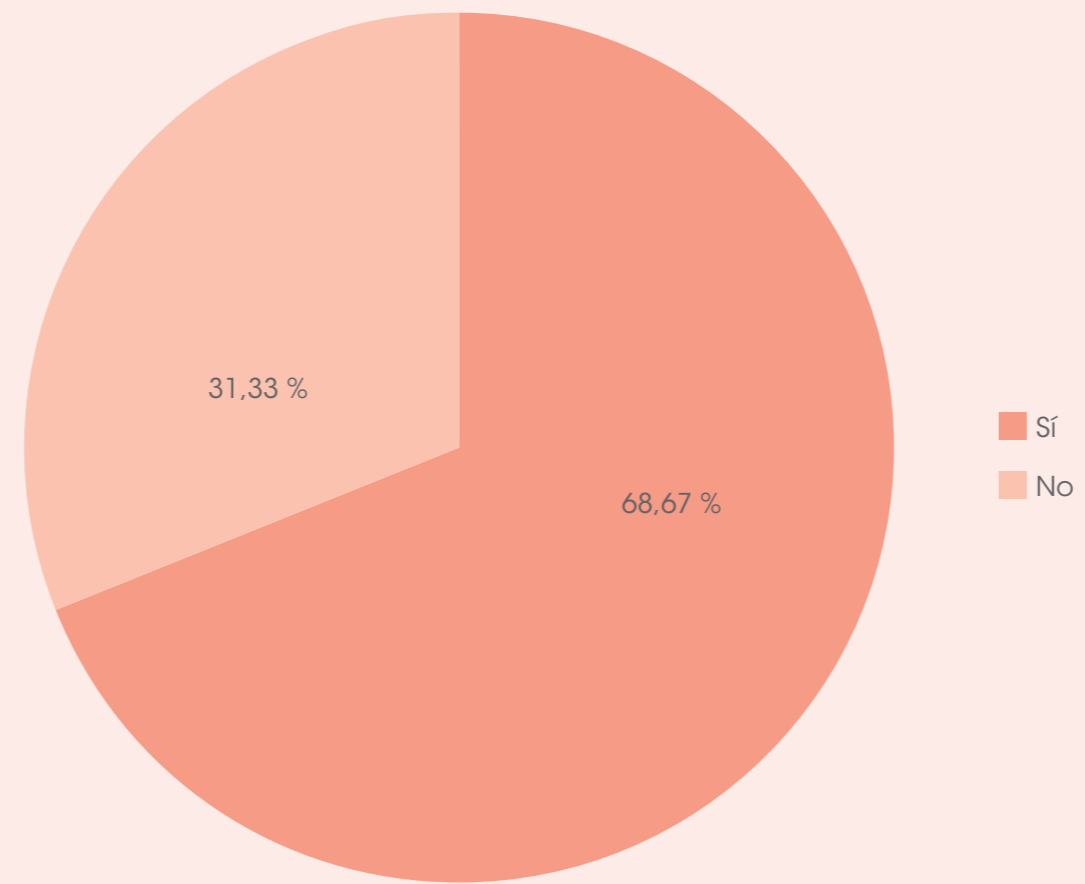


Figura 20. Participación del departamento de comunicación de la empresa en la preparación y ejecución de los Proyectos de PST.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

5.1. Alimentación saludable

Pregunta: ¿Se han llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de una alimentación saludable?

Pregunta: ¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre su estado de forma física?

Pregunta: ¿Se ha elaborado un plan de acción para la promoción de una alimentación saludable en la empresa?

Un 72,45% de las empresas afirman haber llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de una alimentación saludable (Figura 21). Sin embargo, sólo un 26,56% afirman haber llevado a cabo un diagnóstico a los trabajadores sobre los hábitos nutricionales (Figura 22). Por otra parte, un 37,76% de las empresas dicen haber elaborado un plan de acción para la promoción de una alimentación saludable en la empresa (Figura 23).

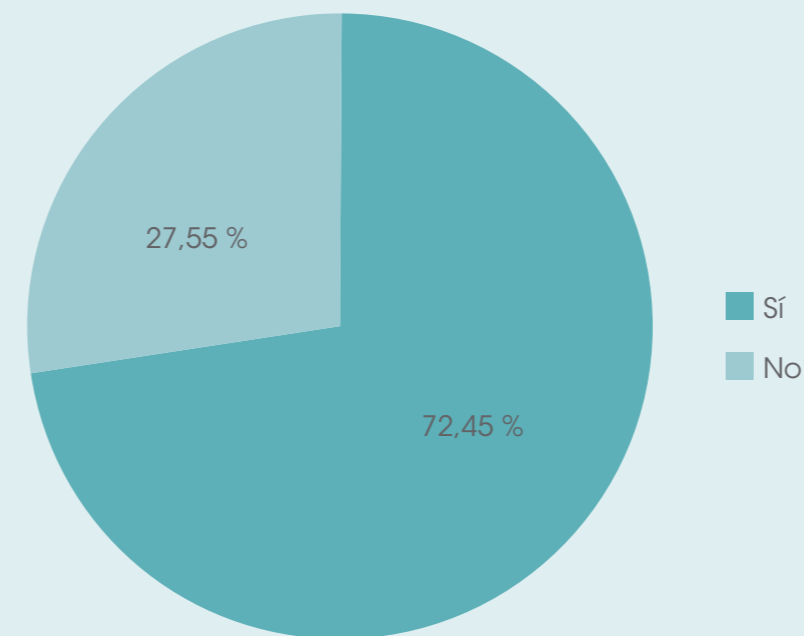


Figura 21. Empresas que han llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de una alimentación saludable.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 22. Empresas que han llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre sus hábitos nutricionales.

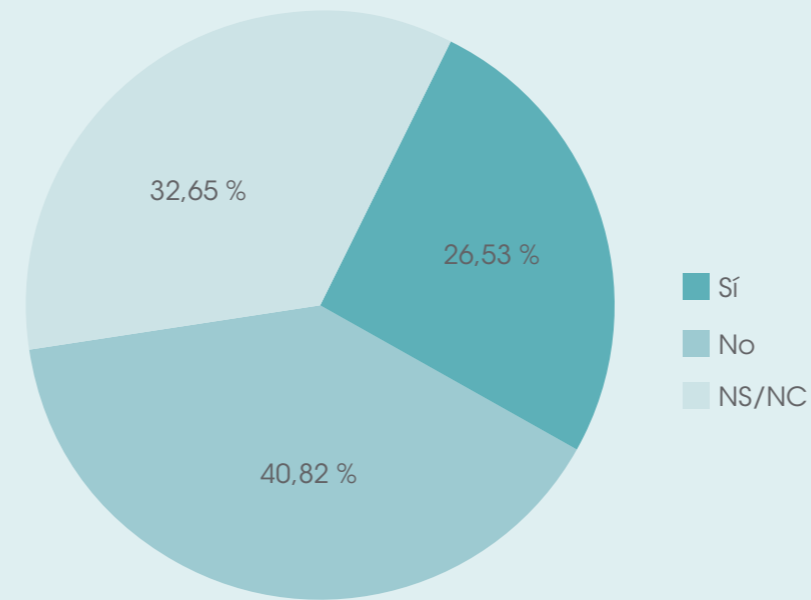
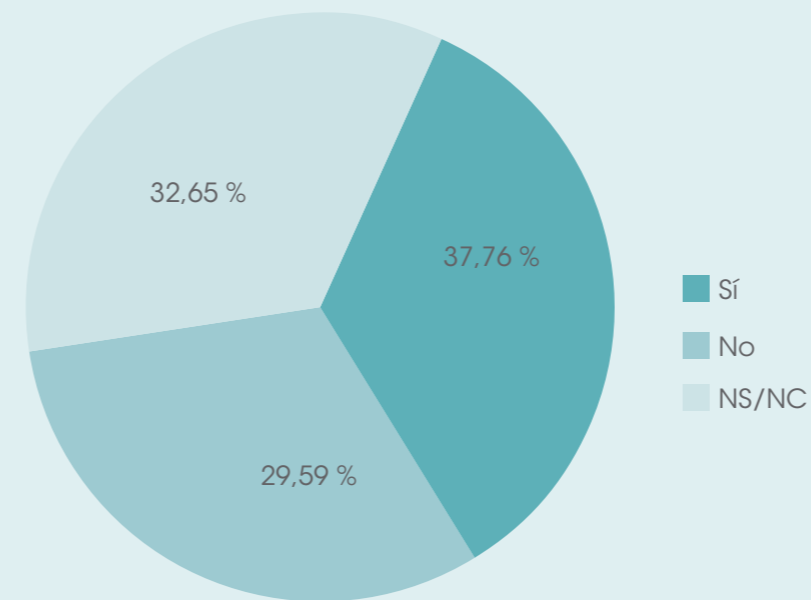


Figura 23. Empresas que han elaborado un plan de acción para la promoción de una alimentación saludable en la empresa.



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: *¿En caso de tener comedor propio, ofrece la empresa información acerca del contenido nutricional de los platos?*

Con el objetivo de ver hasta qué punto las empresas pueden tener control sobre los aspectos de una alimentación saludable, se ha preguntado acerca de la presencia de un comedor propio y de la información que se ofrece en él, en el caso de disponer de uno (Figura 24). El 28,57% de las empresas dicen no disponer de un comedor propio. Por otra parte, el 15,31% dicen ofrecer información detallada acerca de los platos (ingredientes, contenido nutricional, etc.), el 5,10% dicen ofrecer sólo información acerca del contenido calórico, el 8,16% afirman tener previsto ofrecer información en los próximos meses y el 10,20% no tienen previsto facilitar información nutricional.

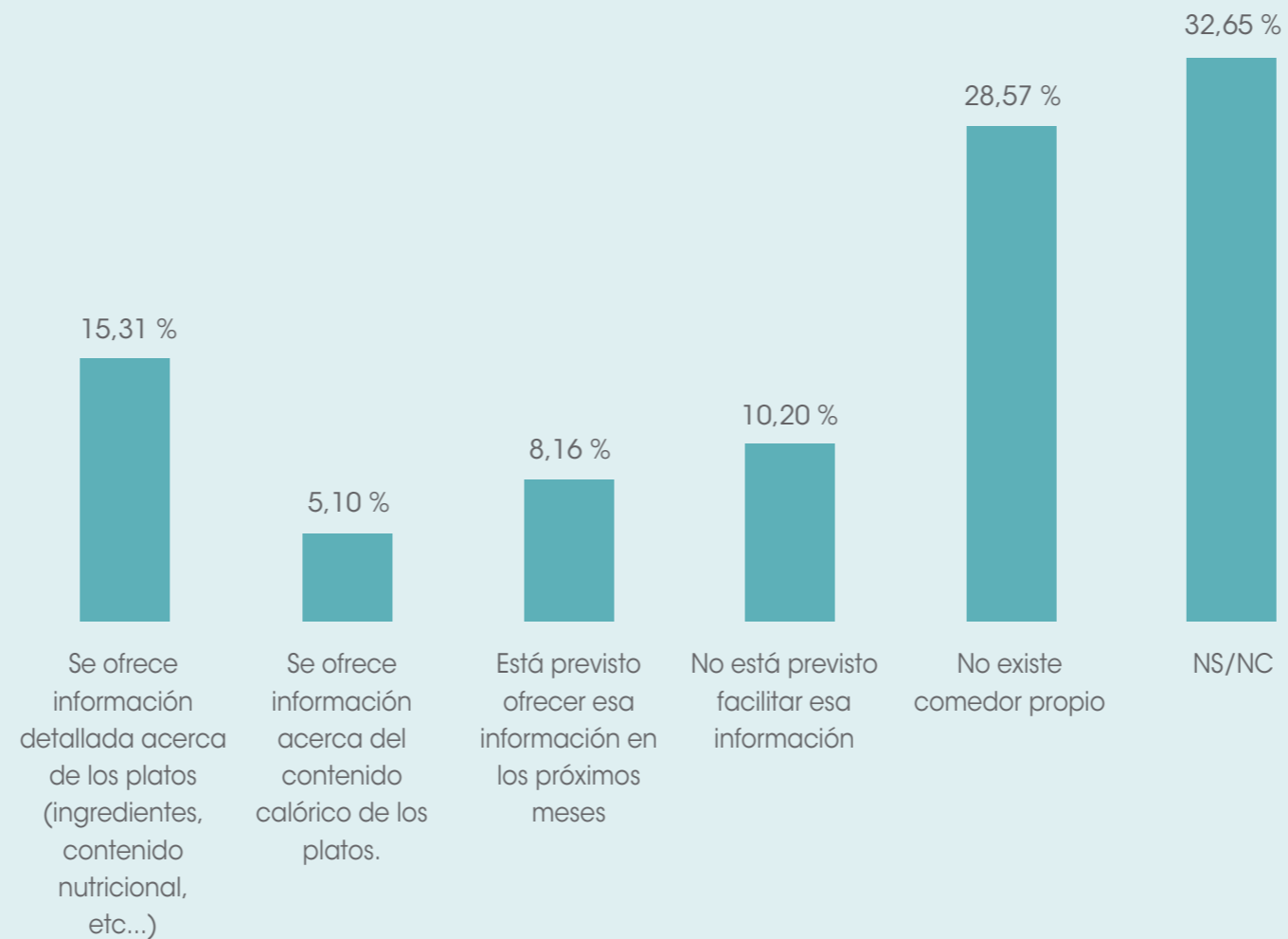


Figura 24. Información nutricional facilitada en el comedor propio de la empresa.

ESTADO ACTUAL
EN RELACIÓN A LA
PROMOCIÓN DE UN ESTILO
DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿En caso de tener comedor propio, existe la opción de escoger un menú saludable bajo en contenido calórico y/o opciones para personas con intolerancias alimentarias?

Para aquellas empresas que disponen de un comedor propio, se ha preguntado acerca de la opción de escoger un menú saludable (bajo en contenido calórico y/o opciones para personas con intolerancias alimentarias). El 21,43% afirman tener un menú bajo en contenido calórico y para personas con intolerancias, el 11,22% sólo un menú bajo en calorías, el 4,08% sólo un menú para personas con intolerancias (Figura 25).

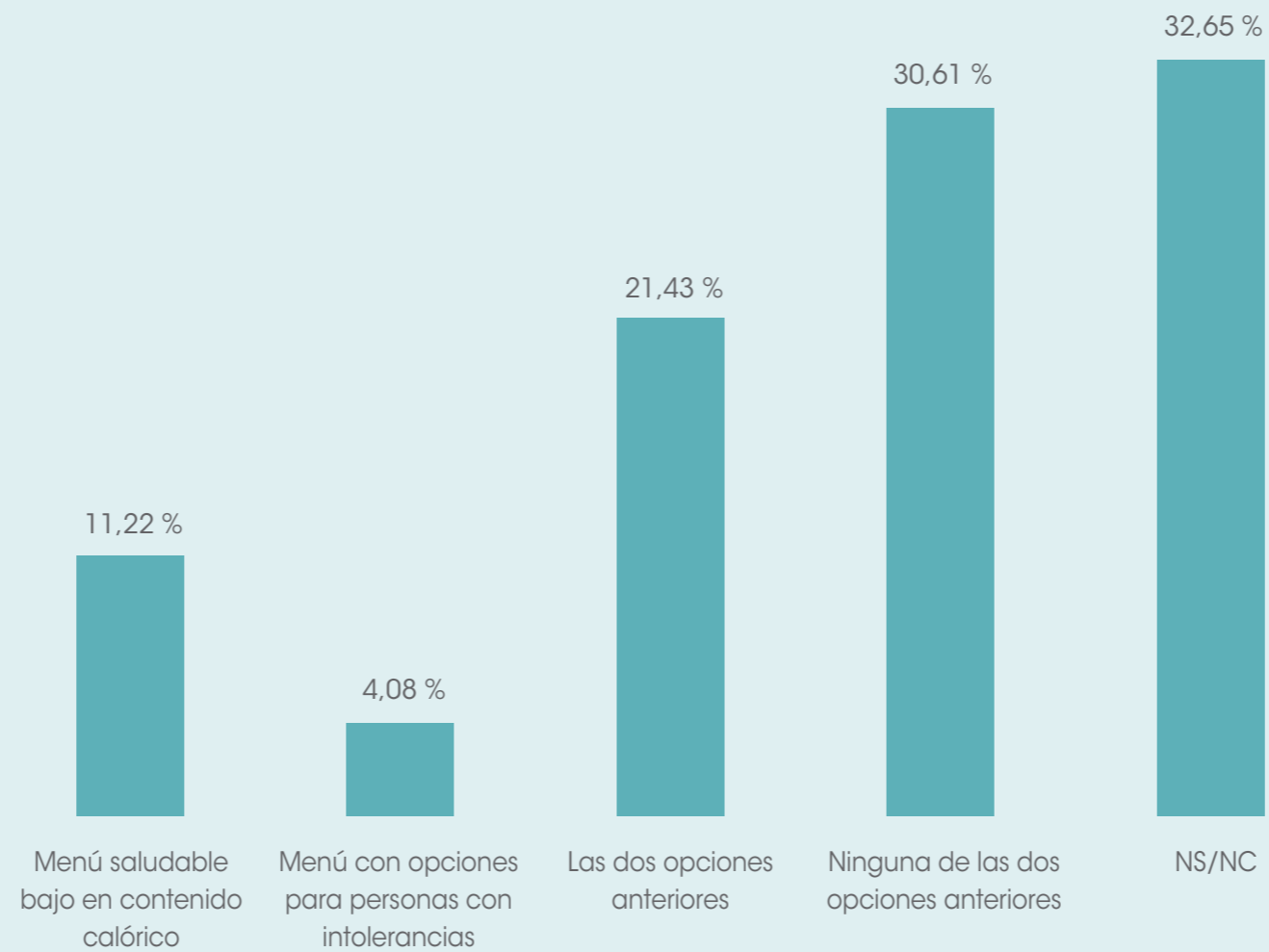


Figura 25. Existencia de opciones saludables en el comedor propio de la empresa.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿Se provee y promueve la elección de alimentos y bebidas saludables en las máquinas expendedoras?

Por otra parte, en relación a las máquinas expendedoras disponibles en las empresas, el 38,78% de las empresas dicen disponer de máquinas expendedoras que ofrecen alimentos saludables y no saludables a la vez, el 10,2% disponen de máquinas expendedoras que no ofrecen alimentos saludables, el 4,08% disponen de máquinas que ofrecen alimentos saludables a precios inferiores y sólo un 3,06% de las empresas disponen de máquinas que únicamente ofrecen alimentos saludables (Figura 26).

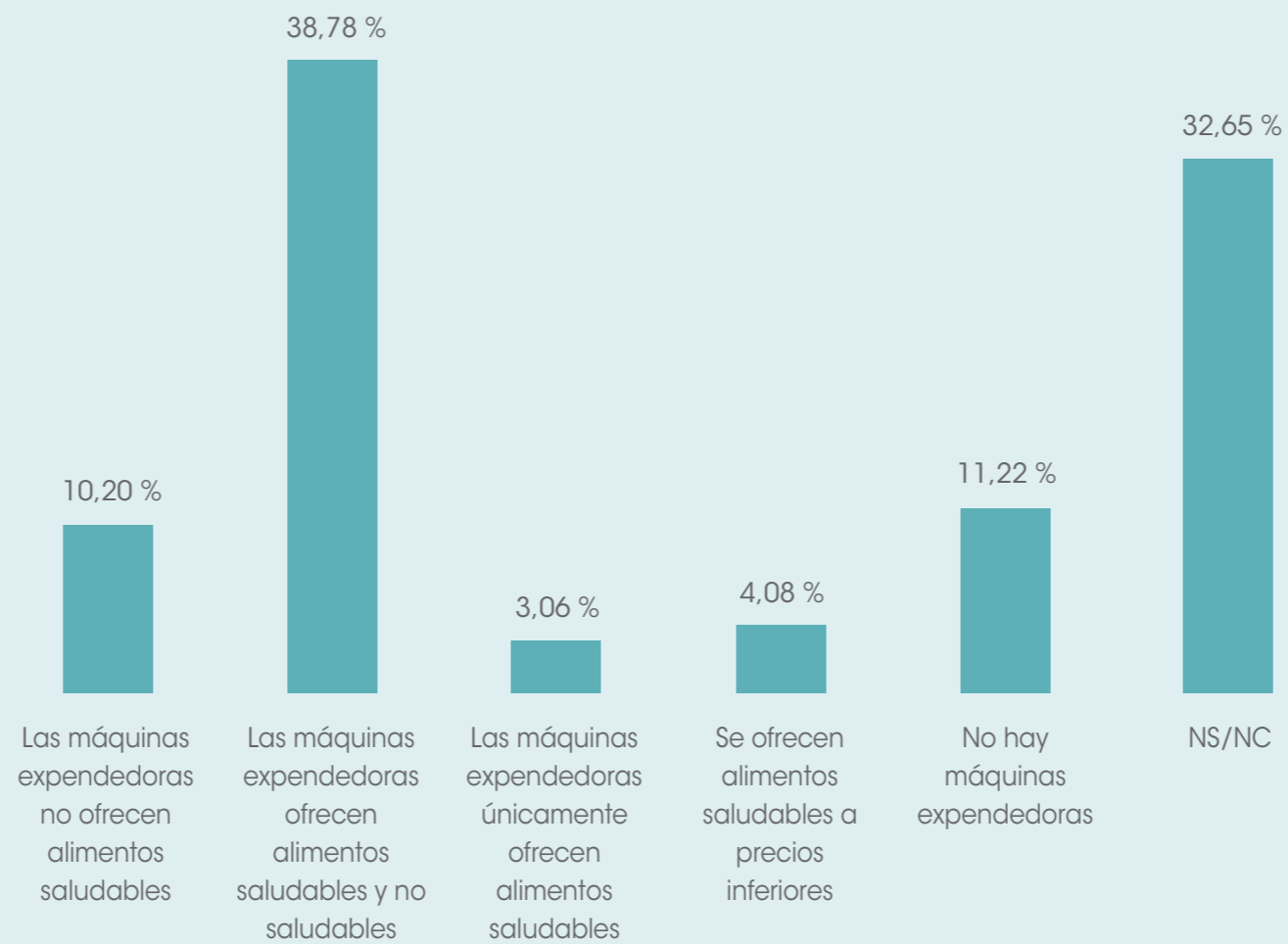


Figura 26. Promoción de alimentos y bebidas saludables en las máquinas expendedoras de las empresas.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿La empresa ofrece información sobre hábitos nutricionales? ¿A través de qué canales de comunicación?

Acerca de la información sobre hábitos nutricionales, sólo un 3,61% de las empresas afirman no ofrecer esa información por ninguno de los canales de comunicación establecidos (Figura 27). Los canales de comunicación más utilizados para difundir esta información son: campañas (17,53%), intranet de la empresa (16,49%), sesiones informativas (13,92%), correo electrónico (13,4%), revista de la empresa (8,76%), eventos (8,25%), tablón de anuncios (6,7%), otros canales de comunicación (6,19%), plataforma de salud (4,64%) y cartas (0,52%).

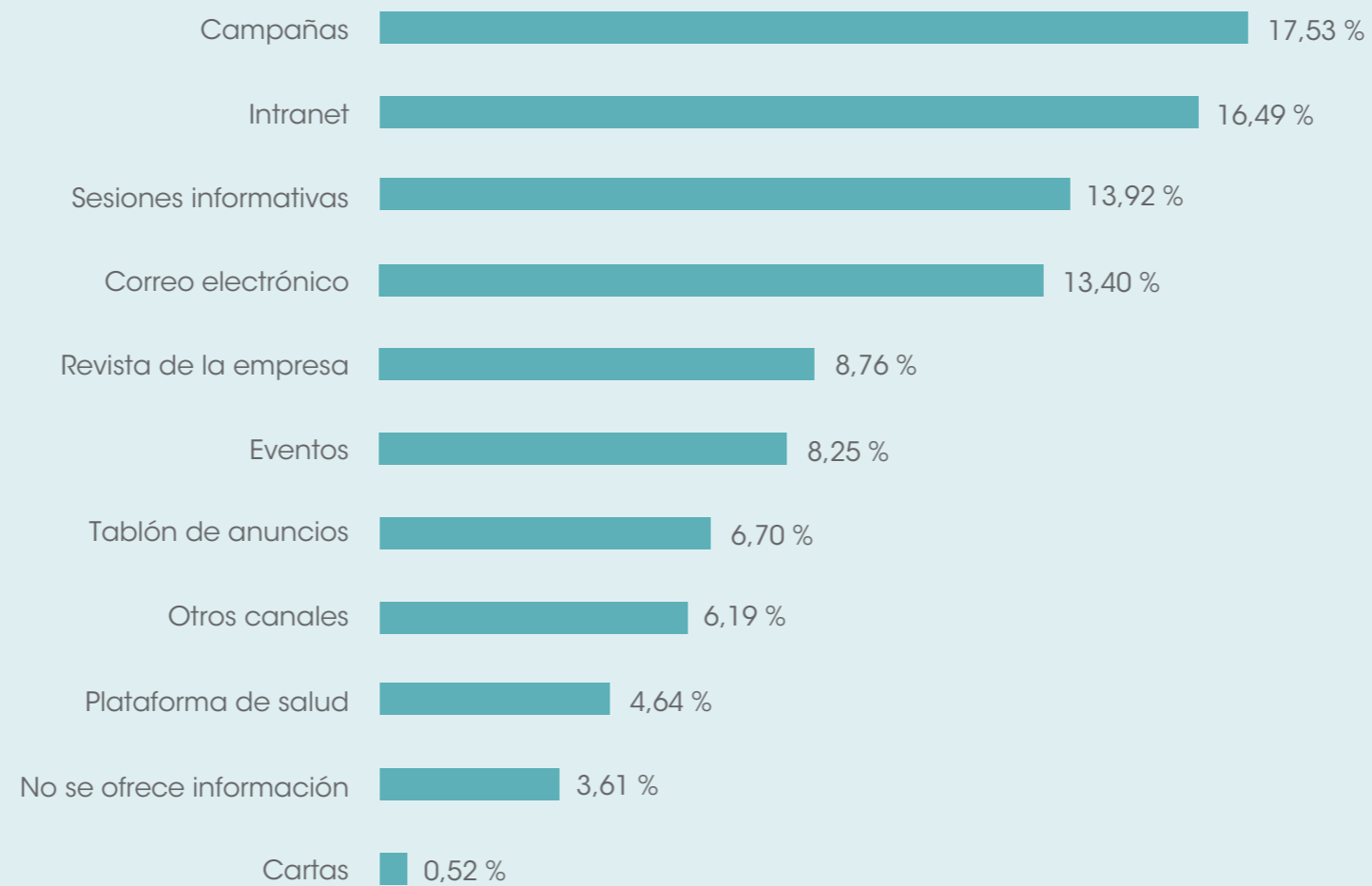


Figura 27. Canales de comunicación utilizados para la difusión de información sobre hábitos nutricionales.

ESTADO ACTUAL
EN RELACIÓN A LA
PROMOCIÓN DE UN ESTILO
DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿Se ofrece fruta fresca de forma gratuita?

Por otra parte, y como acción específica de promoción de una alimentación saludable, se ha preguntado por la presencia de fruta fresca gratuita para los trabajadores (Figura 28). El 32,65% de las empresas dicen no ofrecer ese servicio. Por otra parte, el 19,39% lo hace de forma esporádica (una vez al mes o menos), el 8,16% lo hace de forma frecuente (una o más veces a la semana) y un 7,14% ofrece fruta fresca cada día.

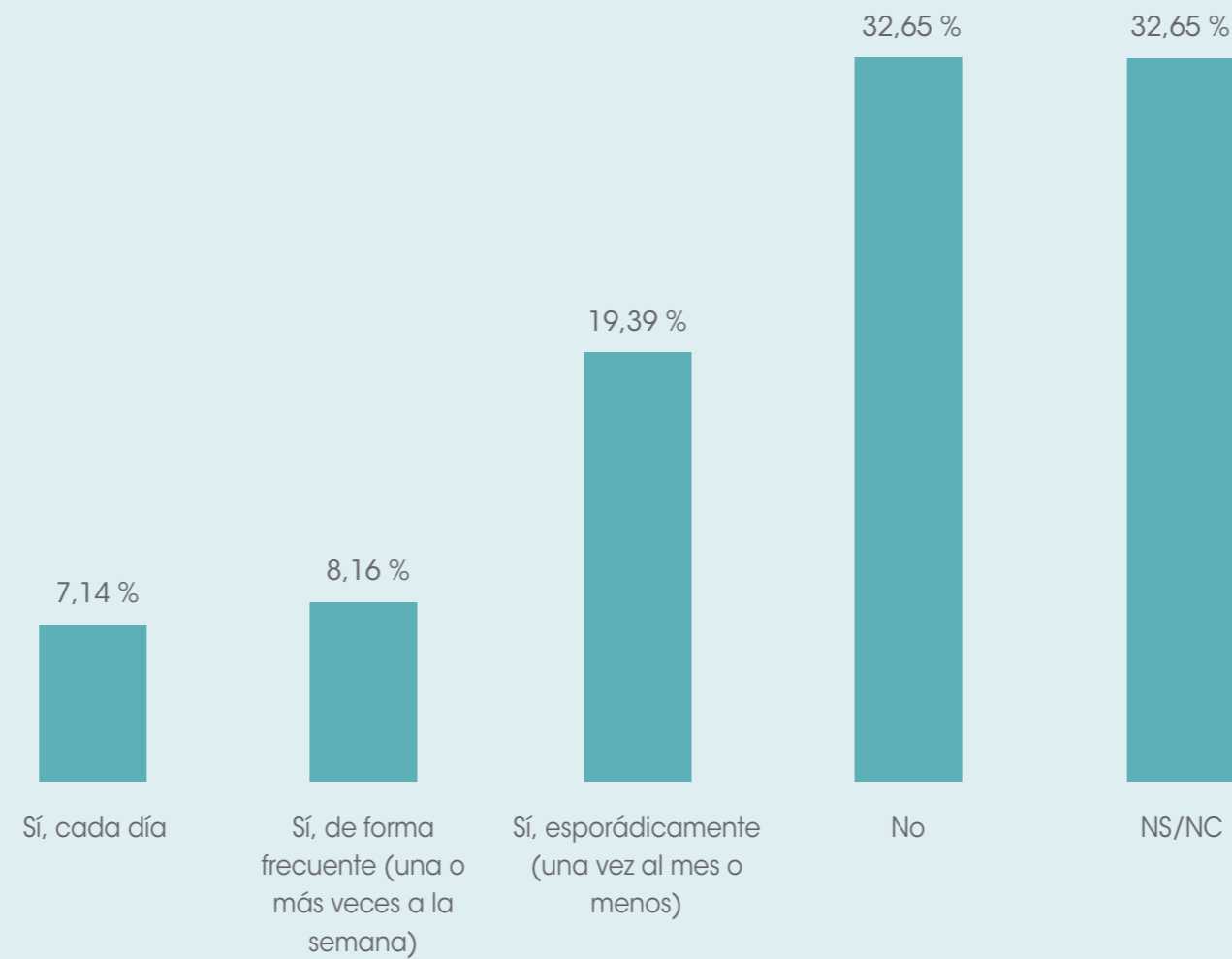


Figura 28. Presencia de fruta fresca gratuita en la empresa.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿La empresa facilita los servicios de un/a profesional de la nutrición a los trabajadores para obtener recomendaciones personalizadas?

También se ha preguntado si la empresa facilita los servicios de profesionales de la nutrición con el objetivo de obtener recomendaciones personalizadas en materia de alimentación saludable (Figura 29). El 35,71% de las empresas afirman no ofrecer esos servicios y el 19,39% dice ofrecerlos de forma gratuita dentro de la empresa. Ofrecer estos servicios en forma de copago en la misma empresa (4,08%), a través de centros con centros externos (4,08%) y con consultas online (4,08%) son las otras formas en las que se ofrecen estos servicios.

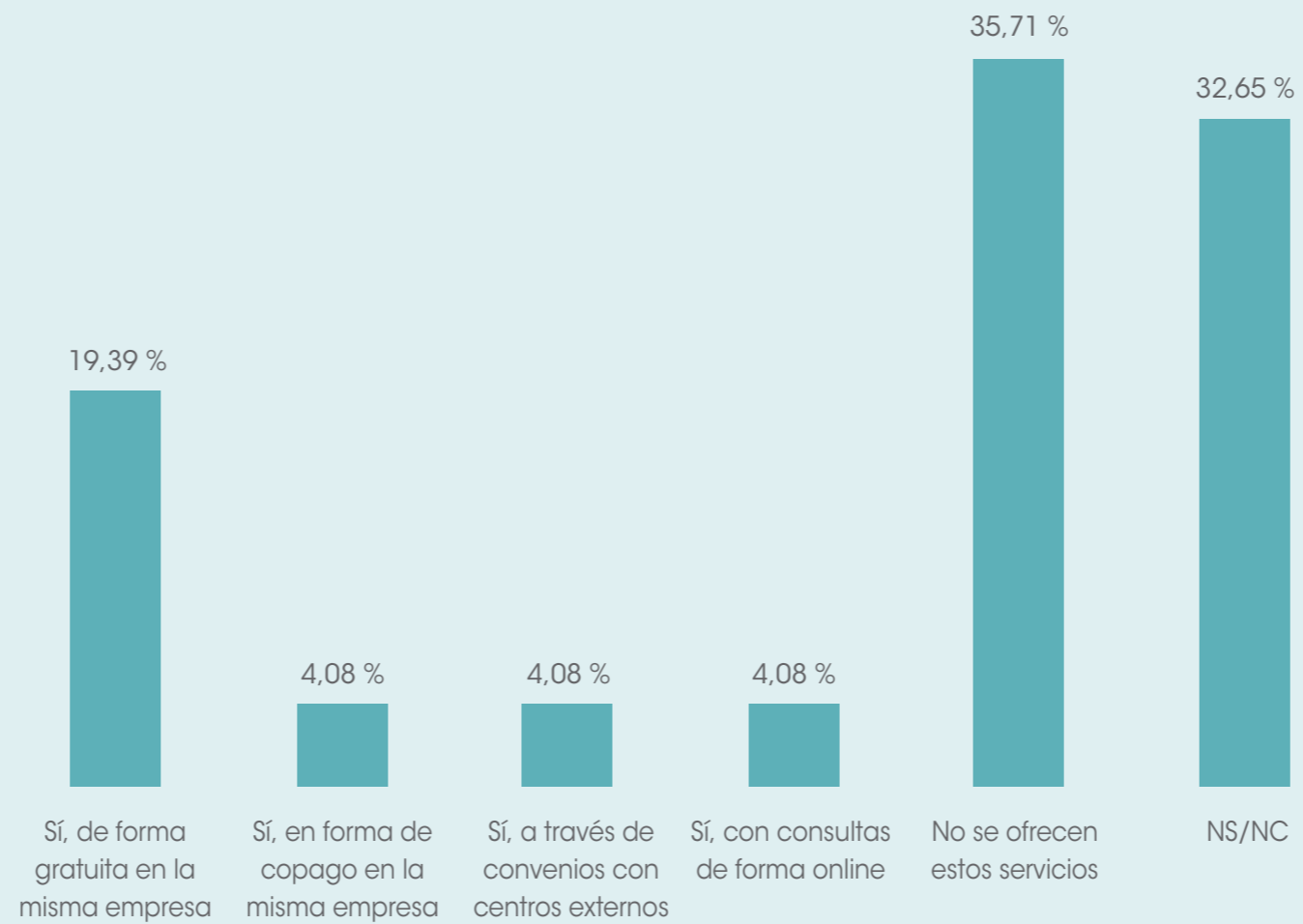


Figura 29. Servicios de profesionales de la nutrición salud ofrecidos por parte de la empresa.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: *¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con una alimentación saludable?*

Como respuesta abierta, sobre los indicadores para la evaluación del impacto de las acciones relacionadas con una alimentación saludable se han señalado: «estadísticas de impacto, éxito de consumo de fruta fresca, estudios observacionales, porcentaje de participación y asistencia, encuestas de satisfacción, cambios en indicadores como el peso, composición corporal, IMC, glucosa, colesterol o triglicéridos, absentismo y bajas laborales, consultas médicas, etc.». Muchos encuestados indican no disponer de indicadores para la evaluación del impacto.

5.2. Actividad física y ejercicio físico

Pregunta: *¿Se han llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de la actividad física y/o ejercicio físico?*

Pregunta: *¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre su estado de forma física?*

Pregunta: *¿Se ha elaborado un plan de acción para la promoción de un estilo de vida activo?*

Un 68,73% de las empresas afirman haber llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de la actividad física y/o el ejercicio físico (Figura 30). Sin embargo, sólo un 19,39% afirman haber llevado a cabo un diagnóstico a los trabajadores sobre el estado de su forma física (Figura 31). Por otra parte, un 30,61% de las empresas dicen haber elaborado un plan de acción para la promoción de la actividad física y/o ejercicio físico (Figura 32).

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 30. Empresas que han llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de la actividad física y/o ejercicio físico.

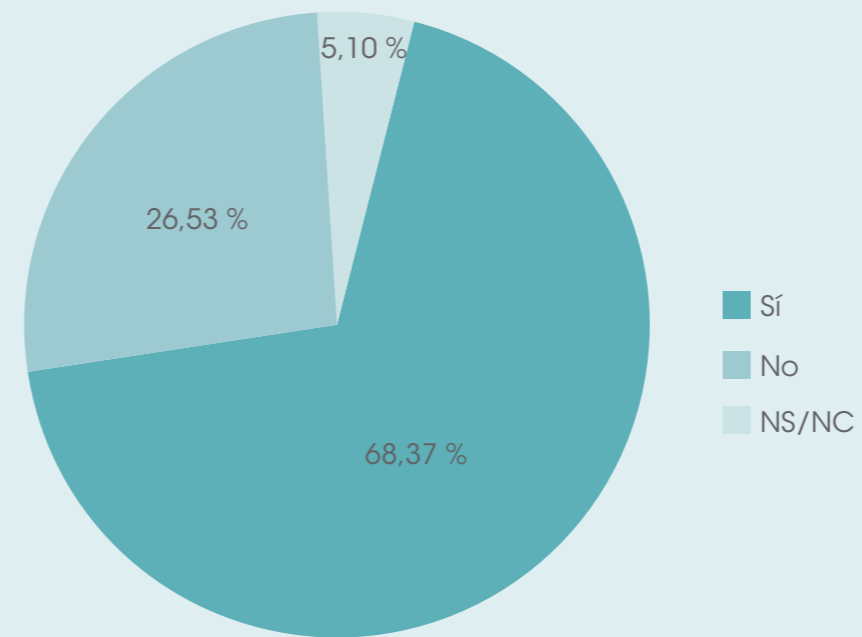
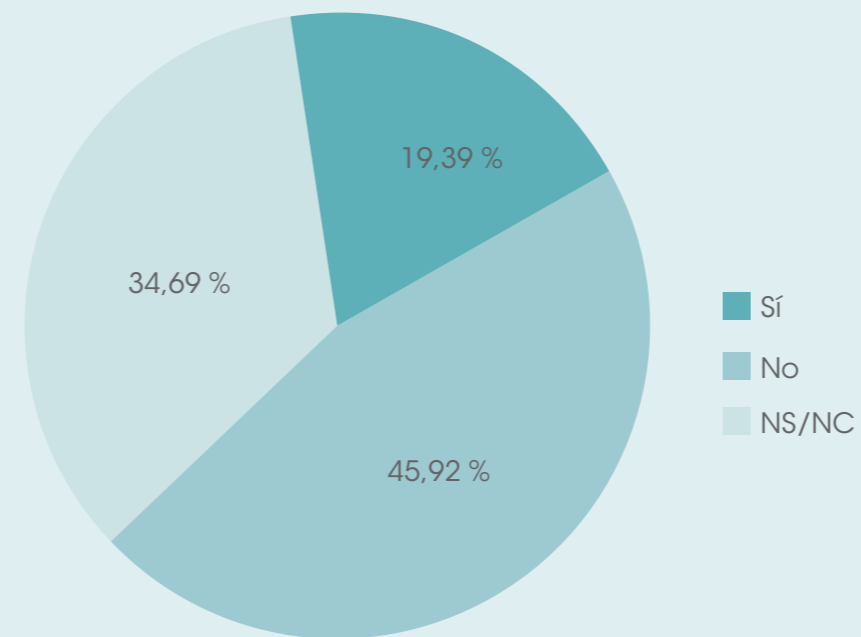
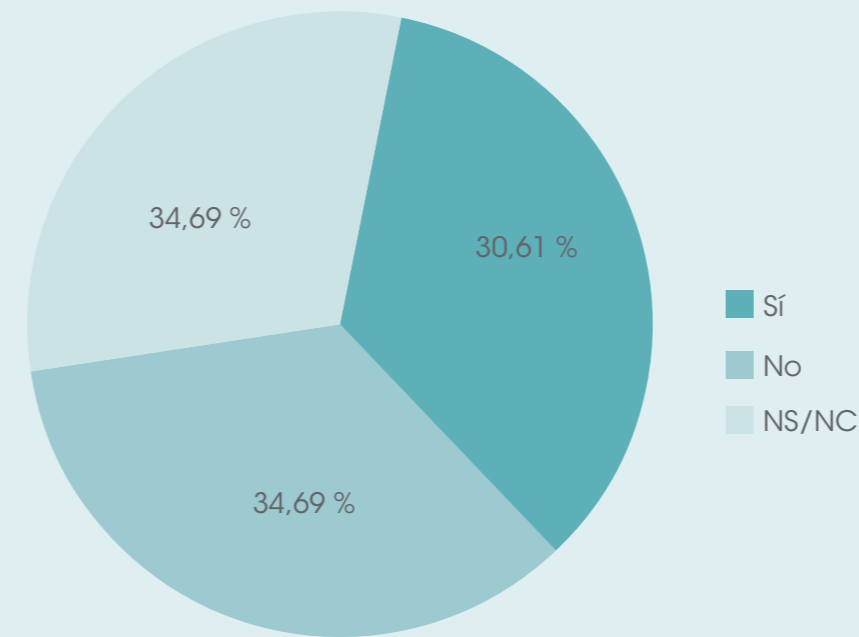


Figura 31. Empresas que han llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre su estado de forma física.



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 32. Empresas que han elaborado un plan de acción para la promoción de la actividad física y/o ejercicio físico.



Pregunta: ¿Se organizan actividades de ejercicio físico durante las horas de trabajo? (pausas activas en la oficina, calentamiento o ejercicio preventivo dentro de la misma empresa).

Pregunta: ¿Existe un programa de ejercicio específico para prevenir lesiones y accidentes relacionados con el sistema osteomuscular en el trabajo?

En relación a la incorporación del ejercicio físico en el trabajo, se ha preguntado por la existencia de acciones tales como pausas activas en las oficina o calentamiento o ejercicio preventivos. El 20,41% afirma organizar este tipo de actividades durante las horas de trabajo (Figura 33).

Por otra parte, relacionado con el ejercicio físico como medida preventiva de lesiones osteomusculares se ha preguntado por la existencia de programas específicos que se desarrollen en el lugar de trabajo (Figura 34). El 27,55% de las empresas afirman no tener un programa específico de ejercicio físico como medida preventiva, el 24,49% dicen tenerlo como medida de corrección ergonómica en el puesto de trabajo, el 9,18% dicen tenerlo como programa formativo, y el 4,08% afirma tener un programa de ejercicio laboral que se lleva a cabo en los puestos de trabajo.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 33. Empresas que organizan actividades de ejercicio físico durante las horas de trabajo.

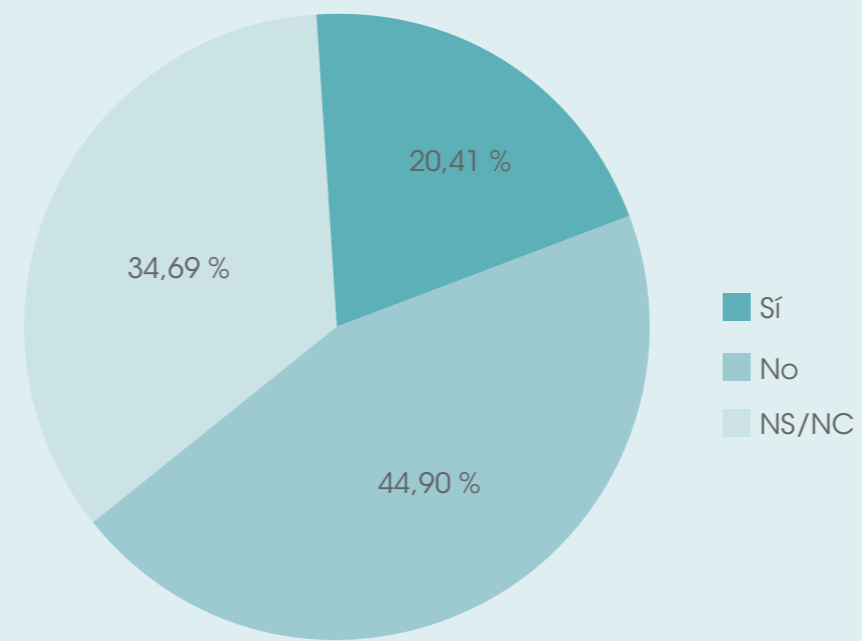
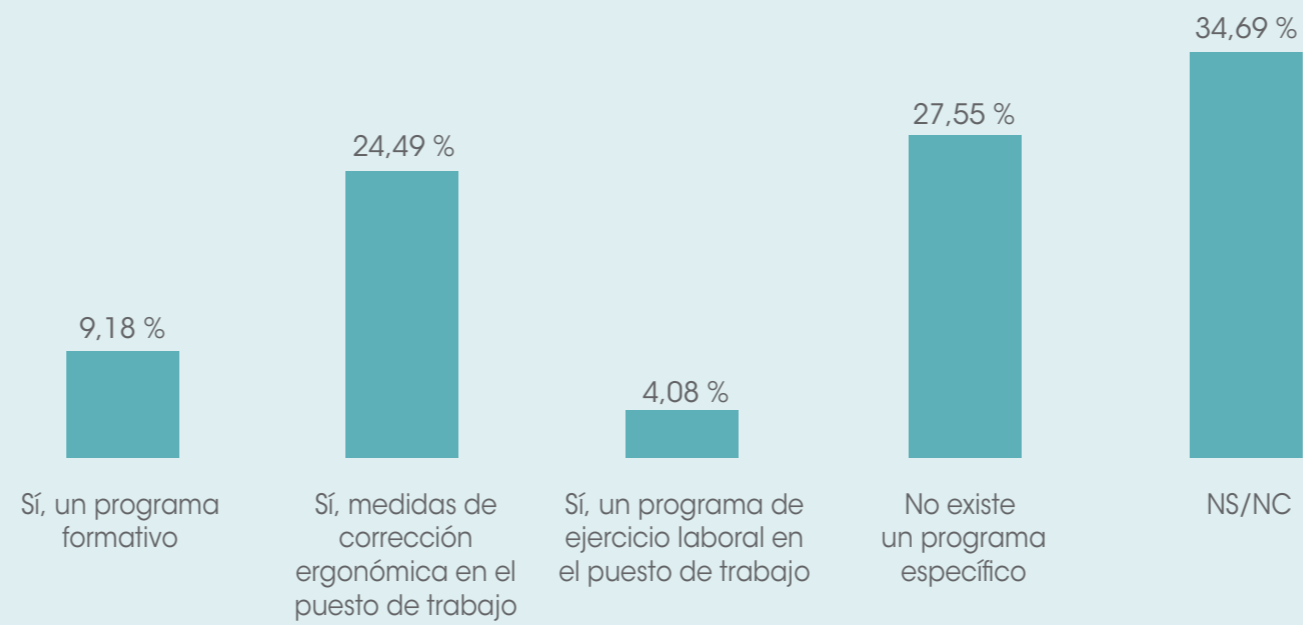


Figura 34. Empresas que disponen de programas de ejercicio físico como medida preventiva de lesiones y accidentes relacionados con el sistema osteomuscular en el trabajo.

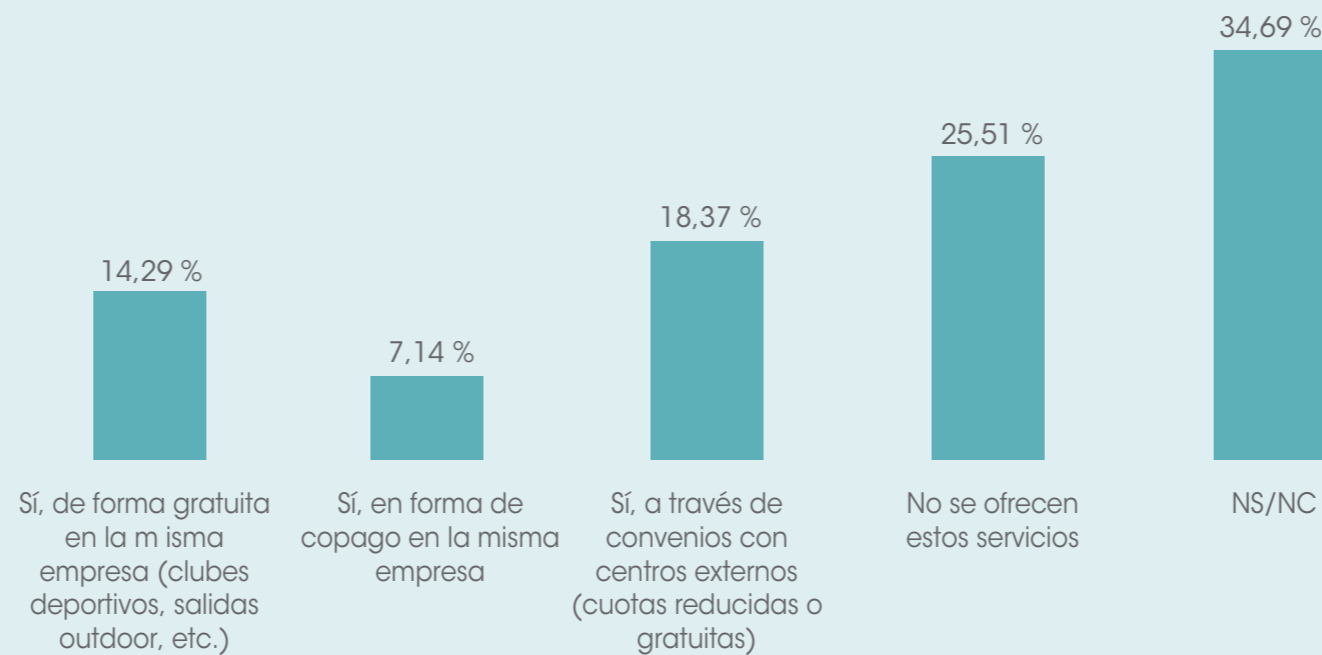


ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 35. Servicios de actividad física ofrecidos por parte de la empresa fuera de la jornada laboral.

Pregunta: ¿La empresa ofrece actividades físicas antes y/o después de la jornada laboral?

Siguiendo con las actividades de promoción de la actividad física, también se ha preguntado por si la empresa ofrece actividades fuera de la jornada laboral (Figura 35). El 25,51% de las empresas dicen no ofrecer estos servicios, el 18,37% dicen ofrecerlos a través de convenios con centros externos, el 14,29% dicen ofrecerlos de forma gratuita en la misma empresa y el 7,14% en forma de copago en la misma empresa.

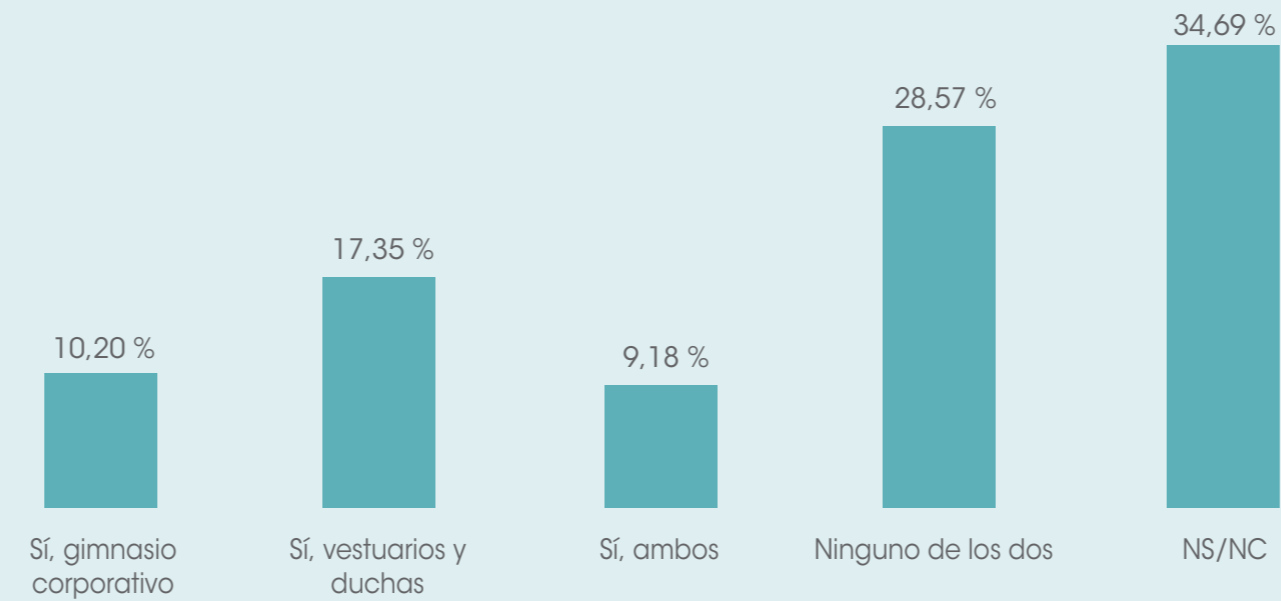


Pregunta: ¿Existe equipamiento en el mismo centro de trabajo que pueda usarse para hacer ejercicio (gimnasio corporativo y/o vestuarios y duchas)?

Sin formar parte de un programa específico sino como medida de entorno saludable, se ha preguntado por la existencia de equipamiento deportivo y/o de vestuarios y duchas a disposición de los trabajadores (Figura 36). El 28,57% de las empresas dicen no disponer de ninguna de las dos opciones, el 17,35% dicen disponer de vestuarios y duchas, el 10,20% dicen disponer de gimnasio corporativo y el 9,18% disponen de las dos opciones.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 36. Empresas que disponen equipamiento en el mismo centro de trabajo y que pueda usarse para hacer ejercicio físico.



Pregunta: ¿La empresa ofrece información sobre hábitos de actividad física saludable? ¿A través de qué canales de comunicación?

Acerca de la información sobre hábitos de actividad física saludable, sólo un 3,14% de las empresas afirman no ofrecer esa información por ninguno de los canales de comunicación establecidos (Figura 37). Los canales de comunicación más utilizados para difundir esta información son: intranet de la empresa (18,32), correo electrónico (16,75%), campañas (14,66), sesiones informativas (12,04%), eventos (10,47%), tablón de anuncios (7,85%), revista de la empresa (7,33%), otros canales (5,24%) y plataforma de salud (4,19%).

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

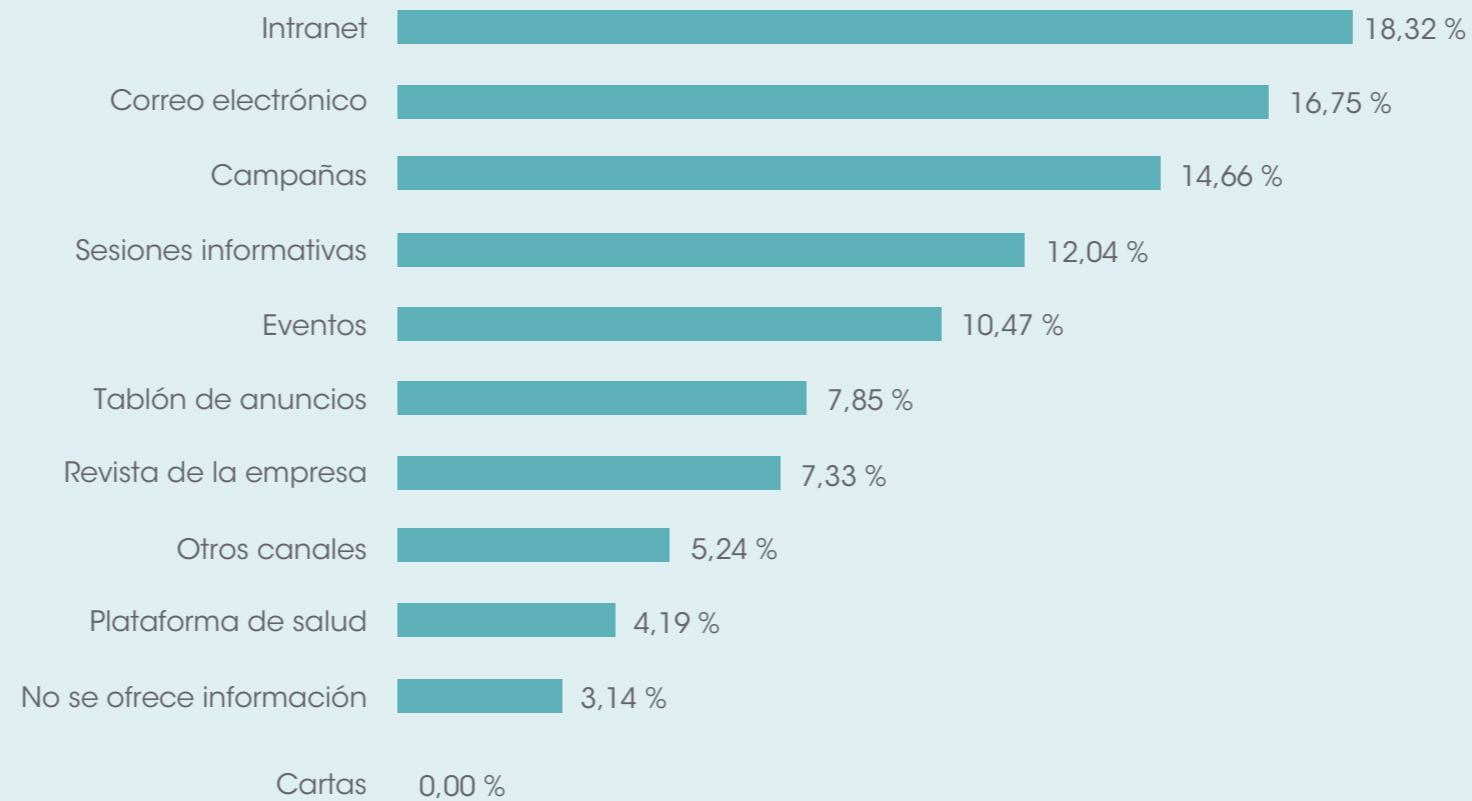


Figura 37. Canales de comunicación utilizados para la difusión de información sobre hábitos de actividad física saludable.

Pregunta: *¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con una actividad física saludable?*

Como respuesta abierta, sobre los indicadores para la evaluación del impacto de las acciones relacionadas con una actividad física saludable se han señalado: «éxito de altas en cuotas de socios, porcentajes de participación y asistencia, absentismo laboral, capacidad aeróbica, fuerza de brazos, horas de actividad física realizadas, evolución del peso, percepción de salud, satisfacción, pruebas físicas periódicas, etc.». Muchos encuestados indican no disponer de indicadores para la evaluación del impacto.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

5.3. Gestión emocional y estrés

Pregunta: ¿Se han llevado a cabo acciones relacionadas con la gestión emocional y el estrés?

Pregunta: ¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores/as sobre su gestión emocional y el estrés?

Un 62,24% de las empresas afirman haber llevado a cabo acciones relacionadas con la gestión emocional y el estrés (Figura 38). Sin embargo, sólo un 35,71% afirman haber llevado un diagnóstico a los trabajadores sobre la gestión emocional y el estrés (Figura 39).

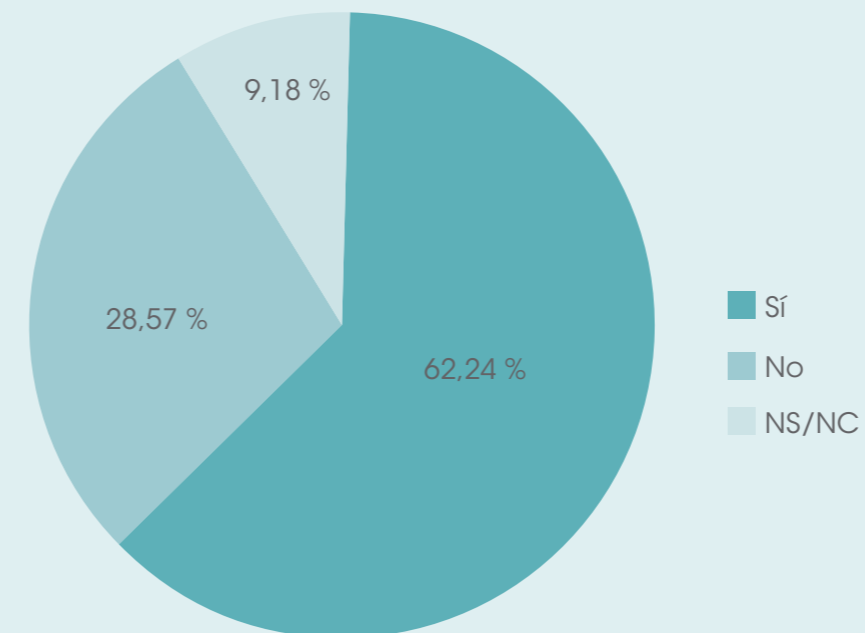
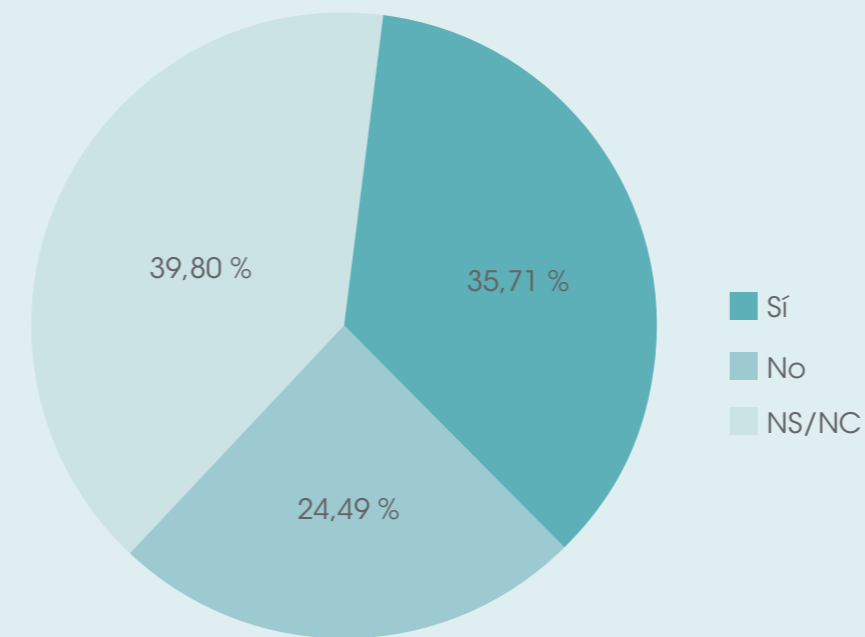


Figura 38. Empresas que han llevado a cabo acciones relacionadas con la gestión emocional y el estrés.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 39. Empresas que han llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre su gestión emocional y el estrés.



Pregunta: ¿Se organizan actividades formativas en grupo para ofrecer herramientas para gestionar el estrés?

Pregunta: ¿La empresa ofrece espacios de descanso dentro del mismo centro de trabajo para favorecer momentos de relax y distensión a los trabajadores?

Pregunta: ¿La empresa ofrece herramientas para la conciliación laboral-personal a sus empleados?

Pregunta: ¿Ofrece la empresa asesoramiento psicológico confidencial o ayuda a aquellos trabajadores/as que padecen estrés?

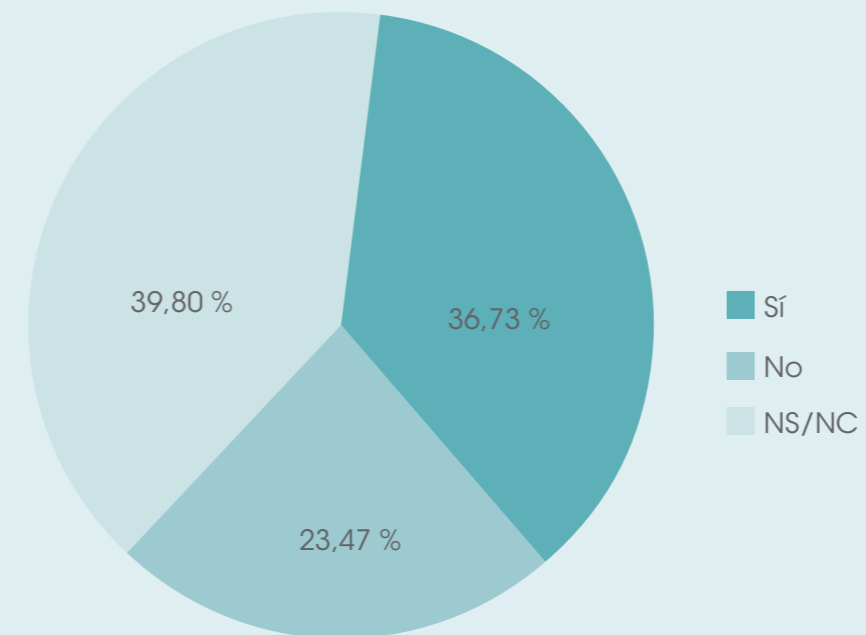
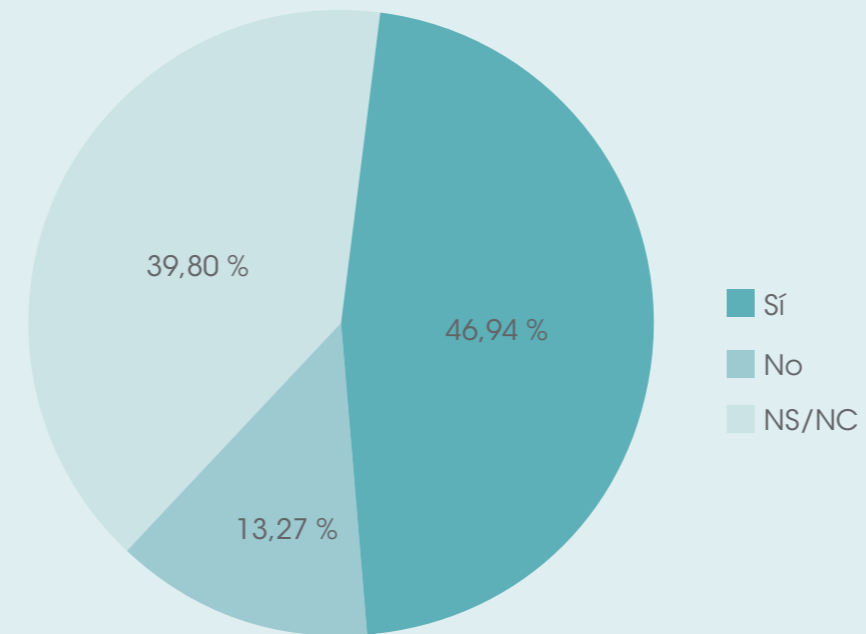
En relación a acciones concretas o servicios que la empresa ofrece a los trabajadores para la gestión emocional, el 46,94% de las empresas afirma organizar actividades formativas en grupo con el objetivo de dar herramientas para la gestión del estrés (Figura 40). El 36,73% de las empresas dicen disponer de espacios de descanso dentro del mismo centro de trabajo para favorecer momentos de relajación y distensión (Figura 41). El 47,96% de las empresas dice ofrecer herramientas de conciliación laboral-personal a sus empleados

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 40. Empresas que organizan actividades formativas en grupo para ofrecer herramientas de gestión del estrés.

Figura 41. Empresas que ofrecen espacios de descanso dentro del mismo centro de trabajo para favorecer momentos de relajación y distensión.

(Figura 42). Finalmente, el 32,65% de las empresas dice ofrecer asesoramiento psicológico o ayuda a aquellos trabajadores que padecen estrés (Figura 43).



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Figura 42. Empresas que ofrecen herramientas de conciliación laboral-personal.

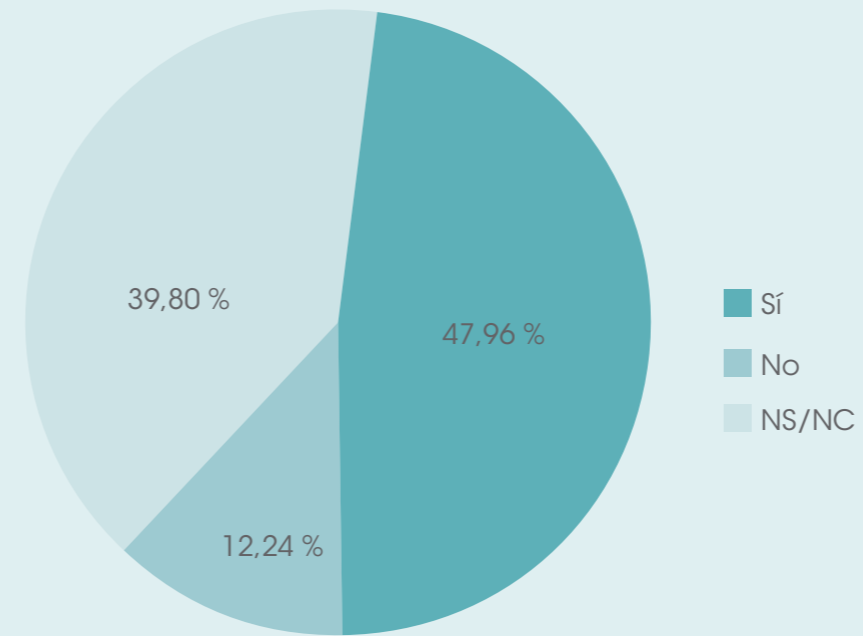
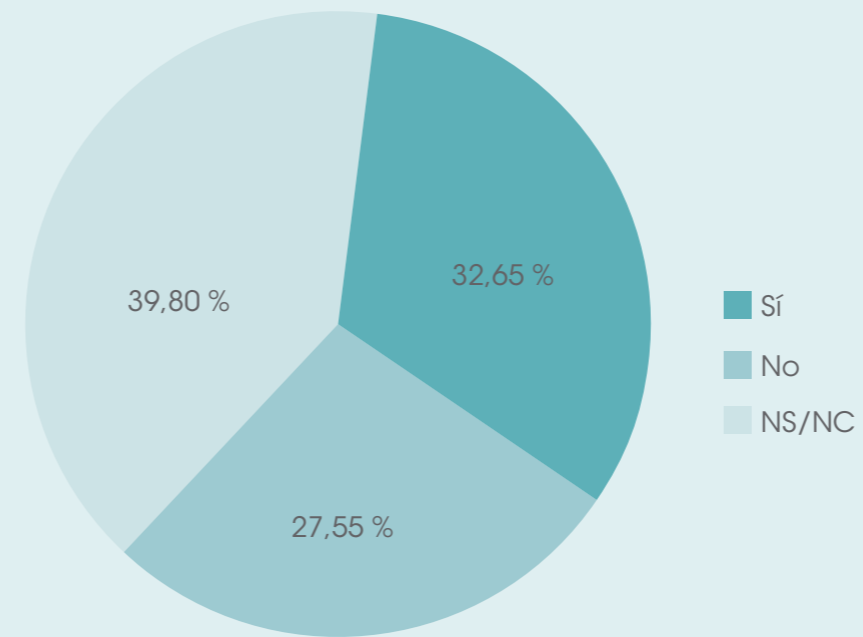


Figura 43. Empresas que ofrecen asesoramiento psicológico para la gestión del estrés.



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: ¿La empresa ofrece información sobre gestión emocional y gestión del estrés? ¿A través de qué canales de comunicación?

Acerca de la información sobre gestión emocional y gestión del estrés, sólo un 4,61% de las empresas afirman no ofrecer esa información por ninguno de los canales de comunicación establecidos (Figura 44). Los canales de comunicación más utilizados para difundir esta información son: sesiones informativas (19,74%), intranet de la empresa (17,76%), correo electrónico (13,82%), campañas (13,16%), otros canales (9,21%), revista de la empresa (7,24%), eventos (5,92%), tablón de anuncios (5,26%) y plataforma de salud (3,29%).

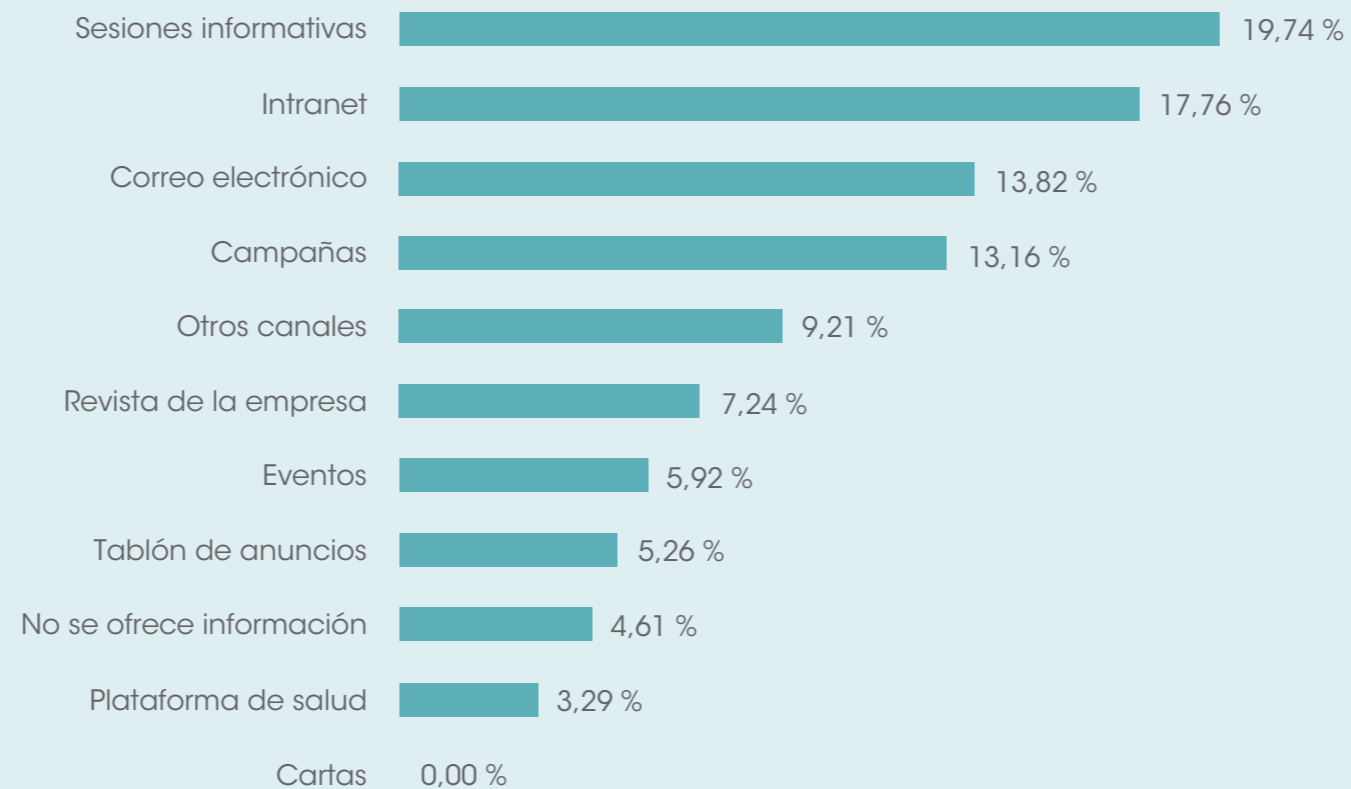


Figura 44. Canales de comunicación utilizados para la difusión de información sobre gestión emocional y gestión del estrés.

ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Pregunta: *¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con la gestión emocional y del estrés?*

Como respuesta abierta, sobre los indicadores para la evaluación del impacto de las acciones relacionadas con la gestión emocional y del estrés se han señalado: «porcentajes de participación y asistencia, absentismo y bajas laborales, clima laboral, estrés, encuestas y cuestionarios, indicadores psicosociales, etc.». Muchos encuestados indican no disponer de indicadores para la evaluación del impacto.

5.4. Tabaco, alcohol y calidad del sueño

Pregunta: *¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y prevención del tabaquismo en su empresa?*

Pregunta: *¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y prevención de otros hábitos tóxicos? (alcohol u otro tipo de sustancia estupefaciente)*

Pregunta: *¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y mejora del sueño y el descanso?*

Finalmente, también se ha preguntado por las acciones preventivas o planes de actuación (aunque sea como parte del plan de prevención de riesgos laborales) entorno a otros hábitos como el consumo de tabaco y alcohol, y la mejora del sueño y el descanso.

En relación a la evaluación y prevención del tabaquismo, el 32,65% de las empresas afirman contar con un plan de actuación específico para su evaluación y prevención (Figura 45). El 20,41% afirman tener un plan de actuación para la evaluación y prevención de otros hábitos tóxicos como el alcohol u otro tipo de sustancias estupefacientes (Figura 46). En relación a la mejora del sueño y el descanso, el 14,29% afirman tener un plan de actuación para su evaluación y mejora (Figura 47).

ESTADO ACTUAL
EN RELACIÓN A LA
PROMOCIÓN DE UN ESTILO
DE VIDA SALUDABLE

Figura 45. Empresas que cuentan con un plan de actuación específico para la evaluación y prevención del tabaquismo.

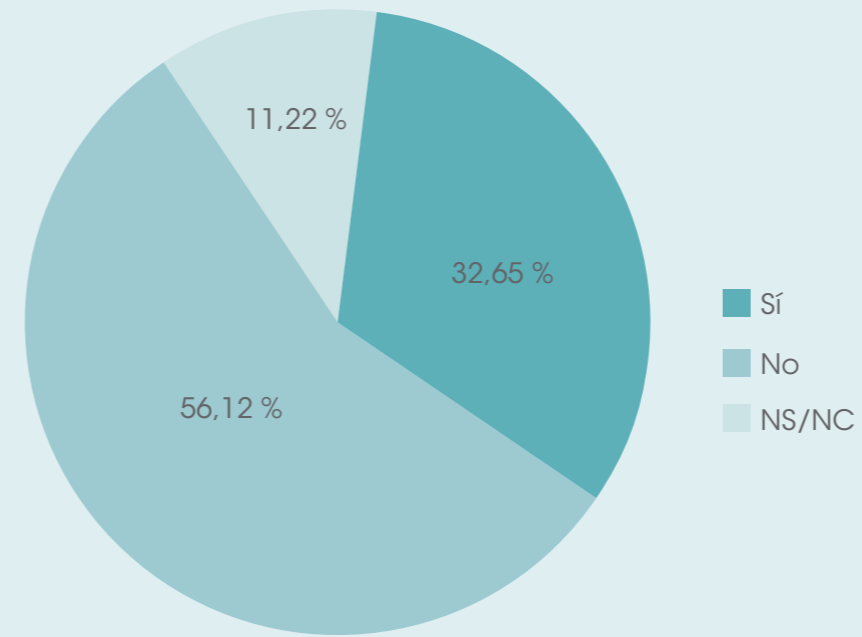
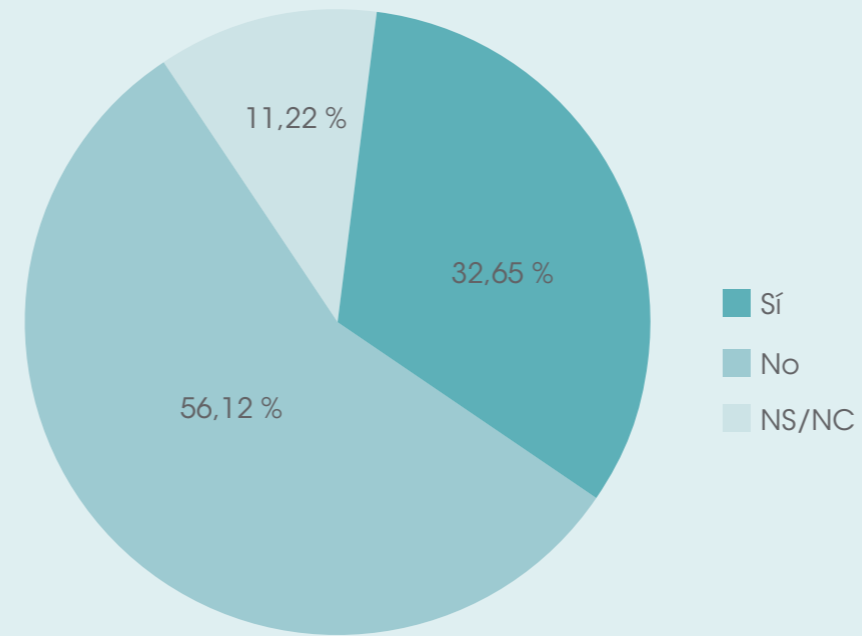
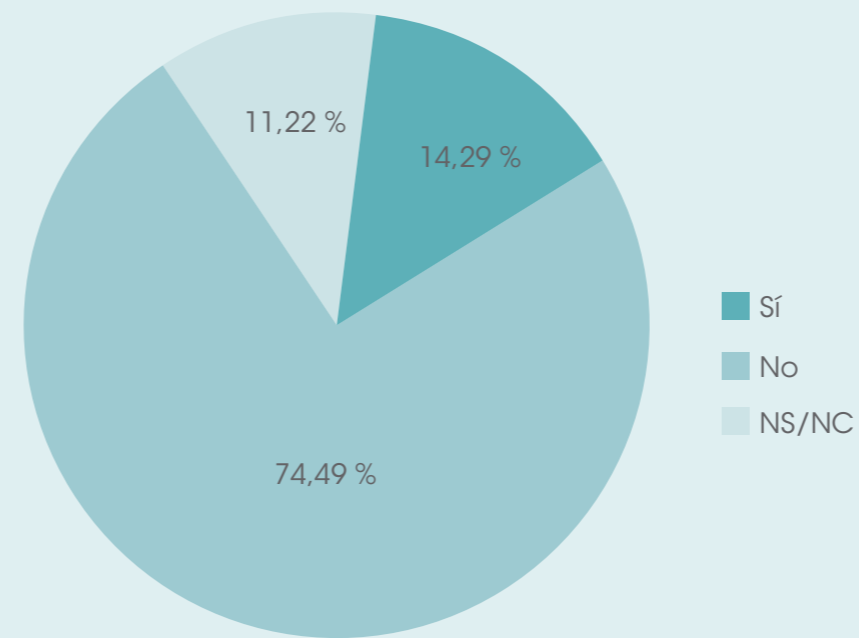


Figura 46. Empresas que cuentan con un plan de actuación específico para la evaluación y prevención del alcoholismo o consumo de otras sustancias estupefacientes.



ESTADO ACTUAL EN RELACIÓN A LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

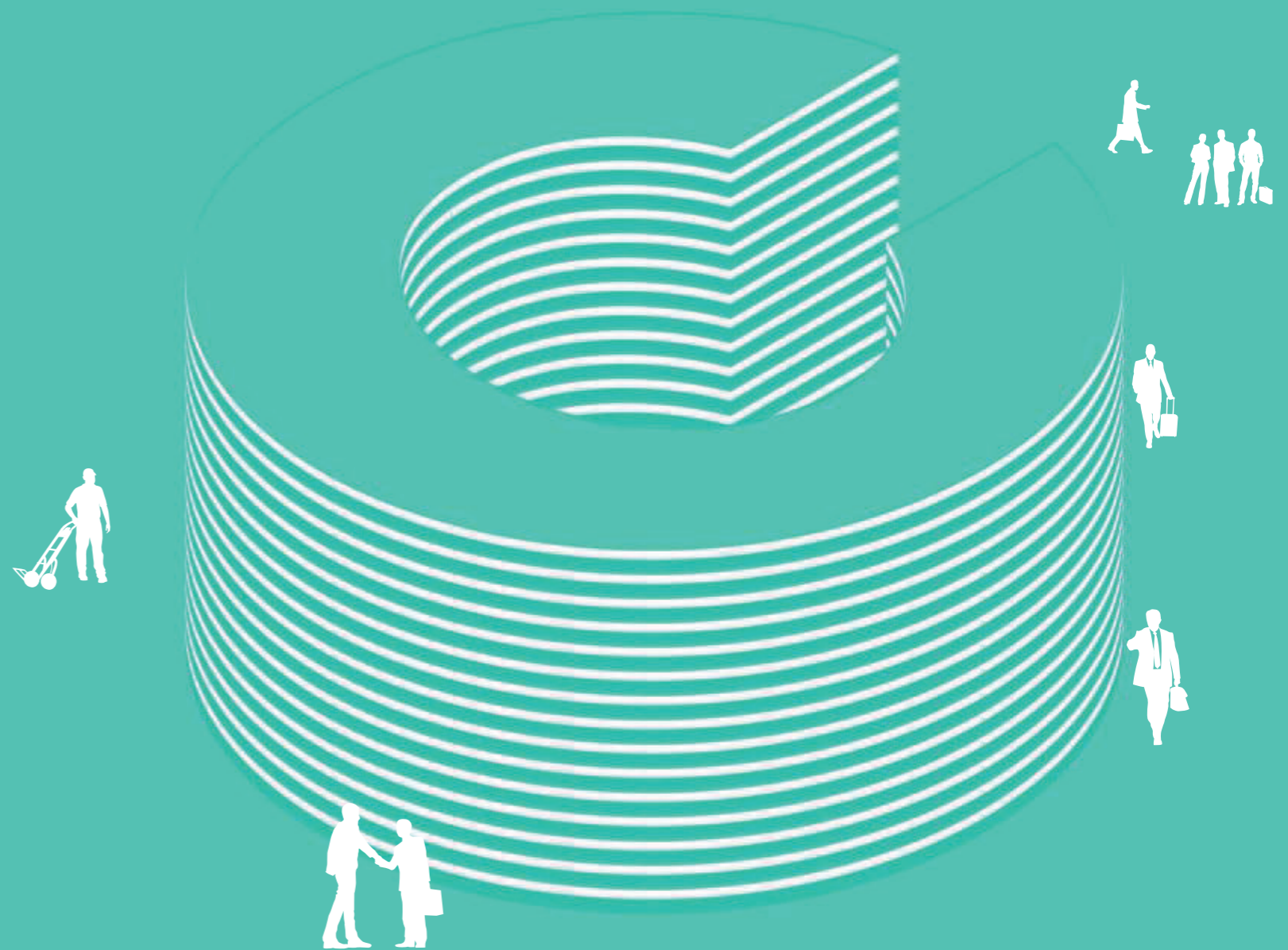
Figura 47. Empresas que cuentan con un plan de actuación específico para la evaluación y mejora del sueño y descanso.



Pregunta: *¿Se cuenta con otros planes específicos no nombrados anteriormente? ¿Cuáles?*

Como respuesta abierta, sobre otros planes específicos con los que cuentan las empresas se han señalado: «proyectos de prevención de riesgo cardiovascular, campañas de detección precoz de cáncer (cáncer genital masculino y femenino, colon glaucoma, próstata, pulmón, etc.), campañas de prevención del ictus y muerte súbita, gestión de la edad, prevención del sobrepeso y obesidad, prevención de trastornos auditivos, programas de adaptación tras largos periodos de baja laboral, planes de acción para afrontar el envejecimiento de las plantillas, etc.»

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Sobre el contexto actual de los proyectos de promoción de la salud en el trabajo:

- El **90,82%** de las empresas encuestadas afirma haber formulado por escrito los principios de prevención para la seguridad y salud en el trabajo, pero en el caso de los principios de promoción de la salud la cifra desciende al **50%**. Es necesario situar al nivel de la prevención de la seguridad y la salud la promoción de la salud en los próximos años.
- El **43,88%** de las empresas encuestadas ya disponen de Planes y Programas de PST, pero la cifra desciende en el caso de los Proyectos de PST que se sitúa en el **35,71%** de las empresas.
- El **19,39%** de las empresas encuestadas no dispone ni tienen pensado desarrollar Planes de PST, cifra similar en el caso de los Programas de PST, que se sitúa en el **17,35%**. Sin embargo, en el caso de los Proyectos de PST, la cifra es mucho mayor, siendo el **26,53%** de las empresas que no disponen ni tienen pensado desarrollarlos. Por una parte, tanto para los Planes y los Programas de PST, las empresas que ya disponen o los tienen pensado desarrollar suponen el **80,61%** y el **82,66%**, respectivamente. Sin embargo, es necesario que estas cifras se trasladen en el caso de los Proyectos. En este sentido, sería necesario revisar los Planes y Programas de PST y los motivos por los cuáles no están dando lugar a Proyectos de PST concretos y operativos.
- Las comisiones o grupos de trabajo que existen están principalmente formadas por los departamentos de PRL y RRHH (**50,51%**). Estos departamentos también son los principales encargados del desarrollo de los Proyectos de PST (**68,5%**) y de su gestión (**81,58%**). En este sentido, estas cifras pueden ser herencia de las intervenciones en materia de prevención de riesgos laborales y quizá sería necesaria la inclusión de otros departamentos como el servicio médico, comunicación interna o RSC, infrarrepresentados en el desarrollo y gestión, para potenciar los Proyectos de PST.

Sobre las iniciativas llevadas a cabo y recursos destinados en el período 2015-2019:

- La tendencia del número de iniciativas llevadas a cabo en relación a los Proyectos de PST ha sido creciente en el período 2015-2018, pasando de un total de **203** iniciativas a **345**. Otro aspecto positivo es que en el momento de realizar la encuesta **69** iniciativas ya estaban previstas para el año 2019.
- Sobre las temáticas de los programas en los que se han centrado las iniciativas llevadas a cabo, la promoción de hábitos saludables ha estado presente en el **23,18%** de las empresas encuestadas en el período 2015-2018. A destacar que en 2018, respecto el año 2015, el incremento de iniciativas en materia de promoción de hábitos saludables ha sido del **80,56%**. Destacable también han sido los crecimientos en materia de riesgo psicosocial y gestión de las emociones, que ha sido del **138,1%**, y creación de una cultura saludable, que ha sido del **131,58%**.

CONCLUSIONES

- Sobre los recursos destinados, el **39,71%** de las empresas afirma realizar los Proyectos de PST con recursos propios durante el período 2015-2018, aunque hay que destacar que la tendencia es ligeramente a la baja, pasando del **42,86%** en 2015 al **37,43%** en 2018. Por otra parte, la externalización de los servicios para realizar los Proyectos de PST están aumentando, pasando del **11,43%** en 2015 al **16,2%** en 2018 su realización a través de la mutua de accidente, y del **7,62%** en 2015 al **12,29%** en 2018 a través de una empresa especialista en PST.
- En cuanto a las partidas presupuestarias, las categorías que más han incrementado en el año 2018 respecto el año 2015 han sido las de entre 10.000 y 20.000 euros (+32,35%), entre 20.000 y 50.000 euros (+16,47%), y entre 1.000 y 5.000 euros (+27,06%).
- Es destacable que el **42,31%** de las acciones llevadas a cabo en relación a los Proyectos de PST se han realizado sin tener en cuenta unos objetivos e indicadores medibles. En este sentido, es necesario que en los próximos años todas las acciones en materia de PST respondan a objetivos y necesidades detectadas, así como disponer de indicadores de evolución que permitan conocer su impacto. De no ser así, muchas iniciativas se pueden estar llevando a cabo sin que sean necesarias o llevándose a cabo de forma incorrecta, además de estar dejando de hacer acciones realmente necesarias.
- Sobre los canales de comunicación entre empresa y trabajadores/as en relación a las acciones de PST, en el **51,25%** de los casos, el correo electrónico corporativo y/o la intranet corporativa están presentes. Sólo un **6,25%** de las empresas encuestadas afirman disponer de una plataforma o página exclusiva para los Proyectos de PST. En este sentido, es importante que la existencia de canales exclusivos y centrados únicamente en las acciones de PST (plataformas, webs, blogs, etc.) se incremente en los próximos años, pues vincular y comunicar las acciones de PST a canales como el correo electrónico o la intranet, con los que ya se gestionan una buena cantidad de funciones y temas, puede quitar protagonismo y prioridad a los Proyectos de PST.

Sobre el estado actual en relación a la promoción de un estilo de vida saludable:

- Se han llevado acciones en el **72,45%** de las empresas encuestadas en el área de alimentación saludable, en el **68,37%** en el área de actividad física y/o ejercicio físico, y en el **62,24%** en el área de gestión emocional y estrés.
- Se han elaborado planes de acción en el **37,76%** de las empresas encuestadas en el área de alimentación saludable y en el **30,61%** en el área de actividad física y/o ejercicio físico.
- Se han llevado diagnósticos específicos sobre los hábitos nutricionales en el **26,53%** de las empresas encuestadas, diagnósticos sobre el estado de forma física en el **19,39%** de las empresas encuestadas, y diag-

CONCLUSIONES

nósticos sobre la gestión emocional en el **35,71%** de las empresas. Se observa pues, una discrepancia entre el número de acciones que se realizan en relación a los hábitos de salud y los diagnósticos específicos para estos hábitos. En este sentido, es necesario que las empresas realicen diagnósticos específicos antes de llevar a cabo acciones o elaborar planes de acción.

- En relación a la promoción de alimentación saludable, sólo el **15,31%** de las empresas encuestadas ofrece información detallada acerca de los platos del comedor de la empresa y el **5%** información acerca del contenido calórico de los platos. Por otra parte, sólo el **21,43%** de las empresas encuestadas ofrece menú saludable bajo en contenido calórico y menú con opciones para personas con intolerancias. En este sentido, las primeras acciones a tomar en materia de promoción de la alimentación saludable en los próximos años debería centrarse en la mejora de los menús que las empresas ofrecen en sus comedores, así como proporcionar más información nutricional. Puede ser contradictorio impulsar acciones puntuales de alimentación saludable si en elementos permanentes como el comedor propio de la empresa no se refleja la misma filosofía.
- Sobre las máquinas expendedoras, sólo un **3,06%** de las empresas encuestadas disponen de máquinas que únicamente ofrecen alimentos saludables, y sólo un **4,08%** los ofrecen a precios inferiores. Por otra parte, el **38,78%** de las empresas encuestadas dicen disponen de máquinas expendedoras en las cuales coexisten alimentos saludables y no saludables. En este sentido, y de la misma forma que sucede con los comedores, puede ser contradictorio impulsar acciones puntuales de alimentación saludable si en elementos permanentes como las máquinas expendedoras no se refleja la misma filosofía.
- Como acción específica, la fruta fresca gratuita está presente en el **34,69%** de las empresas encuestadas, ya sea cada día, de forma frecuente o de forma esporádica. En este sentido, y relacionado con los anteriores puntos, tres acciones de promoción de la alimentación saludable prioritarias a otras acciones más complejas deberían ser: mejorar la oferta de los menús del comedor de la empresa, impulsar máquinas expendedoras con oferta únicamente saludable, y aumentar la presencia de fruta fresca en los lugares de trabajo.
- Como servicios específicos, el **34,63%** de las empresas encuestadas ofrece los servicios de un/a profesional de la nutrición, ya sea de forma gratuita, en forma de copago, a través de convenios externos o de forma online.
- En materia de actividad física en la empresa, el **20,41%** de las empresas encuestadas organiza actividades de ejercicio físico durante las horas de trabajo. Por otra parte, el **27,55%** de las empresas encuestadas no dispone de programas de ejercicio físico como medida preventiva de lesiones y accidentes con el sistema osteomuscular. En este sentido, en los próximos años deben impulsarse programas preventivos basados en

CONCLUSIONES

el ejercicio físico, especialmente en aquellos colectivos que sufren bajas laborales y/o absentismo por lesiones musculares. Para el resto de colectivos, las acciones deben centrarse más en actividades de promoción de la actividad física, más que como acción meramente preventiva.

- En cuanto a la presencia de actividad física fuera de la jornada laboral, el **39,8%** de las empresas encuestadas la ofrece ya sea de forma gratuita en la misma empresa, en forma de copago o a través de convenios con centros externos. Este tipo de iniciativas pueden ser una buena acción inicial en materia de promoción de la actividad física, especialmente en empresas que no pueden integrar la actividad física o el ejercicio físico dentro de la jornada laboral.
- En materia de gestión emocional y estrés, el **46,94%** de las empresas encuestadas afirma organizar actividades formativas en grupo para la gestión del estrés, el **36,73%** dispone de espacios de descanso en el mismo lugar de trabajo, el **47,96%** ofrece herramientas de conciliación laboral-personal, y el **32,65%** ofrece asesoramiento psicológico para la gestión del estrés. Estas cifras son claramente mejorables y marcan las prioridades que las empresas deben tener en materia de gestión emocional y estrés en los próximos años. De la misma forma que en ciertas acciones en materia de alimentación saludable, en el caso de la gestión emocional, puede ser contradictorio impulsar iniciativas complejas si elementos esenciales y permanentes no están tratados.
- En materia de consumo de tóxicos, el **32,65%** de las empresas encuestadas cuenta con un plan de actuación para la evaluación y prevención del tabaquismo, y el **20,41%** para el alcoholismo.
- En el caso del sueño como hábito de salud, el **14,29%** de las empresas encuestadas cuenta con un plan de actuación específico para su evaluación y mejora.
- En cuanto a los canales de comunicación para la difusión de información sobre alimentación saludable, actividad física saludable y gestión emocional y estrés, los más utilizados son la intranet corporativa, el correo electrónico, las campañas, y las sesiones informativas. Sobre el uso de una plataforma de salud para la promoción de estos hábitos de salud, únicamente el **4,64%** la utiliza para la difusión de información sobre hábitos nutricionales, el **4,19%** para la difusión de hábitos de actividad física saludable, y el **3,29%** para la difusión sobre gestión emocional y del estrés.

CONCLUSIONES

Anexo 1. Encuesta sobre las iniciativas y proyectos de promoción de la salud en el trabajo en las empresas españolas

Estudio sobre programas de promoción de la salud en el trabajo

Presentación

La presente encuesta, desarrollada con la financiación de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, pretende recoger las características de las iniciativas y proyectos de Promoción de la Salud en el Trabajo (PST) que las empresas han diseñado e implementado en los últimos años y las perspectivas futuras.

El objetivo de esta encuesta es obtener indicadores que permitan conocer la tipología de las iniciativas, los objetivos, el presupuesto anual destinado, los agentes implicados y la duración de los proyectos, entre otros.

Todos los datos que se obtengan serán tratados y analizados de forma totalmente anónima y confidencial y los resultados finales se publicarán en el «Estudio sobre programas de promoción de la salud» que podrá descargarse desde la página Web de la Oficina de Prevención de Riesgos Laborales de Foment del Treball (<http://prl.foment.com/>).

Por favor, lea la encuesta cuidadosamente y responda con máxima sinceridad. Tenga en cuenta que no hay respuestas correctas o incorrectas.

Gracias por colaborar.

CONCLUSIONES

1. Para poder verificar su identidad y enviarle el informe de los resultados de la encuesta, indique su correo electrónico corporativo:

2. Nombre y apellidos:

A. PERFIL DE LA EMPRESA Y DE LA PERSONA QUE RESPONDE

1. Cargo de la persona que responde la encuesta:

- Técnico/a de PRL
- Manager/Responsable de PRL
- Técnico/a de RRHH
- Manager/Responsable de RRHH
- Director/a de RRHH
- Director/a del servicio médico
- Profesional del servicio médico
- Director/a de otras áreas
- Enfermero/a del trabajo interno/a
- Profesional de otras áreas

2. Tamaño de la empresa:

- Menos de 10 trabajadores
- Entre 11 y 49 trabajadores
- Entre 50 y 250 trabajadores
- Más de 250 trabajadores
- Más de 1.000 trabajadores
- Más de 5.000 trabajadores
- Más de 10.000 trabajadores
- Más de 50.000 trabajadores

CONCLUSIONES

3. Sector de actividad de la empresa:

- Sector primario
- Sector secundario o industrial
- Sector terciario o servicios

4. Ubicación de la empresa

- Provincia de Barcelona
- Provincia de Madrid
- Otras

B. PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO

1. ¿Se han formulado por escrito los principios en los que se basa la cultura de prevención para la seguridad y salud en el trabajo?

- Sí
- No

2. ¿Se han formulado por escrito los principios en los que se basa la política de PST en su empresa?

- Sí
- No

3. ¿Su empresa dispone o tiene pensado desarrollar un Plan de PST?

Plan: define a grandes rasgos los conceptos que van a orientar y condicionar los diferentes niveles de planificación. Está estructurado por los programas y determina las prioridades, criterios, estrategias y finalidad.

Por ejemplo: Plan de Salud de la Empresa X.

- Sí
- No

CONCLUSIONES

4. ¿Su empresa dispone o tiene pensado desarrollar Programas de PST?

Programa: se concretan los objetivos y áreas de actuación definidos en un marco de tiempo. Es la operacionalización del plan, indicando las acciones orientadas a alcanzar las metas y objetivos propuestos en el Plan. Por ejemplo: 1. Programa de Prevención de TME, 2. Programa de Prevención de riesgos psicosociales.

- Sí
- No

5. ¿Su empresa dispone o tiene pensado Proyectos de PST?

Proyecto: se describen el conjunto de actividades y tareas concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de cumplir los objetivos marcados en el programa. 1. Proyecto para la evaluación de TME en trabajadores mayores de 50 años, 2. Proyecto para la detección temprana de riesgos psicosociales en las sede X de la empresa.

- Sí
- No

6. En el caso que exista una comisión o grupo de trabajo Proyectos de PST, ¿qué departamentos o perfiles profesionales la integran?

- Dirección
- RRHH
- Compensación y beneficios
- PRL
- Médico
- RSC
- Comunicación
- Happiness Manager
- No existe actualmente una comisión o grupo de trabajo

7. ¿Qué departamento *desarrolla** internamente los Proyectos de PST?

*(*A partir del estudio inicial de la situación, realiza un plan estratégico y plan de acción de acorde con los objetivos que pretende conseguir)*

- Prevención de Riesgos
- Recursos Humanos

CONCLUSIONES

- Compensación y Beneficios
- Comunicación interna
- Servicio médico propio
- RSC
- Otro departamento: _____
- Empresa/Consultora externa
- No llevamos a cabo Proyectos de PST actualmente

8. ¿Qué profesional es el responsable de liderar y gestionar internamente los Proyectos de PST (trato con los proveedores, desarrollo de campañas, planificación, análisis de indicadores, etc.)?

- Técnico/a de PRL
- Manager/Responsable de PRL
- Técnico/a de RRHH
- Manager/Responsable de RRHH
- Director/a de RRHH
- Director/a del servicio médico
- Profesional del servicio médico
- Director/a de otras áreas
- Enfermero/a del trabajo interno/a
- Profesional de otras áreas
- No llevamos a cabo Proyectos de PST actualmente

9. ¿Qué departamento *gestiona internamente los Proyectos de PST?**

*(*Una vez iniciado el programa coordina los agentes implicados, gestiona los recursos, ejecuta en algunos casos y extrae los resultados finales)*

- Prevención de Riesgos
- Recursos Humanos
- Compensación y Beneficios
- Comunicación interna
- Servicio médico propio
- RSC
- Otro departamento: _____

CONCLUSIONES

- Empresa/Consultora externa
- No llevamos a cabo Proyectos de PST actualmente

10. ¿Qué iniciativas se han llevado a cabo en torno a Proyectos de Promoción de la Salud en los siguientes años?

2015	2016	2017	2018
• Conferencias	• Conferencias	• Conferencias	• Conferencias
• Talleres	• Talleres	• Talleres	• Talleres
• Cursos (continuidad)	• Cursos	• Cursos	• Cursos
• Semana/Día de la Salud	• Semana/Día de la Salud	• Semana/Día de la Salud	• Semana/Día de la Salud
• Campaña informativa	• Campaña informativa	• Campaña informativa	• Campaña informativa
• Recursos materiales para el empleado (fruta, etc...)	• Recursos materiales para el empleado (fruta, etc...)	• Recursos materiales para el empleado (fruta, etc...)	• Recursos materiales para el empleado (fruta, etc...)
• Recursos personales para el empleado (Fisioterapeuta, etc...)	• Recursos personales para el empleado (Fisioterapeuta, etc...)	• Recursos personales para el empleado (Fisioterapeuta, etc...)	• Recursos personales para el empleado (Fisioterapeuta, etc...)
• Otras iniciativas:___	• Otras iniciativas:___	• Otras iniciativas:___	• Otras iniciativas:___
• Ninguna iniciativa	• Ninguna iniciativa	• Ninguna iniciativa	• Ninguna iniciativa

CONCLUSIONES

11. Sobre las iniciativas anteriores, ¿en qué programas se han centrado las acciones desarrolladas?

2015	2016	2017	2018	2019
<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de hábitos saludables 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de hábitos saludables 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de hábitos saludables 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de hábitos saludables 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de hábitos saludables
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cultura saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cultura saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cultura saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cultura saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cultura saludable
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Cardiovascular 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Cardiovascular 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Cardiovascular 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Cardiovascular 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Cardiovascular
<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos Músculo-Esqueléticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos Músculo-Esqueléticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos Músculo-Esqueléticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos Músculo-Esqueléticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos Músculo-Esqueléticos
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo psicosocial y gestión de las emociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo psicosocial y gestión de las emociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo psicosocial y gestión de las emociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo psicosocial y gestión de las emociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo psicosocial y gestión de las emociones
<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos tóxicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos tóxicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos tóxicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos tóxicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos tóxicos
<ul style="list-style-type: none"> • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros: _____

CONCLUSIONES

12. ¿Qué recursos personales se destinan o destinarán anualmente a la realización de Proyectos de Promoción de la Salud?

2015	2016	2017	2018	2019
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • A través de la mutua de accidentes • A través del servicio de prevención • A través de una empresa especialista en PST • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • A través de la mutua de accidentes • A través del servicio de prevención • A través de una empresa especialista en PST • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • A través de la mutua de accidentes • A través del servicio de prevención • A través de una empresa especialista en PST • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • A través de la mutua de accidentes • A través del servicio de prevención • A través de una empresa especialista en PST • Otros: _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • A través de la mutua de accidentes • A través del servicio de prevención • A través de una empresa especialista en PST • Otros: _____

CONCLUSIONES

13. ¿Qué presupuesto se ha destinado a Proyectos de PST en los últimos años?

2015	2016	2017	2018
<ul style="list-style-type: none"> • Más de 500.000 euros • Entre 250.000 y 500.000 euros • Entre 150.000 y 250.000 euros • Entre 50.000 y 150.000 euros • Entre 20.000 y 50.000 euros • Entre 10.000 y 20.000 euros • Entre 5.000 y 10.000 euros • Entre 1.000 y 5.000 euros • Menos de 1.000 euros • No se han destinado recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 500.000 euros • Entre 250.000 y 500.000 euros • Entre 150.000 y 250.000 euros • Entre 50.000 y 150.000 euros • Entre 20.000 y 50.000 euros • Entre 10.000 y 20.000 euros • Entre 5.000 y 10.000 euros • Entre 1.000 y 5.000 euros • Menos de 1.000 euros • No se han destinado recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 500.000 euros • Entre 250.000 y 500.000 euros • Entre 150.000 y 250.000 euros • Entre 50.000 y 150.000 euros • Entre 20.000 y 50.000 euros • Entre 10.000 y 20.000 euros • Entre 5.000 y 10.000 euros • Entre 1.000 y 5.000 euros • Menos de 1.000 euros • No se han destinado recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 500.000 euros • Entre 250.000 y 500.000 euros • Entre 150.000 y 250.000 euros • Entre 50.000 y 150.000 euros • Entre 20.000 y 50.000 euros • Entre 10.000 y 20.000 euros • Entre 5.000 y 10.000 euros • Entre 1.000 y 5.000 euros • Menos de 1.000 euros • No se han destinado recursos económicos.

CONCLUSIONES

14. ¿Las acciones realizadas en torno a los Proyectos de PST se han realizado en base a una planificación anual basada en objetivos e indicadores medibles?

- Sí
- No
- No se han llevado a cabo Proyectos de PST

15. ¿Qué canales de comunicación se han utilizado para comunicar a los trabajadores las acciones de los Proyectos de PST?

- Correo electrónico corporativo
- Correo electrónico personal
- Intranet corporativa
- Información en pantallas o cartelera
- A través de los mandos intermedios o responsables
- Plataforma o página web exclusiva para el Proyecto
- Otros
- No se han llevado a cabo Proyectos de PST

16. ¿El departamento de comunicación de la empresa participa en la preparación y ejecución de los Proyectos de PST?

- Sí
- No
- No se han llevado a cabo Proyectos de PST

C. PROMOCIÓN DE LOS HÁBITOS DE SALUD

C1. ALIMENTACIÓN SALUDABLE

1. ¿Se han llevado a cabo acciones relacionados con la promoción de una alimentación saludable?

- Sí
- No

CONCLUSIONES

2. **¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre sus hábitos nutricionales?**
 - Sí
 - No

3. **¿Se ha elaborado un plan de acción para la promoción de una alimentación saludable en su empresa?**
 - Sí
 - No

4. **¿En caso de tener comedor propio, ofrece la empresa información acerca del contenido nutricional de los platos?**
 - Se ofrece información detallada acerca de los platos (ingredientes, contenido nutricional, etc...)
 - Se ofrece información acerca del contenido calórico de los platos
 - Está previsto ofrecer esa información en los próximos meses
 - No está previsto facilitar esa información
 - No existe comedor propio

5. **¿En caso de tener comedor propio, existen opciones de escoger un menú saludable bajo en contenido calórico y/o opciones para personas con intolerancias alimentarias?**
 - Menú saludable bajo en contenido calórico
 - Menú con opciones para personas con intolerancias
 - Las dos opciones anteriores
 - Ninguna de las dos opciones anteriores

6. **¿Se provee y promueve la elección de alimentos y bebidas saludables en las máquinas expendedoras?**
 - Las máquinas expendedoras no ofrecen alimentos saludables
 - Las máquinas expendedoras ofrecen alimentos saludables y no saludables
 - Las máquinas expendedoras únicamente ofrecen alimentos saludables
 - Se ofrecen alimentos saludables a precios inferiores
 - No hay máquinas expendedoras

CONCLUSIONES

7. ¿Se ofrece fruta fresca de forma gratuita?

- Sí, cada día
- Sí, de forma frecuente (una o más veces a la semana)
- Sí, esporádicamente (una vez al mes o menos)
- No

8. ¿La empresa ofrece información sobre hábitos nutricionales? ¿A través de qué canales de comunicación?

- Revista de la empresa
- Intranet
- Correo electrónico
- Cartas
- Tablón de anuncios
- Sesiones informativas
- Campañas
- Eventos
- Plataforma de salud
- Otros canales
- No se ofrece información sobre hábitos nutricionales

9. ¿La empresa facilita los servicios de un/a profesional de la nutrición a los trabajadores para obtener recomendaciones personalizadas?

- Sí, de forma gratuita en la misma empresa
- Sí, en forma de copago en la misma empresa
- Sí, a través de convenios con centros externos
- Sí, con consultas de forma online
- No se ofrecen estos servicios

3. ¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con una alimentación saludable?

CONCLUSIONES

C2. ACTIVIDAD FÍSICA Y EJERCICIO FÍSICO

1. ¿Se han llevado a cabo acciones relacionadas con la promoción de la actividad física y/o ejercicio físico?
 - Sí
 - No

2. ¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores sobre estado forma física?
 - Sí
 - No

3. ¿Se ha elaborado un plan de acción para la promoción de un estilo de vida activo?
 - Sí
 - No

4. ¿Existe un programa de ejercicio específico para prevenir lesiones y accidentes relacionados con el sistema osteomuscular en el trabajo?
 - Si, un programa formativo
 - Si, medidas de corrección ergonómica en el puesto de trabajo
 - Si, un programa de ejercicio laboral en el puesto de trabajo
 - No existe un programa específico

5. ¿Se organizan actividades de ejercicio físico durante las horas de trabajo (pausas activas en la oficina, calentamiento u ejercicio preventivo dentro la misma empresa)?
 - Sí
 - No

6. ¿Existe equipamiento en el mismo centro de trabajo que pueda usarse para hacer ejercicio (gimnasio corporativo y/o vestuarios y duchas)?
 - Sí, gimnasio corporativo
 - Sí, vestuarios y duchas
 - Sí, ambos
 - Ninguno de los dos

CONCLUSIONES

7. ¿La empresa ofrece información sobre hábitos de actividad física saludable? ¿A través de qué canales de comunicación?

- Revista de la empresa
- Intranet
- Correo electrónico
- Cartas
- Tablón de anuncios
- Sesiones informativas
- Campañas
- Eventos
- Plataforma de salud
- Otros canales
- No se ofrece información sobre hábitos nutricionales

8. ¿La empresa ofrece actividades físicas antes y/o después de la jornada laboral?

- Sí, de forma gratuita en la misma empresa (clubes deportivos, salidas outdoor, etc.)
- Sí, en forma de copago en la misma empresa
- Sí, a través de convenios con centros externos (cuotas reducidas o gratuitas)
- No se ofrecen estos servicios

9. ¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con una actividad física saludable?

C3. GESTIÓN EMOCIONAL Y ESTRÉS

1. ¿Se han llevado a cabo acciones relacionadas con la gestión emocional y el estrés?

- Sí
- No

CONCLUSIONES

2. ¿Se ha llevado a cabo un diagnóstico específico a los trabajadores/as en lo relativo a la gestión emocional y el estrés?
 - Sí
 - No

3. ¿Ofrece la empresa/organización asesoramiento psicológico confidencial o ayuda a aquellos trabajadores/as que padecen estrés?
 - Sí
 - No

4. ¿La empresa ofrece información sobre gestión emocional y gestión del estrés? ¿A través de qué canales de comunicación?
 - Revista de la empresa
 - Intranet
 - Correo electrónico
 - Cartas
 - Tablón de anuncios
 - Sesiones informativas
 - Campañas
 - Eventos
 - Plataforma de salud
 - Otros canales
 - No se ofrece información sobre hábitos nutricionales

5. ¿Se organizan actividades formativas en grupo para ofrecer herramientas para gestionar mejor el estrés? (Taller de Mindfulness, taller de gestión emocional u otras charlas con expertos)
 - Sí
 - No

6. ¿La empresa ofrece espacios de descanso dentro del mismo centro de trabajo para favorecer momentos de relax y distensión a los trabajadores?
 - Sí
 - No

CONCLUSIONES

7. ¿La empresa ofrece herramientas de conciliación laboral-personal a sus empleados?

- Sí
- No

8. ¿Qué indicadores se utilizan para evaluar el impacto de las acciones relacionadas con la gestión emocional y del estrés?

C4. OTROS

1. ¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y prevención del tabaquismo en su empresa/organización?

- Sí
- No

2. ¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y prevención de otros hábitos tóxicos (alcohol u otro tipo de sustancia estupefaciente)?

- Sí
- No

3. ¿Se cuenta con un plan de actuación específico (o como parte del plan de prevención de riesgos laborales) para la evaluación y mejora del sueño y el descanso?

- Sí
- No

4. ¿Se cuenta con un otros planes específicos no nombrados anteriormente (por ejemplo: gestión de la edad, prevención del sobrepeso y obesidad, etc.)? ¿Cuáles?