



Difundiendo el mensaje: campana sobre SST en el sector del transporte por carretera

La presente ficha informativa presenta varias de las conclusiones extraídas de un informe en el que se incluyen ejemplos de campañas e iniciativas encaminadas a mejorar la seguridad y la salud en el trabajo (SST) en el sector del transporte por carretera (1).

Es necesario contar con unas herramientas de comunicación eficaces para que tanto los conductores como sus empresas tomen conciencia de los peligros inherentes al transporte por carretera y de cómo mejorar la seguridad. Sin embargo, por distintos motivos, divulgar información en el ámbito del sector del transporte por carretera resulta particularmente complejo. La mayoría de las empresas que operan en el sector son pequeñas empresas con una plantilla inferior a 10 trabajadores, y muchos de los conductores trabajan como autónomos. Con frecuencia, desarrollan su actividad lejos de un centro fijo, la mayoría cuentan con una larga experiencia y están acostumbrados a métodos de trabajo muy independientes.

Dicha autonomía, combinada con la elevada competitividad que caracteriza al sector del transporte por carretera, puede inducir cierto recelo entre conductores y empresas a la hora de adoptar nuevas formas de trabajo. Los conductores tienden a confiar principalmente en su propia experiencia, y son reticentes al asesoramiento en materia de SST recibido de entidades externas, incluso cuando previamente han sido informados sobre dicha materia. Existe falta de comunicación en materia de SST entre conductores, empresarios y directivos, así como sucede en el caso de los conductores que conducen su propio vehículo con las empresas que les contratan. Los empleados en el sector del transporte por carretera tienden a prestar más atención a la información práctica y visual, siempre que la perciban como relevante.

Los ejemplos presentados en el informe se basaron en diversos enfoques.

- En cuarenta y cuatro casos se utilizó un enfoque individual, con el objetivo de modificar conocimientos o actitudes. Este planteamiento requiere una cantidad de recursos relativamente escasa, y puede ser una manera rentable de llegar a un colectivo considerable.
- En doce casos se empleó un enfoque colectivo, con el objetivo de introducir cambios estructurales y culturales. Con esta perspectiva a menudo se han obtenido mejoras significativas en el ámbito de la SST.
- En cuatro casos se aplicó un enfoque concertado, orientado a modificar tanto conocimientos como actitudes, y se procuró además iniciar cambios estructurales y culturales. Dicho planteamiento requiere más recursos, pero también se considera que tiene mayor efecto.



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Por cortesía del Concurso de carteles sobre la seguridad en el trabajo organizado por el Instituto Central para la Protección en el Trabajo – Instituto Nacional de Investigación, Polonia.

A partir de dichos ejemplos, cabe deducir determinados factores de éxito, que permiten formular una serie de recomendaciones y agruparlas en las siguientes medidas:

- utilización de un planteamiento empírico, pragmático y basado en la gestión de riesgos;
- prestar especial atención a que el mensaje llegue a su público objetivo;
- participación y colaboración;
- adaptar las actuaciones al público objetivo;
- utilizar diversas medidas y medios de comunicación.

Las características de los conductores mencionadas anteriormente, como experiencia e independencia, determinan cómo debe ser la comunicación. Por ejemplo:

- utilizar los lugares que frecuentan, como las áreas de servicio reservadas para los camiones en autopistas, etc.;
- velar por que los planteamientos sean prácticos, pero no condescendientes;
- asegurarse de que el asesoramiento y las soluciones se basan en la experiencia práctica de los conductores, y utilizar a estos como promotores de las actuaciones;
- implicar firmemente a los conductores en las soluciones: soluciones que deben ser desarrolladas por los conductores para los conductores (con la ayuda de métodos participativos), a fin de incorporar su experiencia y captar su aceptación.

El informe señala que la participación y la colaboración deben ir más allá de los conductores. Sus objetivos deben extenderse también a empresas, directivos, operadores de vehículos, personal de carga y tanto receptores como expedidores de mercancía. La colaboración podría extenderse a organizaciones dedicadas a la SST, así como diversos agentes activos en el sector del transporte por carretera, como interlocutores sociales y organizaciones especializadas en seguridad vial. Ciertas actividades podrían dirigirse, de manera general, a las familias de los conductores y al conjunto de la población.

(1) Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.

Entre los planteamientos y características innovadoras observados en los ejemplos cabe citar los siguientes:

- intervenciones de carácter integral; centradas tanto en la prevención como en la gestión de los riesgos en el lugar de trabajo y en carretera;
- incorporación de diversos interlocutores además de los del sector del transporte por carretera, con el fin de contribuir a promover la salud y la seguridad de los conductores;
- actividades enfocadas no exclusivamente hacia los conductores, sino en general hacia sus familias: la implicación de las familias y de la comunidad en su conjunto puede propiciar un mayor interés general y una mayor participación en el programa;
- utilización de ejercicios y presentaciones interesantes y singulares en las actividades, a fin de promover la participación y el interés de los conductores;
- dirigirse a las cadenas de suministro, con el fin de difundir la información de manera más eficaz;
- promover el intercambio y la puesta en común de experiencias, por ejemplo, mediante redes de comunicación y reconocimiento a las buenas prácticas;
- utilización de lugares frecuentados por los conductores, como áreas de servicio para camiones en autopistas, etc.;
- adopción de enfoques prácticos, pero no condescendientes;
- proporcionar asesoramiento y soluciones basados en las experiencias prácticas de los conductores, y que tengan que ver con su experiencia en general;
- utilización de conductores como promotores para la transmisión de información sobre buenas prácticas a otros compañeros de profesión;
- implicar a los clientes en las iniciativas;
- contacto personal directo con los conductores en las paradas de camiones (se trata de una opción relativamente cara, con la que sólo es posible llegar a una población limitada, pero constituye una de las maneras más eficaces de procurarse el compromiso de los conductores);
- ofrecer algo práctico y tangible: un servicio consistente en, por ejemplo, la realización de exámenes médicos o pruebas de conducción, o una herramienta gratuita que facilite la evaluación de riesgos;
- distribuir en áreas de servicios para camiones alimentos para una dieta sana, y divulgación de información en general;
- programa de «gestión responsable» al que puedan suscribirse las empresas;
- elaboración de información en diversas lenguas en los casos en que la población objetivo incluya a trabajadores extranjeros.

Conclusiones

No existe ninguna técnica para la divulgación de información que pueda esgrimirse como panacea para los retos que plantea el sector del transporte por carretera. Sin embargo, cada técnica en particular tiene sus propias ventajas. Los medios de comunicación más apropiados dependerán del tipo y la complejidad de la información que vaya a difundirse, de la población considerada como objetivo, y del alcance de la campaña. Probablemente, una combinación de diversas técnicas es la vía más eficaz para que el mensaje llegue a los conductores, y a quienes les emplean o contratan. La adopción de métodos particulares de comunicación en las diferentes fases de una campaña puede contribuir a maximizar la exposición a sus contenidos.

En el caso concreto de las PYME, las intervenciones más efectivas son probablemente las que implican un contacto directo con empresas y conductores, sobre todo si se trata de ofrecer un servicio u otro recurso. El contacto directo con los conductores se considera el medio más adecuado para lograr el compromiso de estos trabajadores, pese

a resultar una opción relativamente cara y que sólo permite transmitir el mensaje a una población limitada.

Parece necesario desarrollar redes para la transmisión de conocimientos dentro del sector del transporte por carretera, y entre los interlocutores sociales, con el fin de facilitar la divulgación de información, recursos y buenas prácticas en el sector. En este sentido, ha de procurarse la colaboración entre administración, intermediarios y empresas privadas.

De lo que no cabe duda es de la necesidad de adoptar enfoques prácticos que tengan en cuenta las realidades del sector y las experiencias de empresas y conductores. En este sentido, convendría disponer de más soluciones orientadas a modificar las actitudes de las empresas por lo que se refiere a la seguridad y la salud.

Al objeto de mejorar las campañas en el sector, es necesario:

- establecer alianzas efectivas entre las partes que intervienen en la promoción de la seguridad vial, los que participan en el fomento de la SST y demás interlocutores del sector;
- procurar el intercambio continuo y la puesta en común de las experiencias existentes; y
- profundizar en investigaciones orientadas a determinar los problemas y los factores de éxito en el ámbito de la promoción de la SST entre las empresas y los conductores.



© Por cortesía de Doc Stop.

En la campaña neerlandesa *Fit on the road* («En forma al volante»), se emplearon varias estrategias: en primer lugar, se utilizaron giras promocionales y medios de comunicación para atraer la atención de los conductores y, posteriormente, se fomentó su concienciación mediante pruebas de salud y de estado de forma. Se invitó a algunos conductores a sesiones de *fitness*, y se les prestó asesoramiento e información para ayudarles a adoptar un estilo de vida saludable.

Cómo obtener el informe

El informe completo se encuentra disponible en inglés en:

<http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>
donde puede descargarse de manera gratuita.

Esta hoja informativa está disponible en todas las lenguas de la UE en la siguiente dirección:

<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo

Gran Vía 33 - 48009 Bilbao, ESPAÑA

Tel. +34 944794360. Fax +34 944794383

Correo electrónico: information@osha.europa.eu

© Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo. Reproducción autorizada, con indicación de la fuente. Printed in Belgium, 2011

