

¿Qué ventajas tiene ser una empresa saludable?

Invertir en la promoción de la salud en el trabajo es beneficioso para la empresa, su personal y la sociedad, ya que:

- Mejora la salud y disminuye la accidentabilidad laboral.
- Aumenta la productividad empresarial y reduce el absentismo laboral.
- Favorece un buen ambiente de trabajo, la motivación y la participación.
- Aumenta la retención de talento y disminuye la rotación de personal.
- Beneficia la imagen corporativa.
- Disminuye los costes sociales sanitarios, de seguridad social y de seguros, y contribuye a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- Reduce las enfermedades, especialmente las crónicas.
- Favorece estilos de vida saludables.

¿Puede una PYME ser una empresa saludable?

En un modelo de salud ecológico, biológico, psicológico y social las empresas, de todo tipo y tamaño, deben tener clara la misión, la visión y los valores.

Los valores corporativos son los principios que orientan las acciones y decisiones de la organización y tienen implicaciones sociales internas y externas de atención.

Por ello un plan de salud y bienestar en la empresa favorece la interacción de

la persona con su entorno (empresa, comunidad, familia y sociedad). Su punto de partida ineludible ha de ser un apoyo decidido de la dirección y la asignación de recursos económicos y humanos, creando un grupo de trabajo y promoviendo una comunicación saludable y efectiva.

A continuación, mostramos cuáles serían las etapas del camino hacia la salud y el bienestar en el trabajo de una PYME.



¿Como puedo ampliar la información?

INSST. Promoción de la salud en el trabajo

<https://www.insst.es/materias/transversales/promocion-de-la-salud>

ISSGA. Promoción de la salud en el trabajo.

<https://issga.xunta.gal/gl/portais-tematicos/promocion-da-saude>



ISSGA.XUNTA.GAL

CLAVES ISSGA
SALUD INTEGRAL Y BIENESTAR
LABORAL EN LA PYME

Edita: Issga - Instituto de Seguridade e Saúde Laboral de Galicia
DL: C 810-2023



INSTITUTO DE
SEGURIDADE E SAÚDE
LABORAL DE GALICIA



INSTITUTO DE SEGURIDADE E SAÚDE LABORAL DE GALICIA
issga.xunta.gal



CLAVES ISSGA

SALUD INTEGRAL Y BIENESTAR LABORAL EN LA PYME



XUNTA
DE GALICIA

Camino a la salud y bienestar en el trabajo

- Detectar las necesidades.
- Definir prioridades.
- Elaborar un plan con objetivos claros.
- Aplicar y gestionar el plan.
- Evaluación y mejora continua.



1. Detectar las necesidades

- + Un buen diagnóstico del estado de salud de la población trabajadora es esencial para fijar más tarde las prioridades.
- + Analizando los datos disponibles relacionados con la salud, como datos demográficos, de vigilancia de la salud, absentismo por enfermedades crónicas, hábitos de vida, etc.
- + La recogida de información sobre las expectativas y opiniones de los agentes claves (recursos humanos, mandos intermedios, personal trabajador y sus representantes, servicio de prevención de riesgos laborales).
- + La voluntariedad y participación del personal es clave para el éxito de las intervenciones.
- + Se pueden crear grupos focales, talleres participativos, un buzón para sugerencias...
- + Es recomendable iniciar el plan con actividades transversales, que alcancen a la mayor cantidad de personal trabajador.



2. Definir prioridades

- + Los recursos son limitados por eso definir prioridades es el primer paso. Fracasas en un primer programa compromete acciones futuras.
- + Basarse en las recomendaciones de organismos científicos y técnicos y conocer casos de éxito de empresas del sector puede ayudar a decidir por dónde empezar.



3. Elaborar un plan con objetivos claros

- + El plan se basa en definir la dirección a seguir, sobre qué factores de riesgo queremos actuar y en qué población (objetivo general). También hay que indicar qué cambio queremos alcanzar (objetivos específicos).
- + Estos objetivos específicos marcan el cambio que queremos conseguir, en quién, en qué plazo, y en qué cuantía.
- + Ser flexibles y adecuar el plan a la realidad de la empresa.
- + Para ello hay que definir bien los indicadores, que han de ser específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y temporales (SMART en su acrónimo en inglés).
- + Como ejemplo de indicador: *“al finalizar el programa el 70% de las personas trabajadoras mayores de 40 años cumplen con las recomendaciones de la OMS sobre la práctica del ejercicio físico”.*



4. Aplicar y gestionar el plan

- + El plan de acción se sustenta en la toma de decisiones sobre las estrategias que seguiremos para conseguir los objetivos específicos.
- + Es necesario definir los recursos (disponibilidad de equipos, suministros, asesores, etc).
- + Programar las actividades y asignar las personas responsables.
- + Hacer un seguimiento y evaluación parcial del proceso.



5. Evaluación y mejora continua

- + El proceso de evaluación se mantiene en la preparación del plan, durante la ejecución (indicadores de proceso) y en la evaluación final (indicadores de resultado).
- + La promoción de la salud es un camino, no es un punto de llegada. Por tanto, las posibilidades de mejora están abiertas.
- + Para una evaluación general el plan ha de tener una duración de alrededor de 3 años y tienen que haber participado un porcentaje aceptable de personal trabajador.
- + No se justifica emplear recursos en un plan que no esté bien planificado, ejecutado y evaluado.

Ningún plan de salud y bienestar será exitoso sin un correcto y eficaz Plan de Comunicación. La comunicación ayuda al personal trabajador a prepararse para el cambio ya que informa, sensibiliza y motiva. Una buena comunicación promueve el cambio desde la autonomía y el compromiso.



Plan de comunicación

1. Contextualización

Aportar información sobre donde está situada la huella de salud en la empresa en el mercado que la rodea.

2. Compartir los objetivos

Es crucial establecer objetivos de equipo que estén alineados con los objetivos de la organización, del equipo y de todos, tanto a nivel grupal como individual.

3. Población objetivo

¿A quién se dirige el plan? ¿Cuáles son las características sociodemográficas? ¿Cuáles son sus prioridades?

4. Mensaje

Claro, conciso, directo.

Lenguaje adecuado al público objetivo. Contenido adaptado a las necesidades e intereses de las personas trabajadoras.

5. Canales

Cartelería, vídeos. Redes sociales. Web corporativa. Boletines electrónicos.

6. Calendario

Definir qué vamos hacer y cuándo.

Mejor un calendario definido con fechas de inicio y cierre.

7. Evaluación

Evaluar los resultados indicará si se están cumpliendo los objetivos y permitirá adoptar acciones correctoras.