

# ANEXOS



**Material para la elaboración de  
las fichas técnicas  
de las campañas**

## MATERIAL PARA LA ELABORACIÓN DE LAS FICHAS TÉCNICAS DE LAS CAMPAÑAS

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES

### Campaña “Buenos Días”

**Nombre:** Buenos Días.

**Objetivo:** 365 días sin accidentes de trabajo para todos.

**Slogan:** cada día hay demasiadas personas que sufren un accidente de trabajo y algunas mueren, seas empresario o trabajador, exige trabajo seguro.

**Fecha:** octubre a noviembre de 2007.

#### Cuñas Radiofónicas:

- **Trabajador** - “Trabajador Buenos Días, sólo lo serán si exiges y cumples con un trabajo seguro, porque tienes el derecho de exigir las medidas preventivas necesarias y la obligación de cumplirlas 365 días sin accidentes de trabajo son buenos días para todos. Ministerio de trabajo y asuntos sociales, Gobierno de España.”
- **Empresario** - “Empresario Buenos Días, sólo lo serán si garantizas y exiges trabajo seguro, porque tienes el deber de adoptar las medidas preventivas necesarias y exigir su cumplimiento, 365 días sin accidentes de trabajo son buenos días para todos. Ministerio de trabajo y asuntos sociales, Gobierno de España.”

**Spot Publicitario:** “Todos los días comienzan con... ¡Buenos Días! ¡Buenos Días! ¡Buenos Días! ¡Buenos Días! ¡Buenos Días!, pero cada día hay accidentes de trabajo, algunos mortales... y todos se pueden evitar. Seas empresario o trabajador exige buenos días. Exige trabajo seguro. 365 días sin accidentes de trabajo son buenos días para todos. Gobierno de España.”



**JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE EMPLEO**

**Campaña “PREVEBUS”**

**Nombre:** Prevebus.

**Objetivo:** promoción de la cultura preventiva entre la población inmigrante en Andalucía.

**Fecha:** de enero a julio del 2007.



*Folleto de la campaña en varios idiomas dirigido a los inmigrantes*

Acciones de Formación e Información en  
Prevención de Riesgos Laborales para el INMIGRANTE

Formation and Information actions on  
Labour Risks Prevention for the IMMIGRANT

Actions de Formation et d'information en  
Prévention de Risques de Travail pour L'IMMIGRÉ

Acțiuni de Formare și Informare pentru Prevenirea  
Riscurilor la locul de muncă pentru IMMIGRANȚI

مهام التدريب التعليمي و الإستعلام  
في الوقاية من حوادث العمل للمهاجر.

**JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE EMPLEO**

**Campaña “Nacemos Para Prevenir”**

**Nombre:** Nacemos para prevenir.

**Objetivo:** campaña para dar a conocer el Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales.

**Slogan:** “ante los riesgos laborales más protección, menos accidentes”.

**Fecha:** diciembre de 2007.

**Fotos de la campaña:**

*“Autobús de la prevención”*





## CONFEDERACIÓN DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES DE BALEARES

### Campaña “No es cuestión de suerte”.

**Nombre:** No es cuestión de suerte.

**Objetivo:** facilitar a las empresas el cumplimiento de sus obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales.

**Slogan:** “No es cuestión de suerte, cumple las normas. Trabaja para vivir”.

**Fecha:** octubre de 2007.

**Spot Publicitario:** “Compleix les normes, treballa per viure” (Cumple las normas, trabaja para vivir).

1



**GOBIERNO DE LAS ISLAS BALEARES**  
**LA CONSELLERIA DE TREBALL I FORMACIÓ**

**Campaña “La prevención no es un juego”**

**Nombre:** La prevención no es un juego.

**Objetivo:** reducir la siniestralidad laboral.

**Slogan:** en seguridad, todo y todos somos piezas clave. La prevención no es un juego.

**Año:** 2006.

**Spot Publicitario:** “En el trabajo no corramos ningún riesgo”.



**Cartel de la campaña:**



## CONFEDERACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

### Campaña “Trabaja con seguridad”

**Nombre:** Trabaja con seguridad.

**Slogan:** trabaja con seguridad, por la prevención e riesgos laborales en canarias, POR TI.

**Fecha:** de septiembre a octubre de 2007.

**Spot Publicitario:**



*Spot campaña de Prevención de Riesgos Laborales CEOE-TENERIFE*



**GOBIERNO DE CANARIAS**  
**CONSEJERÍA DE EMPLEO Y ASUNTOS SOCIALES**

**Campaña “Sólo te pediremos que te cuides”**

**Nombre:** Sólo te pediremos que te cuides.

**Objetivo:** sensibilizar a trabajadores y empresarios sobre la necesidad de prevenir los riesgos laborales a fin de reducir la siniestralidad laboral.

**Slogan:** prevenir los riesgos laborales es tarea de todos, vamos a cuidarnos.

**Fecha:** octubre de 2007.

**Spots Publicitarios:**

*Spot Campaña de Prevención de Riesgos Laborales dirigido a los empresarios.*



*Spot Campaña de Prevención de Riesgos Laborales dirigido a los trabajadores.*



*Spot Campaña de Prevención de Riesgos Laborales dirigido a todos los sectores*



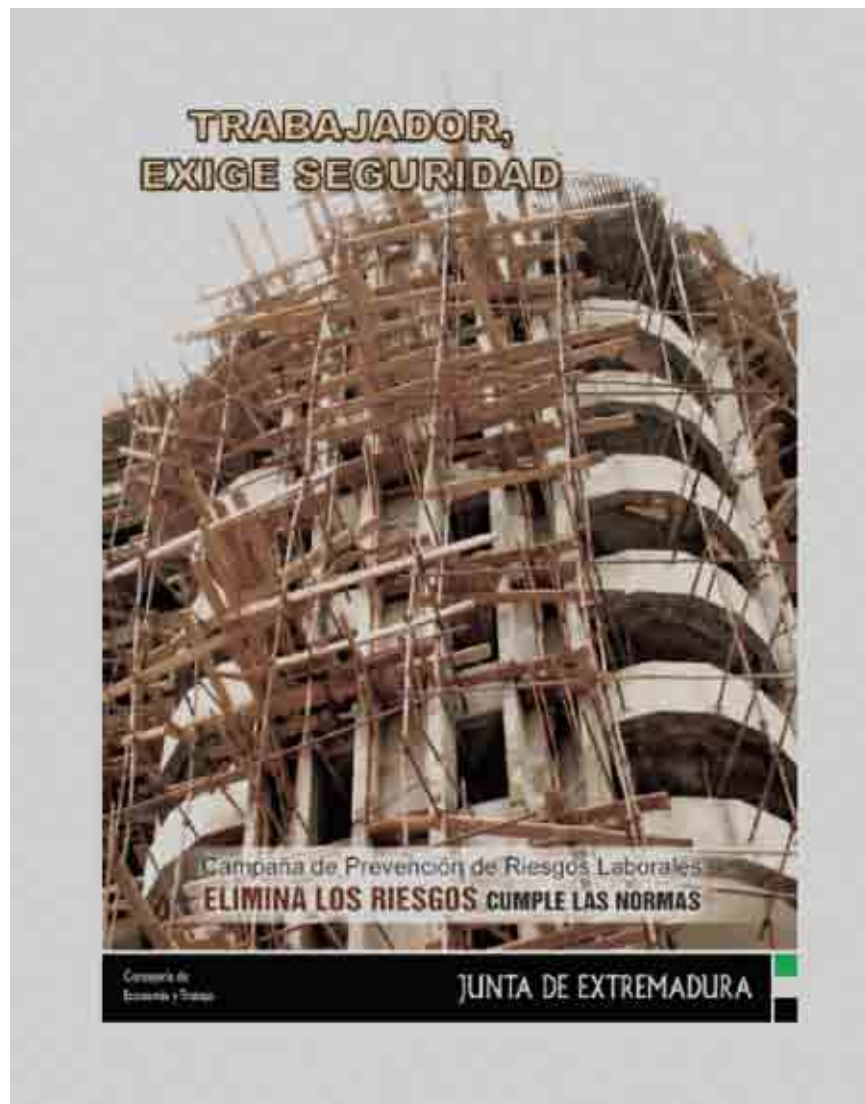
**JUNTA DE EXTREMADURA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y TRABAJO**

**Campaña “Trabajador exige seguridad”.**

**Objetivo:** adoptar una actitud o hábito.

**Slogan:** elimina los riesgos, cumple las normas.

**Cartel**



**JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA LA MANCHA  
CONSEJERÍA DE TRABAJO Y EMPLEO**

**Campaña “Un trabajo más seguro por un futuro mejor”.**

**Nombre:** Un trabajo más seguro por un futuro mejor.

**Objetivo:** fomentar a través de los medios la cultura de la prevención de riesgos laborales a toda la población.

**Fecha:** junio de 2006 a octubre de 2007.

**Spot Publicitario:** *en el trabajo todos tenemos una gran responsabilidad ante los accidentes.  
Un trabajo más seguro por un futuro mejor.*



**GOBIERNO DE CASTILLA LA MANCHA  
CONSEJERÍA DE TRABAJO Y EMPLEO**

**Campaña “Sin accidentes ganamos todos.”**

**Nombre:** Sin accidentes, ganamos todos.

**Objetivo:** fomentar a través de los medios la cultura de la prevención de riesgos laborales a toda la población.

**Fecha:** septiembre de 2007 y continuará a lo largo de 2008.

**Spot Publicitario:** *Todos perdemos cuando un trabajador muere en un accidente laboral, cumplir las normas de prevención es la forma de acabar con ellos. Campaña de prevención de riesgos laborales. “Sin accidentes, ganamos todos.*



**GOBIERNO DE CATALUÑA**  
**DEPARTAMENT DE TREBALL**

**Campaña “A la feina, cap risc”**  
**“En el trabajo, ningún riesgo”**

**Nombre:** A la feina, cap risc. En el trabajo, ningún riesgo.

**Objetivo:** promover la prevención de riesgos laborales.

**Slogan:** “Vigila, controla y sanciona”.

**Año:** 2006.



**Spot Publicitario:** *un accidente laboral se empieza a evitar mucho antes de que se produzca.*  
*“En el trabajo ningún riesgo.”*

**Cuñia Radiofónica:**

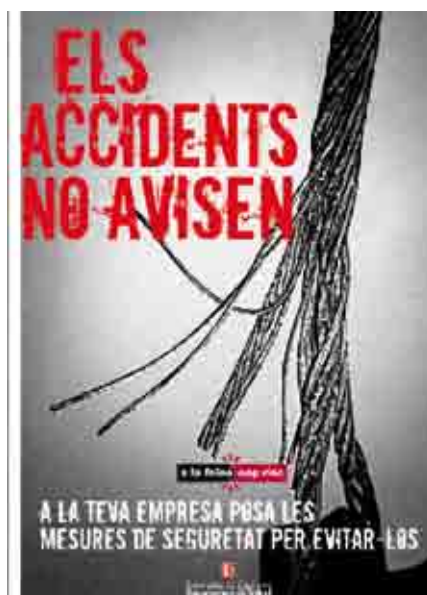
¿Cuando hay un accidente laboral quién es el responsable? El trabajador que corre el riesgo, el encargado que no comprueba la protección de la máquina, la directora general que no ordena las medidas de prevención correspondientes o el consejo de administración que no cree que la seguridad es una buena inversión. Evitar un accidente laboral mucho antes de que se produzca es responsabilidad empresarial. Gobierno de Cataluña.

**GOBIERNO DE CATALUÑA**  
**DEPARTAMENT DE TREBALL**

**Campaña “Els Accidents No Avisen”**

**Nombre:** Los accidentes no avisan. A la feina cap risc.

**Objetivo:** integrar la prevención de riesgos laborales a todos los niveles de la empresa y la concienciación de los empresarios sobre la necesidad de invertir en prevención para garantizar la seguridad y la salud en sus organizaciones.



**Año:** 2007.

**Carteles de la Campaña:**

**Spot Publicitario 1:** de aquí en cinco según, me romperé. De aquí en dos según, no aguantaré la presión. De aquí en treinta según, me caeré.

**Spot Publicitario 2:** los accidentes no avisan. Toma las medidas de prevención y de seguridad para evitarlos. En el trabajo, ningún riesgo. Gobierno de Cataluña.

**Cuñía Radiofónica:**

Hoy,

La caldera puede dejar de aguantar la presión. El andamio puede caer. La zanja se puede hundir. El cable se puede romper. Los accidentes no avisan. No esperes que haya uno para reaccionar. En tu empresa, pone las medidas de seguridad para evitarlos. En el trabajo, ningún riesgo. Gobierno de Cataluña.

**GOBIERNO DE CATALUÑA**  
**DEPARTAMENT DE TREBALL**

**Campaña de sensibilización en la estación Pl. Espanya de los FGC**

**Nombre:** Renovarse o morir.

**Objetivo:** prevención de riesgos laborales.

**Slogan:** renovarse o morir.

**Fecha:** mayo de 2007.

Se decoraron dos zonas de la estación de ferrocarril (vestíbulo y andén) para sensibilizar a la ciudadanía de la importancia de prevenir los accidentes laborales.

**Cartel de la campaña:**



**Fotos de la Campaña en la estación:**



**GOBIERNO DE LA RIOJA**  
**INSTITUTO RIOJANO DE SALUD LABORAL**

**Campaña “Cumpliendo Ganamos Todos”**

**Nombre:** Cumpliendo Ganamos Todos.

**Objetivo:** sensibilizar a toda la sociedad de la importancia de la prevención para evitar los accidentes laborales.

**Slogan:** si nosotros no nos cuidamos quién cuidará de nosotros.

**Fecha:** noviembre del 2007.

**Cartel de la campaña:**



No se acostará hasta que **TÚ** vengas  
a darle el beso de buenas noches  
si no llegas **¿quién se lo dará?**

## CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE VALENCIA

### Campaña Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2006

**Nombre:** Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2006.

**Objetivo:** campaña de difusión de la cultura preventiva.

**Slogan:** "Trabajamos por tu seguridad".

**Fecha:** 28 de abril de 2006.

#### Fotos Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2006:

**Cuñía Radiofónica:** Llevo tantos años haciendo el mismo trabajo, que lo podría hacer con los ojos cerrados... ¡Pues ábrelos bien! Sabías que casi la mitad de los accidentes laborales son por exceso de confianza.

28 de Abril día de la seguridad y la salud en el trabajo. Confederación Empresarial Valenciana. "Trabajamos por tu seguridad." Con la financiación de la Fundación para la prevención de riesgos laborales.



## CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE VALENCIA

### Campaña en los polígonos Industriales

**Nombre:** Campaña en los Polígonos Industriales.

**Objetivo:** campaña informativa de prevención de riesgos laborales en los principales polígonos industriales de la provincia de Valencia.

**Slogan:** juntos somos más seguros.

**Fecha:** de octubre a diciembre de 2006.

**Cartel de la campaña en los polígonos industriales de Valencia:**



**Cuña Radiofónica:**

- Soy Ricardo Beltrán y tengo una empresa con quince trabajadores, me ha costado mucho esfuerzo llegar a donde estamos, pero una cosa tengo clara si quieres conseguir una mayor rentabilidad invierte en prevención de riesgos laborales.

Confederación empresarial valenciana, trabajamos por tu seguridad. Con la financiación de la Fundación para la prevención de riesgos laborales. "Con la prevención no se juega"

## CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE VALENCIA

### Campaña de Difusión de PRL en Mestalla

**Nombre:** Campaña de Difusión de PRL en Mestalla.

**Objetivo:** buscar un acto lúdico en el que poder recordar a empresarios y trabajadores la importancia de la cultura de prevención de riesgos laborales en sus vidas.

**Fecha:** octubre 2006.

#### Fotos de la Campaña en las puertas del Estadio de Mestalla:



### Campaña Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2007

**Nombre:** Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2007.

**Objetivo:** campaña de difusión de la cultura preventiva.

**Slogan:** "Trabajamos por tu seguridad" y "Juntos somos más seguros".

**Fecha:** 28 de abril de 2007.

#### Fotos Día de la seguridad y la salud en el trabajo 2007:



## CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE VALENCIA

### Campaña Divulgativa en Materia de Prevención de Riesgos Laborales. Puerto de Valencia

**Nombre:** Campaña divulgativa en materia de prevención de riesgos laborales. Puerto de Valencia.

**Objetivo:** campaña de difusión de la cultura preventiva.

**Slogan:** "Juntos somos más seguros".

**Fecha:** julio de 2007.

**Fotos Realizadas en el Puerto de Valencia durante la 32 Edición de la América's Cup:**



## FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

### Campaña "Que el Trabajo no marque tu vida"

**Slogan:** "Que el trabajo no marque tu vida".

**Objetivo:** campaña de información en materia preventiva destinada a jóvenes trabajadores (menores de 25 años).

**Fecha:** julio de 2007.

Spot de la campaña "Que el trabajo no te marque".



FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA  
PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

**GOBIERNO DE LA REGIÓN DE MURCIA  
CONSEJERÍA DE EMPLEO Y FORMACIÓN**

**Campaña “PREVEBUS”**

**Nombre:** Prevebús.

**Objetivo:** el Prevebús fomentará la prevención de riesgos laborales entre los trabajadores inmigrantes.

**Fecha:** octubre de 2007.

**Región de Murcia**



**GOBIERNO DE LA COMUNIDAD DE MADRID  
CONSEJERÍA DE EMPLEO Y MUJER**

**Campaña “La seguridad en el trabajo es cosa de dos, empresario y trabajador”**

**Nombre:** La seguridad en el trabajo es cosa de dos, empresario y trabajador.

**Fecha:** en febrero y septiembre de 2006 y 2007.

**Cartel de la Campaña:**



**JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN**

**Campaña: NO JUEGUES CON TU VIDA/ NO JUEGUES CON SU VIDA”**

**Nombre:** “No juegues con tu vida/ No juegues con su vida”.

**Objetivo:** fomentar una cultura de la prevención de riesgos en el trabajo, que asegure el cumplimiento efectivo y real de las obligaciones preventivas.

**Fecha:** 2007.

**Cartel de la Campaña:**



**Spot Publicitario:**



**GOBIERNO VASCO  
DEPARTAMENTO DE JUSTICIA, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL  
DEL GOBIERNO VASCO. OSALAN**

**Campaña: “Más profesional, menos riesgo”**

**Nombre:** “Más profesional, menos riesgo”.

**Objetivo:** abandonar una actitud o hábito.

**Spot y cuña:** imagen sólo disponible en formato vídeo.

**GOBIERNO DE NAVARRA  
INSTITUTO NAVARRO DE SALUD LABORAL DEL GOBIERNO DE NAVARRA**

**Campaña: “Campaña de Vigilancia de la Seguridad de las Obras de Construcción”**

**Cartel**



**Eficacia de las campañas de información**

# **Cuestionario**

## CUESTIONARIO

### ESTUDIO DE LA EFICACIA DE LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA CULTURA PREVENTIVA EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Buenos días/tardes. Estamos realizando un estudio referente a las campañas de publicidad en materia de prevención de riesgos laborales en el sector de la construcción. El objetivo del mismo es el de estudiar la valoración de estas campañas en distintos aspectos, para así poder dotar de mayor eficacia a las mismas. Su colaboración es muy importante para conseguir los objetivos de este estudio y sus respuestas sólo serán utilizadas para su tratamiento estadístico, garantizando en todo momento la confidencialidad y el anonimato de sus respuestas.

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### CUESTIONARIO DE CONSULTA

#### VARIABLES MUESTRALES

##### A. Tamaño de la empresa en la que trabaja

1. Hasta 5 trabajadores
2. De 6 a 19 trabajadores
3. De 20 a 49 trabajadores
4. De 50 a 99 trabajadores
5. De 100 y más

##### B. Comunidad Autónoma

01. Andalucía
02. Aragón
03. Asturias (Principado de)
04. Balears (Illes)
05. Canarias
06. Cantabria
07. Castilla y León
08. Castilla la Mancha
09. Cataluña
10. Comunitat Valenciana
11. Extremadura
12. Galicia
13. Madrid (Comunidad de)
14. Murcia (Región de)
15. Navarra (Comunidad Foral de)
16. País Vasco
17. Rioja (La)

#### I. DATOS SOCIOLABORALES

##### 1. Sexo

1. Varón
2. Mujer

##### 2. ¿Cuál es su edad?

##### 3. ¿Cuál es su nacionalidad?

1. Española
2. Otra nacionalidad (Especificar \_\_\_\_\_)

##### 4. ¿En qué Comunidad Autónoma residía ud. habitualmente en los tres últimos años?

- A. Año 2005 \_\_\_\_\_
- B. Año 2006 \_\_\_\_\_
- C. Año 2007 \_\_\_\_\_

(Utilizar misma codificación que en variable muestral B, para los que residían fuera de España utilizar código 18)

##### 5. ¿Cuál es su situación profesional?

1. Empresario (o autónomo) con asalariados
2. Autónomo o empresario sin asalariados
3. Asalariado con contrato indefinido
4. Asalariado con contrato de duración determinada (temporal)
5. Asalariado con contrato en prácticas o formación
6. Otras situaciones (Especificar \_\_\_\_\_)

##### 6. ¿Cuál es su categoría profesional?

1. Directores y gerentes de empresas.
2. Profesionales científicos e intelectuales. (Ingenieros superiores y técnicos, arquitectos...)
3. Técnicos y profesionales de nivel medio. (Técnicos especialistas de ingeniería, supervisores de la construcción)
4. Personal administrativo. (Oficinistas, secretarios, operadores de máquinas de oficina..)
5. Encargado de obra y jefes de obra
6. Oficiales, operarios y artesanos de la construcción. (Oficiales y operarios de obra, de acabados, pintores, albañiles...)
7. Operadores de instalaciones y máquinas
8. Ocupaciones elementales. (Limpiadores, peones de la construcción de edificios, peones del transporte...)

##### 7. ¿Cuál es el máximo nivel de estudios que tiene usted terminados?

1. Sin estudios
2. Primarios incompletos
3. Primarios (graduado escolar o hasta 6º de primaria)
4. Secundarios incompletos
5. Secundarios (hasta 4º de la ESO o 3º de BUP)
6. Formación profesional grado medio
7. Bachillerato o COU
8. Formación profesional grado superior
9. Universitarios (diplomatura, licenciatura)

8. ¿Cuál es la actividad en la que usted trabaja habitualmente?

#### CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS

1. Desarrollo de proyectos para la construcción de edificios.
2. Construcción de edificios en general.

#### OBRAS DE INGENIERÍA Y OBRA CIVIL

3. Construcción de carreteras y vías férreas.
4. Construcción de servicios públicos: tuberías urbanas, canales, comunicaciones, etc.
5. Otros proyectos de ingeniería civil.

#### ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS

6. Demolición y preparación de obras.
7. Actividades de instalaciones (eléctricas, fontanería, etc.).
8. Acabados.
9. Otras actividades especializadas

9-11. Aproximadamente, a lo largo de su vida profesional, ¿cuántos años ha trabajado, hasta la fecha:

**Entrevistador:** En caso de medio año o más redondear al alza hasta el siguiente año. En caso de menos de medio año redondear a la baja hasta el año anterior.

9. En el sector de la construcción?

10. En la empresa actual?

11. En el oficio actual?

(00= No sabe / No Contesta)

(01= 1 año o menos)

#### II. NOTORIEDAD DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

12. El Organismo Paritario para la Prevención en la Construcción de la Fundación Laboral de la Construcción realiza una serie de visitas a las obras con el propósito de apoyar a pequeñas empresas en la PRL ¿Conoce Ud. esta labor de visitas del OPPC?

1. No → Pasar a la pregunta 14
2. Sí.

13. En general, ¿cómo valoraría Ud. en una escala de 1 a 10 la labor que se está realizando con estas visitas ? (donde 1 es nada positivo y 10 muy positivo)

00. NS/NC

14. ¿Recuerda alguna campaña en prensa, radio, tv, etc., sobre prevención de accidentes en el trabajo o de riesgos laborales?

1. No → Pasar a la pregunta 16
2. Sí. ¿Cuál o cuáles? \_\_\_\_\_

Si no recuerda cuál o cuáles, anotar "0"

15. En general, ¿en qué medios recuerda haber visto estas campañas?

(Respuesta Múltiple)

1. Televisión
2. Radio
3. Prensa en general
4. Prensa especializada en el sector (revistas, periódicos, etc.)
5. Internet
6. Carteles
7. Folletos
8. Otros medios (calendarios, adhesivos...)

#### A TODOS

16. A continuación le vamos a facilitar una serie de imágenes y/o slogans publicitarios sobre prevención de riesgos laborales. Dígame, por favor, si recuerda o no cada uno de ellos.

16. A. ¿Conoce esta imagen? (imagen campaña estatal)

1. No
2. Sí, me suena
3. Sí, la conozco

16. B. ¿Conoce este slogan? (slogan campaña estatal)

1. No
2. Sí, me suena.
3. Sí, lo conozco

16. C. ¿Conoce esta imagen? (imagen campaña autonómica)

1. No
2. Sí, me suena.
3. Sí, la conozco
4. No procede

16. D. ¿Conoce este slogan? (slogan campaña autonómica)

1. No
2. Sí, me suena.
3. Sí, lo conozco
4. No procede

**III. VALORACIÓN DE LAS CAMPAÑAS: MENSAJES Y MEDIOS.**

17-23. Continuando con la publicidad de prevención de riesgos laborales y accidentes en el trabajo, por favor, posicione en una escala de 1 a 10 los mensajes que lanza o puede lanzar la publicidad que le acabamos de mostrar:

17. ¿Le resultan creíbles? Es decir, informan de aspectos reales  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada creíbles) (Totalmente creíbles)

18. ¿Le resultan claros? Es decir, expresan claramente lo que quieren decir  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada claros) (Totalmente claros)

19. ¿Le resultan concretos? Es decir, mensajes directos  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada concretos) (Totalmente concretos)

20. ¿Le resultan comprensibles? Es decir, sencillez, se sabe qué quieren decir  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada comprensibles) (Totalmente comprensibles)

21. ¿Le parecen interesantes? Es decir, expresan aspectos llamativos  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada interesantes) (Totalmente interesantes)

22. ¿Le parecen educativos, formativos? Es decir, informan sobre buenos hábitos de trabajo  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada educativos) (Totalmente educativos)

23. ¿Le parecen novedosos? Es decir, aportan información valiosa y nueva  
 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10  
 (Nada novedosos) (Totalmente novedosos)

24. En su caso concreto, ¿suele prestar atención a este tipo de campañas?

1. No, casi nunca les presto atención → Pasar a P.26
2. De vez en cuando me entero de alguna
3. Sí, me suelen interesar

25. ¿Suele comentar los contenidos de estas campañas con personas allegadas? En caso afirmativo con quién?

(Respuesta Múltiple)

1. No (excluye las siguientes)
2. Sí, con alguno de mis compañeros de trabajo
3. Sí, con algún superior de mi trabajo
4. Sí, con personas que trabajan en otros sectores
5. Sí, con mis familiares
6. Sí, con amigos
7. Sí, con otras personas ¿quiénes? \_\_\_\_\_

26-29. A continuación le vamos a proponer una serie de aspectos sobre los que puede influir una campaña publicitaria de PRL. ¿Conoce algún caso, incluido ud. mismo, en el que haya influido alguno de los siguientes aspectos?

26. Conocer nuevos métodos preventivos
27. Modificar malos hábitos en el trabajo
28. Conocer nuevos riesgos o peligros
29. Concienciación de la importancia de la PRL.

R.T

1. No, ninguno (excluye las siguientes)
2. Sí, en mi caso
3. Sí, en el caso de algún compañero
4. Sí, en mi caso y en el de algún compañero

30-39. ¿Podría indicarnos, por favor, la frecuencia con que utiliza cada uno de los siguientes medios de comunicación?

30. Canales de televisión generalista (TVE, Tele 5, Antena 3, Cuatro...)
31. Canales de televisión temática (Teledeporte, Canal Historia, etc...)
32. Radio – información
33. Radio – música
34. Prensa gratuita
35. Prensa local
36. Prensa nacional
37. Prensa deportiva
38. Internet
39. Cine

R.T

1. Diariamente
2. De 4 a 6 días a la semana
3. De 2 a 3 días a la semana
4. Una vez por semana
5. Una vez cada 15 días
6. Con menor frecuencia

**IV. CRITERIOS PARA UNA CAMPAÑA EFICAZ**

40. ¿Qué tipo de información (contenidos) cree ud. más necesaria transmitir, en materia de PRL?

1. Insistir en las medidas preventivas
2. Dar a conocer nuevos métodos preventivos
3. Mostrar las consecuencias de los accidentes laborales
4. No es necesaria más información
5. Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

41-45. Y, para que este tipo de campañas ayudaran a reducir la siniestralidad en el trabajo, ¿en qué medida se muestra vd. de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?:

41. Deben emitirse contenidos que alerten de los peligros de no tomar precauciones o de no seguir las normas de seguridad (accidentes o enfermedades del trabajo por ej. caídas, sordera...)
42. Deben emitirse contenidos que muestren casos reales (ej. casos reales de las consecuencias de los accidentes)
43. Deben emitirse contenidos de situaciones o hábitos que den ejemplo, (por ej. persona cargando un saco en la posición correcta y con el equipo adecuado)
44. Deben emitirse contenidos que transmitan la responsabilidad del trabajador y de la empresa de la seguridad en el trabajo (ej. "tú eres el responsable")
45. Deben emitirse contenidos que transmitan por ej. que ("nadie es responsable, los accidentes son inevitables")

R.T

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nada de acuerdo</li> <li>2. Poco de acuerdo</li> <li>3. Algo de acuerdo</li> <li>4. Completamente de acuerdo</li> </ol> |
|---|

**V. PERCEPCIÓN GENERAL SOBRE LA PUBLICIDAD EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y ACCIDENTES EN EL TRABAJO**

A continuación le pedimos que nos aporte algunas opiniones sobre este tipo de publicidad:

46. ¿En qué medida considera ud. que este tipo de publicidad es útil para reducir la siniestralidad laboral?

1. Nada
2. Poco
3. Bastante
4. Mucho

47. ¿En qué medida considera que es una acción eficaz en la concienciación de los trabajadores ante los riesgos?

1. Nada
2. Poco
3. Bastante
4. Mucho

48. ¿Y en la concienciación de los empresarios?

1. Nada
2. Poco
3. Bastante
4. Mucho

49. Usted diría que su actitud hacia este tipo de publicidad y campañas es...

1. Muy negativa
2. Negativa
3. Indiferente
4. Positiva
5. Muy positiva

50-58. Y, por último, díganos, por favor, cuál es su grado de acuerdo con cada uno de los siguientes atributos sobre la publicidad en materia de PRL:

50. Puede servir para adquirir hábitos de trabajo seguros

51. Es atractiva

52. Es interesante

53. Es aburrida

54. Puede corregir malos hábitos de trabajo

55. Es engañosa, no muestra la realidad

56. Es repetitiva

57. Es imaginativa

58. Es influyente

R.T

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nada de acuerdo</li> <li>2. Poco de acuerdo</li> <li>3. Algo de acuerdo</li> <li>4. Completamente de acuerdo</li> </ol> |
|---|

**VI. EXPERIENCIAS VIVIDAS.**

**59. Durante los tres últimos años en el sector de la construcción, ¿ha vivido alguna experiencia cercana de accidentes en el trabajo?**

1. No, nunca (*excluye las siguientes*) → **Fin del cuestionario**
2. Sí, sólo en primera persona → **Hacer p.60**
3. Sí, sólo de otros compañeros → **Hacer p.61**
4. Sí, en primera persona y de otros compañeros → **Hacer p.60 y p.61**

**60. En su caso concreto, ¿qué consecuencias padeció en el último accidente?**

*(Respuesta Múltiple)*

1. Ninguna (*excluye las siguientes*)
2. Consecuencias físicas temporales
3. Consecuencias físicas permanentes
4. Consecuencias psicológicas temporales
5. Consecuencias psicológicas permanentes

**61. En caso de algún compañero ¿qué consecuencias padeció?**

*(Respuesta Múltiple)*

1. Ninguna (*excluye las siguientes*)
2. Consecuencias leves de tipo físico
3. Consecuencias leves de tipo psicológico
4. Consecuencias graves de tipo físico
5. Consecuencias graves de tipo psicológico
6. Fallecimiento

**FIN DEL CUESTIONARIO**

**DATOS DEL ENTREVISTADO**

Entrevistado:  
Nombre

Dirección

Teléfono

**DATOS A RELLENAR POR EL ENTREVISTADOR**

Fecha realización entrevista:

Día

Mes

Duración de la entrevista en minutos

Hora de comienzo de la entrevista

Hora

Minutos

Localización

1.- Provincia \_\_\_\_\_

2.- Municipio \_\_\_\_\_

**E. ¿Qué grado de sinceridad crees que ha habido en la encuesta?**

1. Nada
2. Poco
3. Bastante
4. Mucho

**F. ¿Ha interferido o influido en la entrevista alguna otra persona, aparte del propio entrevistado?**

1. No
2. Sí

Datos del entrevistador:

Equipo

Nombre

Nombre empresa

Nombre centro de trabajo (obra)

# **Guía de los grupos de discusión**

## GUÍA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

En el presente anexo se recoge el instrumento de recogida de información empleado en los grupos de discusión.

### GUÍA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

#### INTRODUCCIÓN

- Presentación empresa y objetivos de la reunión
- Presentación de los participantes

#### DINÁMICA A UTILIZAR

- Técnicas proyectivas, comienzo por juego de asociaciones.
  - Riesgo
  - Trabajo
  - Seguridad
  - Obra/tajo
  - Prevención
  - Peligro...

*Discusión y reflexión sobre las asociaciones aportadas, conceptualización de cada una de las asociaciones. (Reflexiones que se enlazarán con el tema siguiente).*

- ✓ Cambios que ha habido en el sector a este respecto:
  - Cómo les afecta
  - Qué les parece
  - Qué habría que cambiar
  - Cómo habría que cambiarlo
- ✓ Juego de cambio de roles (en la explicación de la PRL)
- ✓ Recuerdo en espontáneo de campañas
  - Atributos, sensaciones que transmite
  - Valoración global
  - Valoración: personajes, lo que transmite...
  - Eficacia (utilidad)
- ✓ Trabajo de estímulos (lemas de otras campañas e imágenes)

- Qué les parece
- Lo que más les ha gustado
- Lo que más llama la atención
- Interés del mensaje
- Qué se intenta transmitir
- Qué intentan decirnos. Si se tuviera que explicar este anuncio a alguien que no lo haya visto...
- Coherencia de lo que se ve con lo que se dice
- ¿A quién le puede interesar? (definir trabajador/empresa)









