



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE MERCADOTECNIA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

TEMA

**MARKETING SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS
PSICOSOCIALES EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

TUTOR

Mgtr., MARISOL JACQUELINE IDROVO AVECILLAS.

AUTORES

YURYKO YAMILETH SÁNCHEZ RUIZ

MARIO DAVID VERA SELLÁN

GUAYAQUIL

2021



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.	
AUTOR/ES: Sánchez Ruíz Yuryko Yamileth Vera Sellán Mario David	REVISORES O TUTORES: Mgtr., Marisol Jacqueline Idrovo Avecillas
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniería en Marketing
FACULTAD: Administración	CARRERA: MERCADOTECNIA
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021	N. DE PAGS: 204
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: Marketing – Empresa – Cambio Social – Salud	
RESUMEN: La presente investigación tuvo como finalidad identificar las condiciones laborales en que se encuentran las PYMES de la ciudad de Guayaquil para poder prevenir los riesgos psicosociales con la ayuda del Marketing Social, el cual permite identificar en cómo influyen los factores de riesgos psicosociales en las PYMES. Acorde a la metodología de investigación aplicada se llevó a cabo a través del método deductivo e inductivo; mediante el método deductivo se tomó una población general, que se llevó a la muestra idéntica y por medio del método inductivo se interpretó discernimientos que fueron llevados a generalidades, en el cual se seleccionó a empleadores o representantes legales de las PYMES para realizarles encuestas, representantes de trabajadores para un grupo de enfoque y expertos en seguridad y salud ocupacional que participaron en entrevistas. De tal forma se usó el enfoque mixto; la investigación fue aplicada a las PYMES que se	

dedican a la Actividad de Comercio – Grupo G, ya que pertenecen a la mayor parte de empresas que son afectadas y se encuentran domiciliadas en la ciudad de Guayaquil. Los hallazgos extraídos de la investigación determinaron que es necesario realizar estrategias de marketing social a través de una campaña social a empleadores ya que son los principales en que deben tener el conocimiento sobre los riesgos psicosociales y al concientizarlos se logren mitigarlos en las empresas para mejorar la calidad de vida de los trabajadores y demás personas que pueden verse afectadas para mejorar la productividad y competitividad en la empresa.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
---	-----------------------------

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:	SI <input checked="checked" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
---------------------	--	------------------------------------

CONTACTO CON AUTOR/ES: Sánchez Ruíz Yuryko Yamileth (1) Vera Sellán Mario David (2)	Teléfono: 09-62564598 09-96980885	E-mail: ysanchezr@ulvr.edu.ec mveras@ulvr.edu.ec
--	--	---

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Decano: Mgtr. Oscar Machado Álvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p> <p>Directora de Carrera: Mgtr. Marisol Idrovo Avecillas Teléfono: 2596500 Ext. 285 E-mail: midrovoa@ulvr.edu.ec</p>
------------------------------------	--

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

TESIS SANCHEZ VERA

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	0%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1%
2	www.cidfa2004.sld.cu Fuente de Internet	<1%
3	www.riuc.bc.uc.edu.ve Fuente de Internet	<1%
4	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1%
5	aprosub.es Fuente de Internet	<1%
6	dspace.ueb.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad EAFIT Trabajo del estudiante	<1%

Firma:


Mgtr. Marisol Idrovo Avecillas
C.C. 0913136883
Profesor Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados YURYKO YAMILETH SÁNCHEZ RUÍZ y MARIO DAVID VERA SELLÁN, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, MARKETING SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores

Firma: 
YURYKO YAMILETH SÁNCHEZ RUÍZ
C.I. 0941237182

Firma: 
MARIO DAVID VERA SELLÁN
C.I. 0950948810

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **MARKETING SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica **VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **MARKETING SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, presentado por los estudiantes **YURYKO YAMILETH SÁNCHEZ RUÍZ** y **MARIO DAVID VERA SELLÁN** como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERÍA EN MARKETING**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Mgtr., **MARISOL JACQUELINE IDROVO AVECILLAS**.

C.C. 0913136883

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme salud y fuerzas para culminar este proceso que está relacionado a mi formación profesional.

A mi *ama “Aida” Jacinta Chang Ponce* que adoro con mi vida, por ser mi ángel terrenal, por brindarme su apoyo incondicional desde que inicié mi etapa estudiantil, por confiar y creer en mí en todo momento y decirme su frase célebre: “*mire para adelante y siga para el frente*”. Por demostrarme su amor, su cariño y todos los consejos. ♥

A mi *mamita Fabiola Ruiz* que la quiero y adoro mucho, por ser mi orgullo, mi motivación y por estar junto a mí en todo momento.

A mi *hermano Jaime Sánchez R.* por brindarme su apoyo incondicional.

A mi papá *Javier Sánchez* porque de cierta forma ha aportado en mi crecimiento como ser humano.

A mi *Tita Maura Pérez* por haber formado parte de mis inicios académicos.

A mi *Tía Alexandra Román* por siempre estar pendiente de mí a pesar de la distancia.

A mi amigo *Richard Valenzuela* por haberme acompañado y brindado su apoyo para el desarrollo de este proceso, además de ser un buen amigo.

A mi amiga *Pamela Delgado, Pierre Villacis* y *otras personas* que desinteresadamente dedicaron parte de su tiempo para aportar de forma positiva con su experiencia y conocimientos en este proceso; también a mis amigos *Fernando Mazón* y *Mario Vera* por el apoyo; gracias a todos por extenderme la mano y porque de cada uno de ustedes pude aprender cosas valiosas.

A los Docentes de la Carrera de Marketing de manera especial a *Mg. M. Idrovo mi tutora, Mg. M. Hernández, Mg. T. Benites, Mg. F. Valle* y *Mg. D. Freire* por haber compartido con su experiencia y conocimientos durante mi trayectoria universitaria.

¡Gracias!

Yuryko Sánchez Ruiz.

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico principalmente a mi ama “*Aida” Jacinta Chang* y a mi mamita *Fabiola Ruiz* por su amor, por su trabajo y sacrificio en todos estos años. Por confiar en mí y por seguir siendo un pilar fundamental en mi vida.

A mi hermano *Jaime Sánchez R.* por estar presente en todo momento y a mi papá *Javier Sánchez* quien me ha apoyado.

A *mí* por no haberme rendido y culminar con este proceso. ☺

Yuryko Sánchez Ruiz

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios, por brindarme salud y fuerzas para poder culminar este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

Un profundo agradecimiento a mis pilares fundamentales, mi esposa **Fernanda Intriago** quien me ha apoyado y acompañado en esta larga etapa de mi vida, de igual manera agradezco a mis padres **Mario Vera** y **Mariana Sellan** por todo su apoyo y por ser fuentes de inspiración sobre esfuerzo y responsabilidad.

A mi hermano **Fabian Vera** por haberme apoyado a continuar y culminar mi carrera.

Agradezco a mi suegra **Rosaura Loor** por todo su apoyo en momentos importantes de mi vida.

De igual manera agradezco a mi amiga **Yuryko Sánchez** por todo su gran apoyo en este proceso con sus conocimientos y buena voluntad, también agradezco a mi amigo **Fernando Mazón** quien me ha apoyado para poder culminar este trabajo.

A mi tutora **Mg. M. Idrovo** y A los docentes de la Carrera de por haber compartido con su experiencia y conocimientos durante mi trayectoria universitaria.

¡Gracias!

Mario Vera Sellan.

Dedicatoria

Esta tesis es dedicada a **mi familia** la cual es el soporte fundamental de mi vida, gracias infinitas por todo su apoyo a lo largo de mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida estar siempre presentes en los buenos y malos momentos.

Mario Vera Sellan.

Índice General

Proyecto de Investigación.....	i
Declaración de Autoría y Cesión de Derechos Patrimoniales	v
Certificación de Aceptación del Tutor.....	vi
Introducción	1
Capítulo I.....	3
1. Diseño de la Investigación	3
1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.3. Formulación del Problema.....	6
1.4. Sistematización del Problema	6
1.5. Objetivo General	6
1.6. Objetivos Específicos	6
1.7. Justificación	6
1.8. Delimitación del Problema	8
1.9. Hipótesis General	9
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad	9
Capítulo II.....	10
2. Marco Teórico	10
2.1. Marco Teórico.....	10
2.2. Antecedentes Referenciales	10
2.3. Fundamentación Teórica.....	16
2.3.1.1. Objeto de Estudio: Riesgos Psicosociales.....	16
2.3.1.2. Principales Riesgos Psicosociales.....	17
2.1.2.3. Factores de riesgos psicosociales.....	23
2.1.2.4. Consecuencias de los riesgos Psicosociales	26
2.1.2.5. Prevención de riesgos psicosociales	27
2.1.2.6. Buenas Prácticas	29
2.1.2.7. Programas de salud ocupacional.....	30
2.1.2.8. Programa de Prevención de riesgos psicosociales	31
2.1.2.9. Campo de acción: Marketing Social	31

2.1.2.10.	Elementos de Marketing Social.....	34
2.1.2.11.	Mezcla de Marketing Social.....	35
2.1.2.13.	Las Estrategias Integradas de Marketing Social.....	41
2.1.2.14.	Marketing Social en la Salud.....	43
2.1.2.15.	Comunicación para la prevención de riesgos psicosociales.....	44
2.1.2.16.	Internet como factor clave en la comunicación e información sobre la prevención de riesgos psicosociales	45
2.1.2.17.	Medios de comunicación: Canales y tácticas comunicacionales para la difusión de Prevención de Riesgos Psicosociales.....	46
2.1.2.18.	Tipos de Contenido.....	47
2.1.2.19.	Importancia del uso del Marketing Social en la Salud	48
2.1.2.20.	Responsabilidad Social y PYMES.....	49
2.1.2.21.	Estructura del Programa de Marketing Social.....	50
2.1.2.22.	Investigación en línea	50
2.4.	Marco Conceptual	51
2.4.1.	Agente de cambio social.....	51
2.4.2.	Bienestar social laboral	51
2.4.3.	Condiciones de vida	52
2.4.4.	Comunicación interna	52
2.4.5.	Comunicación organizacional	52
2.4.6.	Concientización	53
2.4.7.	Elementos de prevención.....	53
2.4.8.	Enfermedades profesionales.....	53
2.4.9.	Enfermedades comunes.....	54
2.4.10.	Persuasión.....	54
2.4.11.	Prevención de riesgos laborales.....	54
2.4.12.	Promoción de la salud	55
2.4.13.	Stakeholders.....	55
2.4.14.	Sensibilización.....	56
2.4.15.	Sistema sanitario	56
2.5.	Marco Legal	56
2.5.1.	Constitución de la República del Ecuador	56

2.5.2.	Decisión 584 Comunidad Andina de Naciones: Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo	58
2.5.3.	Resolución 957, Reglamento de Instructivo Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo	59
2.5.4.	Ley Orgánica de Salud	60
2.5.5.	Ley Orgánica de Discapacidades	61
2.5.6.	Código de Trabajo	61
2.5.7.	Ministerio del Trabajo	63
2.5.8.	Resolución No. SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010: Superintendente de Compañías. (SUPERCIA, 2011)	66
2.5.9.	Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2030 - Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2015)	66
2.6.	Diseño de Investigación	67
Capítulo III		69
3.	Metodología de la Investigación	69
3.1.	Metodología	69
3.1.1.	Método Deductivo	69
3.1.2.	Método Inductivo	70
3.2.	Tipo de investigación / Alcance de Investigación	70
3.2.1.	Investigación Exploratoria	70
3.2.2.	Investigación Descriptiva	71
3.3.	Enfoque	71
3.3.1.	Enfoque Cuantitativo	71
3.3.2.	Enfoque Cualitativo	72
3.4.	Técnica e instrumentos	72
3.5.	Población	74
3.6.	Muestra	75
3.6.1.	Distribución de la muestra para la aplicación de instrumentos de recolección de datos	76
3.7.	Análisis de resultados	77
3.7.1.	Entrevista	77
3.7.2.	Encuesta	89
3.7.3.	Grupo de Enfoque	107
3.7.4.	Presentación de resultados	118

Capítulo IV.....	120
Propuesta.....	120
4.1. Título de la Propuesta	120
4.2. Flujo de la Propuesta de Marketing Social	120
4.3. Análisis de la Situación	121
4.3.1. Antecedentes.....	121
4.3.2. Análisis FODA	122
4.3.3. Implementación de la Propuesta.....	130
4.3.4. Formulación de Objetivos Estratégicos.....	131
4.3.5. Estrategias Integradas al Marketing Mix.....	131
4.3.6. Plan de acción: Tácticas y Cronograma	166
4.3.7. Presupuesto	167
4.3.8. Control.....	168
4.3.9. Impacto – Beneficio Obtenido.....	170
Conclusiones	171
Recomendaciones.....	172
Bibliografía	173
Anexos	179

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema	8
Tabla 2 Estrés Laboral: Análisis	18
Tabla 3 Estrés Laboral: afectación en las organizaciones	18
Tabla 4 Características del Mobbing	19
Tabla 5 Tipología de Mobbing.....	20
Tabla 6 Conductas de Mobbing	21
Tabla 7 Factores de Riesgos Psicosociales	24
Tabla 8 Factores de Estrés Psicosociales	26
Tabla 9 Consecuencias de los riesgos psicosociales	27
Tabla 10 Buenas prácticas sobre Estrés laboral	29
Tabla 11 Buenas prácticas sobre Acoso Laboral.....	30
Tabla 12 Estructura interna y externa.....	40
Tabla 13 Tipos de Estrategias	43
Tabla 14 Marketing Social y Comunicación Educativa en la Salud	44
Tabla 15 Canales de comunicación y aplicaciones	46
Tabla 16 Tipos de contenido	47
Tabla 17 Técnicas e Instrumentos para la investigación	73
Tabla 18 Minería de datos del SRI.....	74
Tabla 19 Factor de la Muestra.....	75
Tabla 20 Distribución de la muestra.....	76
Tabla 21 Género	89
Tabla 22 Edad.....	90
Tabla 23 Nivel más alto de estudios.....	91
Tabla 24 Número de trabajadores en la empresa	92
Tabla 25 Número de horas semanales cumplidas por los trabajadores	93
Tabla 26 Factores de riesgos psicosociales en la empresa.....	94
Tabla 27 Factores: Carga y Ritmo de Trabajo	95
Tabla 28 Factores: Organización del trabajo	96
Tabla 29 Factores: Soporte y Apoyo	97
Tabla 30 Factores. Acoso laboral	98
Tabla 31 Cumplimiento de los programas de riesgos psicosociales	99
Tabla 32 Por qué no aplica programas de riesgos psicosociales.....	100
Tabla 33 Información OIT	101
Tabla 34	102
Tabla 35 Por qué no participaría en una campaña de prevención de riesgos psicosociales	103
Tabla 36 Medios idóneos para recibir información.....	104
Tabla 37 Matriz FODA.....	123
Tabla 38 Análisis Matriz de Evaluación de Factor Interno (MEFI).....	125
Tabla 39 Análisis Matriz de Evaluación de Factor Externo (MEFE).....	126

Tabla 40 Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE)	128
Tabla 41 Involucrados en Campaña Social.....	130
Tabla 42 Estrategias Integradas al Marketing Mix.....	132
Tabla 43 Producto Intangible de campaña.....	134
Tabla 44 Psicología de color	135
Tabla 45 Servicios de Información.....	137
Tabla 46 Tipo de costo de la campaña.....	138
Tabla 47 Diseño de Facebook e Instagram.....	139
Tabla 48 Grupo en WhatsApp y Formulario para inscripción.....	141
Tabla 49 Ideas claves.....	143
Tabla 50 Creación de Mensaje	143
Tabla 51 Pieza de muestra para Feed de Facebook e Instagram: Lanzamiento.....	145
Tabla 52 Pieza de muestra para Storie de Facebook e Instagram: Lanzamiento.....	146
Tabla 53 Pieza 01 con descripción de contenido	147
Tabla 54 Pieza 02 con descripción de contenido	148
Tabla 55 Pieza 03 con descripción de contenido	149
Tabla 56 Pieza 04 con descripción de contenido	150
Tabla 57 Fechas conmemorativas y acciones	151
Tabla 58 Pieza muestra 01 de fechas conmemorativas y contenido	152
Tabla 59 Muestra de Pieza 01 de Feed para difusión de charlas.....	159
Tabla 60 Muestra de Pieza 01 de Storie para difusión de charlas.....	160
Tabla 61 Asociaciones estratégicas	164
Tabla 62 Personal para actividades	165
Tabla 63 Tácticas y Cronograma.....	166
Tabla 64 Presupuesto para campaña.....	167
Tabla 65 Matriz de Control.....	169

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensiones del Síndrome de Burnout.....	23
Figura 2 Otros Factores Psicosociales.....	25
Figura 3 Concepto de Salud.....	31
Figura 4 Clasificación de Producto Social.....	37
Figura 5 Triángulo de Marketing Social.....	48
Figura 6 Género.....	89
Figura 7 Edad.....	90
Figura 8 Nivel más alto de estudios.....	91
Figura 9 Número de trabajadores en la empresa.....	92
Figura 10 Número de horas semanales cumplidas por los trabajadores.....	93
Figura 11 Factores: Carga y Ritmo de Trabajo.....	95
Figura 12 Factores: Organización del trabajo.....	96
Figura 13 Soporte y Apoyo.....	97
Figura 14 Acoso laboral.....	98
Figura 15 Cumplimiento de los programas de riesgos psicosociales.....	99
Figura 16 por qué no aplica programas de riesgos psicosociales.....	100
Figura 17 Información OIT.....	101
Figura 18 Participación en campaña de promoción.....	102
Figura 19 Por qué no participaría en una campaña de prevención de riesgos psicosociales.....	103
Figura 20 Medios idóneos para recibir información sobre prevención de riesgos psicosociales.....	104
Figura 21 Flujo de Propuesta.....	120
Figura 22 Isologotipo de campaña.....	134
Figura 23 Isologotipo original.....	136
Figura 24 Isologotipo de uso alternativo para fondos oscuros.....	136
Figura 25 Costo y Beneficio de la Campaña.....	138
Figura 26 Cuenta de Gmail.....	142
Figura 27 Cuenta de Zoom.....	142
Figura 28 Propuesta para diseño de Certificado por asistencia a Charla.....	161
Figura 29 Procedimiento para servicio de información digital.....	163
Figura 30 Base de datos del SRI.....	184
Figura 31 Pymes para el muestreo aleatorio.....	185
Figura 32 Matriz de Evaluación.....	186

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Guía de preguntas para la Entrevista a Expertos en Seguridad y Salud en el Trabajo.	179
Anexo 2 Cuestionario de Encuestas a Empleadores – Representantes Regales – Administrativos RRHH.....	180
Anexo 3 Guía de preguntas para el Grupo de Enfoque a Representantes de trabajadores.....	183
Anexo 4 Base de datos extraída del SRI	184
Anexo 5 Pymes para el muestreo aleatorio	185
Anexo 6 Matriz de Evaluación completa	186
Anexo 7 Evidencia de investigación	187

Introducción

En Ecuador, las empresas están expuestas a distintos factores ambientales y laborales que afectan la salud y el bienestar de todos quienes conforman la organización, siendo las enfermedades profesionales causantes de pérdidas en el mundo laboral. Los cambios tecnológicos y sociales que acompañan a las condiciones económicas están perjudicando la salud y provocan enfermedades profesionales. La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2019) afirma que: “los accidentes laborales, el estrés, las largas horas de trabajos y las enfermedades relacionadas con el trabajo son los causantes de aproximadamente 374 millones de muertes al año y tienen grandes repercusiones en el ámbito personal y familiar”. Relacionado directamente con el bienestar físico y emocional a corto y a largo plazo que poseen los trabajadores. Sin embargo, esta problemática no solamente afecta a trabajadores, sino que puede verse afectada la productividad de las empresas al provocar interrupciones en sus procesos de producción y obstaculizar la producción.

La ineficiente gestión de parte de los empleadores, representantes legales y administrativos encargados del Talento Humano dentro de las PYMES hacia los trabajadores en cuanto a la seguridad y salud en el trabajo realmente representa una gran preocupación ya que al no gestionarse adecuadamente la influencia de los riesgos psicosociales provoca insatisfacción y pérdidas en las empresas. Un informe del sindicato UGT indicó que, “contando desde el año 2006 han incrementado los fallecimientos por: infartos, derrames cerebrales o ictus derivados, por circunstancias laborales como el estrés, el acoso o en general las malas condiciones y la precariedad laboral” (SER, 2016). Esto debido a la falta de apoyo y liderazgo que existe de parte de los empleadores que provocan la desestabilización dentro de la organización por lo que es importante la concientización sobre estos temas, ya que, permite se priorice la prevención de riesgos psicosociales para seguir evitando pérdidas humanas y económicas.

En la actualidad se deben resolver diferentes problemas sociales existentes, por lo que se eligen varias alternativas para lograr resultados positivos y erradicar males como el alcoholismo, la drogodependencia, el SIDA y en este caso los problemas psicosociales que son provocados dentro de las organizaciones por el desconocimiento que existe sobre los programas de prevención de riesgos psicosociales.

Para resolver estos problemas, se elaboran campañas sociales que tienen como objetivo modificar positivamente actitudes y/o la conducta de las personas que forman parte de la

sociedad. Según Kotler y Roberto se encuentran campañas para el cambio en la Grecia Antigua y Roma, que tenían como fin liberar a los esclavos. “En Inglaterra, durante la Revolución Industrial, se realizaron campañas para invalidar el encarcelamiento de los deudores, otorgar el derecho al sufragio a las mujeres y suprimir el trabajo infantil” (Seguí & Pérez, 2016, p. 9). En la actualidad las campañas de cambio social se enfocan en: reformas sanitarias (tabaquismo, drogadicción, nutrición, prevención de COVID-19, etc.), preservación del medio ambiente, reformas educativas (alfabetización), reformas económicas (fomentar las habilidades y el entrenamiento en el trabajo). Una campaña de cambio social “es un esfuerzo organizado conducido por un grupo (agente de cambio) que pretende convencer y otros (los destinatarios) de que acepten, modifiquen o abandonen, determinantes ideas, actitudes, prácticas y conductas” (Seguí & Pérez, 2016, p. 10).

La pertinencia de la presente investigación se basa en identificar los riesgos psicosociales que tienen una mayor incidencia dentro de las empresas y mediante la herramienta de Marketing Social lograr prevenirlos de manera efectiva, por lo que se pretende generar un bienestar y beneficio a los empleadores, trabajadores de las pymes, y a todos los que forman parte y están involucrados en la prevención de riesgos psicosociales.

La presente investigación consta de cuatro capítulos: el capítulo I, en el cual se halla información correspondiente al diseño de la investigación donde se ubica el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, además del soporte de la investigación orientada a la delimitación e hipótesis de la investigación. El capítulo II está compuesto por los antecedentes referenciales, la fundamentación teórica dividida en campo de acción que corresponde al marketing social y el objeto de estudio a los riesgos psicosociales, el marco conceptual con los conceptos más relevantes de la investigación y el marco legal por el cual se encuentran amparada la investigación. En el capítulo III el cual corresponde a la metodología de la investigación realizada se definen los métodos, tipos e instrumentos de investigación aplicados para obtener información relevante el cual permitió validar los datos generales, la percepción de conocimiento que tienen los altos y medios mandos de las pymes respecto a los programas de prevención de riesgos psicosociales, la opinión de los expertos y de los trabajadores que igual forman parte de la población interesada y beneficiada de la aplicación del programa en mención. Finalmente, en el capítulo IV que comprende a la propuesta, con los resultados de la investigación se propuso las estrategias de marketing social más convenientes para que se pueda implementar la campaña de marketing social.

Capítulo I

1. Diseño de la Investigación

1.1. Tema

Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Planteamiento del Problema

Los riesgos psicosociales abarcan tanto a los trabajadores como a las empresas, por una parte, su procedencia se debe al incumplimiento del Código de Trabajo y/o Acuerdos Ministeriales donde hacen mención sobre la prevención de riesgos psicosociales, lo cual muchas veces repercute en sanciones económicas, de igual manera el desempeño laboral se ve afectado seriamente, llegando a desencadenar en la baja calidad de los productos y/o servicios comercializados por las organizaciones y por ende a los objetivos planteados. Los trastornos mentales en el ámbito laboral han incrementado en los últimos años, acorde a un reporte de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), más del 50% de los trabajadores sufren algún síntoma relacionado al estrés, como ansiedad, sentimientos depresivos, dolor físico, exclusión social, trastornos de sueño, entre otros (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019, p. 62). Consecuencias de los riesgos psicosociales, que perjudican al trabajador, además de estar relacionadas con las alteraciones tanto fisiológicas como psíquicas (altera los procesos afectivos y cognitivos), que a su vez provocan un incremento de ausentismo, bajo rendimiento y desmotivación laboral, problemas intrapersonales entre trabajadores, familiares, sociales, provocando así un mayor número de accidentes, ya que han demostrado científicamente de que su salud podría afectarse.

Los trabajadores son el motor de la organización y su productividad tiene un reflejo directo en los resultados de las empresas, todo empleador debería velar por la seguridad y salud de su personal. La Dra. Elena Burgaleta menciona que, en el caso de las MIPYMES, que constituyen una de las principales fuentes de trabajo en el Ecuador, por lo general es donde habitualmente existe un alto grado de implicación de los trabajadores, la inversión en prevención laboral resulta en la mayoría de casos, escasa, cuando no inexistente (UISEK, 2018, p. 5). A pesar de que existen compañías que brindan este tipo de asesorías, las mismas ven un terreno poco fértil debido a esa poca importancia dada a la prevención de riesgos laborales, sin mencionar que existe una alta competencia en ese sector, con poca o nula promoción de los servicios que se ofertan.

En un estudio realizado por el Grupo de Investigación sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Universidad Internacional SEK con el tema “Primera Encuesta sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo en Micro y Pequeñas empresas”, tomaron como muestra a 132 trabajadores nacionales y extranjeros de las MYPIMES del Ecuador; pudieron identificar que en lo que respecta a las condiciones Psicosociales el 92.4% declaró que poseen los conocimientos y habilidades para realizar su trabajo, el 53.8% declara realizar un esfuerzo mental para el desarrollo de sus tareas diarias y el 8.3% indica que no dispone del tiempo necesario para realizar la tarea que se le exige en su puesto de trabajo. El 9.8% de los encuestados afirma que el trabajo les limita el tiempo con su familia y, por último, el 21.2% de los trabajadores siente tensión por el tiempo que consume en el traslado del trabajo al domicilio y viceversa (UISEK, 2018, p. 25).

La deficiente atención de parte de los empresarios y/o dueños de PYMES hacia los trabajadores en seguridad y salud es notoria en cuanto a la representación del nivel de insatisfacción que tienen los trabajadores dentro del área laboral. Sin embargo, la mayor parte de trabajadores que está inmerso en el sector comercial es el que mayor influencia de riesgos psicosociales tiene, ya que normalizan ciertos factores como trabajar bajo presión, mayor carga horaria, forzar al trabajador a realizar más actividades de las que fueron designadas en su contrato, entre otras, sin considerar la satisfacción laboral de los trabajadores.

La insuficiente prevención de los riesgos psicosociales en las PYMES es un tema de interés social con una fuerte influencia en la economía del país y en lo que se refiere a salud ocupacional. El gobierno busca mejorar constantemente la calidad de las condiciones de trabajo. En una entrevista de la Ing. María José Capelo (2017), Técnico de Riesgos del Trabajo, al preguntarle si algún trabajador ha presentado reclamos o quejas sobre riesgo psicosocial, manifestó:

Que en el departamento de Seguridad de Riesgos Laborales solo se recibe por accidentes de trabajo y posibles enfermedades laborales por parte de las entidades Públicas y Privadas, dentro del tiempo establecido en la nueva normativa que es de 10 días, y con respecto a riesgos psicosociales no se ha evidenciado ni se han receptado reclamos o quejas de esta índole por parte de los trabajadores, lo que se da a entender que el riesgo psicosocial es algo común para las personas, o desconocen la problemática en sí, y de cuánto podría afectar a su salud si no se lleva un control de prevención de estos factores (Amagua, 2017, pp. 3-4).

“Durante los últimos meses que el país está enfrentando la pandemia global del Covid-19, se ha percibido ciertas características emocionales en los trabajadores de las empresas, que pueden significar o dar origen a algún tipo de riesgo psicosocial” (Robalino Zumba, 2020). Las condiciones laborales en una emergencia demandan un elevado esfuerzo mental, emocional y conductual, generando como resultado el estrés adaptativo que, si se mantiene de manera prolongada, podría convertirse en distrés (estrés negativo) el cual se manifiesta como respuesta al esfuerzo excesivo, provocando afecciones cognitivas, emocionales, conductuales y físicas (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020).

Debido a ese enfrentamiento por pandemia, los trabajadores han adoptado diferentes medidas para desarrollar sus trabajos, exponiéndose a un ambiente laboral inapropiado, por la sobrecarga horaria, deficientes procesos e incentivos, conflictos familiares por la tensión, presión por incrementar número de ventas para permanecer en el mercado y escasas capacitaciones que aporten directamente a la prevención de riesgos psicosociales, están afectando directamente en su desempeño laboral. A pesar de que las normativas laborales sean claras, los conocimientos sobre la implementación de protocolos para la prevención de los riesgos psicosociales son muy escasos dentro de las empresas, así como de las normas mínimas de seguridad que deben de tener los trabajadores para el correcto desempeño de sus funciones.

Por tal razón es primordial tomar medidas sobre esta problemática para evitar que en las PYMES continúe afectando la salud y seguridad de los trabajadores a causa de normalizar ciertos factores de los riesgos psicosociales. En el presente proyecto se utilizará el Marketing Social para afrontar los problemas mencionados que afectan a la sociedad, el mismo se ha implementado en distintas campañas que buscan concientizar y promover un cambio de conducta para un bienestar común, como lo es la prevención de riesgos, otra herramienta que adicional es utilizada dentro del Marketing Social, es la mezcla del marketing o 4P en especial la utilización de la promoción como un medio, para “comunicar la esencia del producto social, con base en el principio de informar, educar, persuadir y recordar, con el apoyo de todos los medios de comunicación y la mezcla promocional adecuada para cada campaña social” (Pérez L. , 2004). El cual permitirá llevar la información requerida a los beneficiarios.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo el Marketing Social influye en la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Qué factores de riesgos psicosociales inciden en el comportamiento de los trabajadores en las empresas?
- ¿De qué manera los riesgos psicosociales generan impacto en las organizaciones?
- ¿Cuáles son las estrategias usadas en marketing social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES?
- ¿Qué medios de comunicación son adecuados para promover la seguridad y salud ocupacional en las organizaciones?

1.5. Objetivo General

Establecer Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

1.6. Objetivos Específicos

- Identificar los factores de riesgos psicosociales que inciden en el comportamiento de los trabajadores en las empresas.
- Analizar de qué manera los riesgos psicosociales generan impacto en las organizaciones.
- Seleccionar estrategias usadas en marketing social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES.
- Determinar los medios de comunicación adecuados para la promoción de la seguridad y salud ocupacional en las organizaciones.

1.7. Justificación

En las organizaciones existe un desconocimiento total o bastante significativo sobre protocolos de seguridad y salud ocupacional con respecto a la salud mental que deben implementarse para un correcto desempeño. “Ecuador tiene una amplia gama de actividades laborales, con formas productivas modernas y ancestrales. Sin embargo, la salud en el trabajo no ha tenido mucha relevancia, lo cual se refleja en sus pocas políticas” (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019, p. 64). Por lo que es necesario implementar una solución que permita mitigar el problema existente sobre el manejo de protocolos y salud ocupacional, y la prevención de riesgos psicosociales en las organizaciones, debido a que influye directamente en el desempeño de los colaboradores y la productividad de las empresas. La promoción de

prevención a nivel de salud y bienestar es clave para la eficiencia laboral y los óptimos resultados de las organizaciones. Sin embargo, es pertinente realizar una investigación de campo debido a los factores que se han desarrollado tanto de forma global y local, para identificar el descuido total hacia la prevención de riesgos psicosociales que se deben considerar seriamente como parte de la responsabilidad social empresarial.

El estudio investigativo se justifica en fundamentación a la línea de investigación de la Facultad de Administración, Carrera de Mercadotecnia sobre: Marketing, comercio y negocios locales (ULVR, 2019) y como sublínea el Comportamiento del consumidor y Neuromarketing, el cual se hace énfasis en el Marketing Social para la gestión adecuada dentro de las PYMES en la mejora del comportamiento de los trabajadores y la actividad comercial dentro de la empresa; por lo que es válido aplicar la mezcla de mercadotecnia de las 4P's a través de la promoción, por lo que se busca promover la prevención de los riesgos psicosociales en los altos y medios mandos de las empresas ya que finalmente ellos son los encargados principales de que dentro de las PYMES para que se gestionen los programas de prevención. Además, su alcance se extiende a las organizaciones y/o fundaciones con o sin fines de lucro. En el desarrollo de la investigación se analiza la información recopilada acerca de las distintas maneras de cómo perciben y afrontan las organizaciones sus riesgos psicosociales y la correcta implementación de los programas de seguridad y salud ocupacional.

Esta investigación permitirá la explicación sobre la prevención de riesgos psicosociales que los empleadores/representantes legales implementan en las empresas, reducir la incertidumbre sobre los factores de riesgos psicosociales e identificar el medio de comunicación adecuado para promover la prevención de riesgos psicosociales, mejorando así la productividad empresarial y el clima laboral. Los beneficiarios de la investigación serán las PYMES, los trabajadores, los expertos en seguridad y salud ocupacional y la sociedad en general. Se determinará el beneficio de la investigación para los involucrados mediante un panorama más amplio. Mediante el Marketing Social se buscará concientizar la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES. Además, mediante este proyecto se logrará obtener el grado de Ingenieros en Marketing de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y así, afianzar aún más los conocimientos obtenidos en el transcurso de esta carrera. La presente investigación estará enfocada en lograr que las personas adquieran un pensamiento preventivo, el cual sea favorable para todos los involucrados y retribuya a la sociedad.

1.8. Delimitación del Problema

El problema se delimita en el desconocimiento de los protocolos de riesgos y salud ocupacional que ocasionan la deficiente prevención de riesgos psicosociales en las PYMES. En la investigación, se analiza la implementación de los protocolos de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) en relación a la prevención de riesgos psicosociales dentro de las 778 PYMES domiciliadas en la ciudad de Guayaquil, Parroquia Tarqui, dedicadas a la Actividad de Comercio (venta de artículos varios al por mayor y menor), con establecimientos abiertos y activos, información que se obtiene del Servicio de Rentas Internas (SRI, 2020). Tarqui es una de las parroquias más grandes y pobladas del Sector Norte de la ciudad de Guayaquil, por lo que se tomará como referencia para la delimitación geográfica.

La investigación se realiza en el periodo 2020 - 2021, se considera información sobre la forma en que se promueven los programas de prevención de riesgos psicosociales, el impacto que estos tienen en las PYMES y los factores de los riesgos psicosociales que inciden en el comportamiento de los trabajadores. En esta investigación se incluyen a los empleadores/representantes legales o el personal administrativo encargado del talento humano de la empresa, representante de trabajadores y expertos en el área de psicología enfocados en la seguridad y salud ocupacional dentro de las PYMES para validación óptima de la información adquirida.

Tabla 1 *Delimitación del problema*

Dimensiones	Especificaciones
Campo	Marketing
Área	Social
Tema	Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.
Problema	Desconocimiento sobre protocolos de riesgos y salud ocupacional genera deficiente prevención de riesgos psicosociales en las PYMES.
Delimitación espacial	PYMES del Sector de Comercio de la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui (Investigación de Campo).
Tiempo	2020-2021

Elaborado por: Sánchez & Vera (2020)

1.9. Hipótesis General

Si se establece Marketing Social entonces se previenen los riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad

El presente proyecto de investigación tiene soporte en la línea de investigación Institucional de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, (ULVR, 2019), la cual permitirá establecer Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de Guayaquil:

- Dominio 1: Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.
 - Línea Institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.
 - Líneas de Facultad: Marketing, comercio y negocios locales.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Marco Teórico

En el marco teórico se sitúa la “prevención de riesgos psicosociales”, que es el resultado identificado en el planteamiento del problema. El “Marketing Social” planteado en la investigación es la herramienta que aporta con diferentes alternativas para la solución de la problemática planteada que hace referencia al desconocimiento que existe en las PYMES sobre los Protocolos de Seguridad y Salud Ocupacional relacionados a la prevención de los riesgos psicosociales. Para tener un panorama más claro sobre el tema de investigación propuesto “MARKETING SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”. Se hará referencia sobre la información existente del objeto de estudio y el campo de acción, tomando en consideración la interpretación de los resultados, metodología e instrumentos de investigación, conclusiones y recomendaciones.

2.2. Antecedentes Referenciales

Las condiciones de trabajo, entendidas como las características del medio ambiente físico y organizativo en que se desarrollan las tareas. Así como las condiciones de empleo, referidas a la naturaleza de la relación entre empleador y trabajador, generan un impacto significativo en la salud de las personas (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019, p. 36). Por lo que deben ser atendidos prioritariamente.

Según el Informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) hace mención que durante el brote mundial COVID-19 toda la población está sometida a niveles altos de estrés elevado que pueden tener efectos graves en la salud mental, especialmente por el aislamiento obligatorio en el hogar. Además, los trabajadores pueden verse afectados por los peligros psicosociales derivados de la incertidumbre presente y futura de la situación laboral o de los cambios en los procesos y disposiciones laborales. Los cambios psicológicos pueden incluir un aumento de la ansiedad, estado de ánimo bajo, motivación baja y pensamientos depresivos. Se ha demostrado que la violencia y el acoso (físico y psicológico) pueden incrementar durante un brote, al igual que el estigma social y la discriminación (OIT, 2020, p. 21). Para esto deberían aplicarse medidas en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) para la prevención y reducción de los riesgos psicosociales, incluidos la violencia y el acoso, promover

la salud mental y el bienestar, además de prevenir el riesgo de consecuencias a largo plazo en el bienestar de los trabajadores (OIT, 2020, p. 22). Si no se aplican los protocolos de prevención estos seguirán teniendo repercusión.

La Organización Internacional de Trabajo informa que, durante las situaciones de aislamiento impuestos durante la pandemia como la de COVID-19, muchas escuelas y guarderías cerraron. Ello creó una enorme carga para los progenitores que trabajan y que deben asumir funciones de maestros y cuidadores, además de sus deberes laborales (OIT, 2020, p. 24). Por lo que podría ser posible permitir ciertos ajustes de rendimiento, adaptación o reducción del tiempo de trabajo. Ya que se trata de ocuparse de trabajos independientes a tiempo completo que consumen horas del día, esto es aún más evidente en caso de progenitores solteros que deben asumir todas esas funciones. Un estudio extraído de la I Encuesta sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo: Quito (I-ECSST), demuestra que el comercio y otros servicios son las actividades económicas donde se concentra la mayor parte de la población, y por lo general ocupan principalmente los puestos de trabajo de profesionales administrativos, técnicos de nivel medio y vendedores, quienes tienen un mayor *tiempo de exposición* (período-tiempo de permanecer en el lugar de trabajo) seguido de la industria manufacturera, construcción, agricultura y explotación de minas y canteras (UISEK, 2017). Según el estudio un 20% de la población que trabajan más de 40 horas semanales, el cual, partiendo de varios estudios, se considera que la cantidad del tiempo de exposición (UISEK, 2017). Esto podría ser una variable determinante en el aumento de la probabilidad de sufrir accidentes de trabajo e interferir en la conciliación de la vida familiar del trabajador.

En otro estudio realizado a las MYPIMES de la ciudad de Quito, indica que cerca de un tercio de la población estudiada del Ecuador trabaja más de cuarenta horas semanales, sobrepasando los límites establecidos por la legislación ecuatoriana. Aunque, en un informe sobre las Condiciones de Trabajo y de Gestión de la Prevención del año 2017 tomado del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (INSHT) indica que en diferentes países no se ha identificado un patrón respecto al número de horas trabajadas ya que, en Brasil, India, Estados Unidos y otros países el número de horas es mayor en las empresas pequeñas, en Japón lo es en las grandes. A pesar de aquello, existen estudios previos llevados a cabo en países con economías desarrolladas los cuales han demostrado que las largas jornadas laborales tienen efectos negativos en la salud y en las conductas relacionadas (UISEK, 2018).

Actualmente las situaciones por las que atraviesa el mundo y el país no son favorables tanto para los trabajadores, ni empresas por lo que estos cambios presentados en este caso por pandemia, incidieron a permutaciones abruptas, los cuales deben ser modificados para hacer frente a la situación actual, haciendo que a los trabajadores y dueños de las PYMES se adapten a esos cambios, generando lastimosamente condiciones no tan favorables a la salud física y psicológica.

El estudio realizado sobre *Salaried Workers' Self Perceived Health and Psychosocial Risk in Guayaquil, Ecuador* “Salud autopercebida y riesgo psicosocial de los trabajadores asalariados en Guayaquil, Ecuador”, a los trabajadores asalariados desde los 18 años de la ciudad de Guayaquil, concluyen:

En que aquellos trabajadores de la ciudad ecuatoriana de Guayaquil presentan una multitud de factores de riesgo psicosocial en el lugar de trabajo, y están propensos a que estos afecten a su salud en un futuro. Los hallazgos fueron similares entre hombres y mujeres, por lo demuestra que la falta de apoyo social entre colegas, y en particular el de los empleadores puede afectar su rendimiento (Gómez, Portalanza, Arias, & Espinoza, 2020, p. 9).

Como resultado también observaron que:

los trabajadores con largas horas de trabajo (más de 40 horas por semana) que sufrían de falta de apoyo social (jefes y colegas) y altas exigencias en las actividades laborales (emocionales, cognitivas y cuantitativas) tienen un mayor riesgo de enfermedad autopercebida, por lo que queda demostrado que los trabajadores expuestos a estos factores de riesgo psicosocial tienen más probabilidades de adquirir diferentes tipos de enfermedades. Por lo que consideran importante que se debe mejorar el ambiente laboral, minimizar conflictos entre el trabajo y la familia, hacer de la carga de trabajo y las horas más flexibles, que permita contrarrestar los efectos negativos para la salud (Gómez, Portalanza, Arias, & Espinoza, 2020, p. 10).

Este estudio realizado a los trabajadores de la ciudad de Guayaquil, demuestra que existen varios factores de riesgo psicosocial que atraviesan los trabajadores y que si no se los logra erradicar pueden afectar su salud en lo largo del tiempo, las empresas aún no logran percatare que un colaborador sano es más productivo por lo que se debe trabajar más en la parte de prevención de estos factores que son perjudiciales.

Sin embargo, San Martín Lovera Vannia, en su tesis para obtener el título profesional de Ingeniería en Prevención de Riesgos Laborales y Ambientales, con el tema. “Evaluación de la cultura preventiva en seguridad y salud ocupacional en centro odontológico catedral ubicada dentro de la región metropolitana”, año 2019; con la información adquirida de su proyecto.

(San Martín Love, 2019) Recomienda que:

Se sugiere seguir en camino hacia una mejora continua donde pueda prevalecer una actitud preventiva y transparente, en la cual se busquen fallos antes de que ocurran y aprender de los errores. Donde la empresa sea reconocida por el respeto por la salud y seguridad de las personas, y estos estén presentes en todas las decisiones, además de considerarse como valores para la organización y finalmente que esto sirva como una nueva manera de trabajo en prevención (p. 51).

Las empresas grandes y las PYMES deben considerar una actitud preventiva ante las circunstancias que se presenten dentro de la organización al momento de ejecutar sus actividades laborales, por ende, una empresa que logra reconocer sus falencias a tiempo logrará que los trabajadores gocen de buena salud y seguridad dentro de la misma.

Oriana Fiorella Flores Salinas, en su trabajo de doctorado con el tema “La comunicación organizacional en la prevención de riesgos laborales”, año 2018.

(Flores, 2018) recomienda que:

Cada vez más es imprescindible vincular lo que es la incidencia de los riesgos y su mitigación como parte de un proceso de comunicación en materia de Prevención de Riesgos Laborales y que estos puedan ser parte de cualquier contexto de planificación para el desarrollo organizacional, es decir, estudiar aspectos para que la prevención se visualice como un problema de política social y de responsabilidad corporativa.

Establecer estrategias de concertación con las empresas e instituciones para lograr sensibilización y compromiso en el abordaje de la prevención del riesgo, como parte de una política de consolidación de la imagen y reputación corporativa (p. 377).

Sandra Marcela Tandalla Guanoquiza, en su tesis para obtener el título de Máster Universitario en Seguridad y Salud en el Trabajo: Prevención de Riesgos Laborales, con el tema, “Cultura Preventiva. Estrategias de Cambio Cultural de obligatoriedad a concienciación de prevención de riesgos laborales para generar excelencia, salud empresarial y sostenibilidad.” Recalca que la concienciación de estar prevenidos es el primer paso para que se acentúe la

cultura de prevención. (Tandalla, 2018) Concluye que: “la gestión de prevención de riesgos laborales se debe empezar con la consulta a los trabajadores, saber las necesidades, sus percepciones; y por lo tanto vincular a todos los niveles jerárquicos basándose en las condiciones de trabajo y adecuado liderazgo” (p.38). Es decir, que para realizar un estudio a profundidad se debe considerar la opinión de los trabajadores, ya que ellos forman parte de los stakeholders y es importante conocer la percepción de todas las partes involucradas.

César Mauricio Pozo Eugenio, en su trabajo de titulación para la Maestría en Desarrollo de Talento Humano con el tema “Factores de riesgo psicosocial y desempeño laboral: el caso del área administrativa de la empresa Revestisa Cía. Ltda., de la ciudad de Quito”.

(Pozo, 2018) Concluye que:

Los riesgos psicosociales se presentan en mayor o menor grado dependiendo la naturaleza de la empresa, por lo cual la importancia de su estudio y análisis, ya que se puede presentar la rotación del personal, afectar su desempeño laboral y de igual manera afecciones en la salud de los colaboradores si estos no son controlados a tiempo (p. 67).

Evelyn Espinoza Guerra en su investigación realizada en la ciudad de Guayaquil y publicada en la Revista Psicología UNEMI, sobre los “Riesgos psicosociales y satisfacción laboral en empresas que prestan servicios de salud ocupacional”.

(Espinoza, 2020) en sus resultados indican que:

Factores de Riesgo Psicosocial y Satisfacción Laboral y sus respectivas dimensiones, se pudo observar que existe una correlación negativa significativa entre ellas, es decir que, a mayor nivel de riesgo psicosocial percibido en el trabajo, menor nivel de satisfacción laboral. Estos resultados evidencian la necesidad de realizar un programa que minimice los riesgos psicosociales en el área de trabajo (p. 35).

Paulina Álvarez y Rocío Arias en su trabajo de titulación con el tema: “Desarrollo de Modelo de Plan de Marketing Social para las Pymes del sector industrial de la ciudad de Cuenca” realizaron una investigación a las PYMES de la ciudad de Cuenca.

(Álvarez & Arias, 2016) recomienda:

Brindar información a todas las Pymes sobre Responsabilidad Social Empresarial y Marketing Social mediante conferencias, folletos, charlas donde se expongan los beneficios e importancia que conlleva el realizar prácticas socialmente responsables,

también se cree conveniente que los empleados intervengan en la generación de posibilidad soluciones a los problemas que se presenten en las diferentes dimensiones de la RSE y Marketing Social (p. 20).

Acorde a los autores mencionados anteriormente en las PYMES no se gestionan adecuadamente los programas de prevención de riesgos psicosociales, por lo que si ellos no están conscientes de la necesidad de adquirir y aplicar estos programas seguirán teniendo repercusiones en la salud de los trabajadores, productividad y competitividad de la organización.

La herramienta de Marketing Social se considera que puede ser empleada en el trabajo social; es decir, para emplear Marketing Social es necesario investigar y analizar todos los comportamientos, deseos, percepciones y actitudes para que al promover las estrategias de Marketing Social ocasionen un mayor impacto. Según (Navas, 2017) Galera, Valera y Galán expresa que: “las instituciones sociales deben encontrar nuevos públicos y crear nuevas formas de colaboración. En ese sentido, la herramienta de Marketing Social podría emplearse como un instrumento creativo en intervenciones comunitarias tanto por parte de entidades públicas como privadas” (p.71). Todo tipo de organizaciones pueden implementar el marketing social con el objetivo de modificar comportamientos de manera positiva.

Según (Aponte B. & Laguna, 2016) en su trabajo final del proyecto de intervención con el tema “Plan de comunicación para el programa de responsabilidad social del Ministerio de Economía y Finanzas”, recomienda que:

Es necesario activar todos los canales de comunicación para asegurar que las actividades enmarcadas en el desarrollo de la RSE, llegue a todos los niveles de la institución, con el propósito de vincular a la institución integralmente con la gestión, utilizando, por ejemplo: la Intranet, boletines, e-mail, pantallas digitales. Además de incorporar el lenguaje audiovisual en las divulgaciones de la RSE. Hoy la comunicación es eminentemente audiovisual y resulta mucho más atractivo, ágil y fomenta el recuerdo (p. 105).

Jorge Alberto Forero Santos en su artículo científico sobre el “Marketing Social como estrategia para la promoción de la salud” concluye lo siguiente:

Críticas, detractores, un corpus teórico aún insuficiente, un potencial poco conocido y, por lo tanto, un índice elevado de vulnerabilidad no son suficientes para demostrar

que el marketing social no es la herramienta lo adecuadamente efectiva que necesita la salud pública y, específicamente, la promoción de la salud para que sus proyectos tengan un impacto social relevante y de desarrollo sostenible; lo que equivale a decir, que mientras no haya otra técnica lo bastante desarrollada, probada y con resultados demostrables serán el marketing social, la educación en salud y la comunicación educativa las alternativas por excelencia para trabajar el campo de la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad en áreas de una mejor calidad de vida y del desarrollo social (Forero, 2018, p. 21).

En concordancia con el autor, establecer campañas de Marketing Social para la educación en la salud y comunicación educativa es una excelente opción a considerar para promover y prevenir las enfermedades, en este caso aplicado a la prevención de riesgos psicosociales, por lo que la mejor forma de concienciación sería a través de la educación.

2.3.Fundamentación Teórica

2.3.1.1. Objeto de Estudio: Riesgos Psicosociales

En lo referente a los riesgos psicosociales se definen como “la posibilidad de que un trabajador sufra un determinado daño derivado del trabajo, y más exactamente de los factores de riesgo psicosociales existentes en el trabajo” (Menéndez Diez, 2007, p. 509). Los riesgos psicosociales son potenciales eventos a convertirse en un daño latente a los trabajadores.

Los riesgos psicosociales no se logran identificar con claridad para ser evaluados e identificados en las organizaciones.

Las personas poseen unas características individuales y sociales que les hacen responder de diferente manera a las exigencias que les demanda su organización.

Entre las exigencias empresariales que provocan una respuesta similar de los trabajadores cabe citar: la jornada de trabajo, los turnos, el ritmo de trabajo, el tipo de tarea, el grado de iniciativa, el estilo de dirección al que están sometidos, los niveles de información, formación y participación que practique la empresa (Gallego, et al., 2006).

Claramente se puede indicar que los riesgos psicosociales están inmersos cuando no existe un ambiente favorable, son “consecuencias de insuficientes condiciones laborales y de una deficiente organización en el trabajo” (Boada & Pilar, 2012). Bajo condiciones adversas

para el trabajador se pueden presentar los riesgos psicosociales que van a afectar directamente al desempeño del colaborador y por ende a la empresa. “Los riesgos psicosociales se centran en los ámbitos psicológicos y sociales, generando dentro de esto o en la interacción de ambos” (Boada & Pilar, 2012). Por lo que son parte de su influencia en la presentación de este riesgo a los trabajadores, ya sea en el desarrollo de su actividad laboral o estar inmerso dentro de un ambiente que no sea beneficioso.

Además, los riesgos psicosociales en el trabajo son:

Condiciones que se encuentran presentes en una situación laboral y que se relacionan directamente con las condiciones ambientales, de organización, procedimientos y métodos de trabajo, con las relaciones entre los trabajadores, el contenido de trabajo y la realización de las tareas, que pueden afectar a través de mecanismos psicológicos y fisiológicos, tanto a la salud del trabajador como al desempeño de su labor (Mansilla, 2012).

Según (Peiró, 2009) con el pasar de las últimas décadas, los riesgos laborales específicamente los psicosociales han sido tomados en consideración con mayor fuerza dentro de las legislaciones y en las políticas de los países. Se estableció la obligación de prevenir este tipo de riesgos, donde se establece que el empleador debe garantizar la salud y seguridad de los trabajadores en todos los aspectos relacionados con su trabajo, para esto el empleador debe evaluar y prevenir los riesgos laborales incluyendo los psicosociales.

En su libro Joan y Pilar mencionan algunos riesgos psicosociales tales como: Riesgos emergentes destacamos los que hacen referencia a jornada de trabajos prolongadas (adicción al trabajo o workaholism), la intensificación en el trabajo (vinculado con la fatiga laboral, la carga mental, la carga física, el mobbing y el tecnoestrés, la excesiva exigencia emocional en el trabajo (enlazado con el estrés laboral, el burnout, las psicosomatizaciones y el mobbing) y el desequilibrio entre la vida laboral y personal (Boada & Pilar, 2012).

2.3.1.2. Principales Riesgos Psicosociales

2.3.1.2.1. Estrés y Estrés Laboral.

“El estrés es un fenómeno cada vez más importante en la sociedad moderna y prácticamente en todos los grupos poblacionales se está produciendo un aumento del estrés. Un mal abordaje del estrés desencadena enfermedades y agrava las que no produce” (Vidal V.

, 2019). Por otra parte, se define al estrés como “fuerzas externas que producen efectos transitorios o permanentes sobre las personas y que tienen su origen en situaciones nuevas, intensas, rápidamente cambiantes e inesperadas” (Zarza, 2019). El estrés es totalmente subjetivo, es decir que puede ser percibido de varias formas e intensidad por las personas, ante los mismos estímulos, pero cada persona tendrá un impacto en mayor o menor medida, este agente estresor va a producir una respuesta de carácter psicológico o fisiológico en la persona o trabajador afectado.

Tabla 2 Estrés Laboral: Análisis

Riesgo Psicosocial	Definición
Estrés	<p>Como un conjunto de estímulos, existen ciertas condiciones que nos producen sentimientos de tensión, se perciben como amenazantes o peligrosos, llamados estresores.</p> <p>Como una respuesta o un estado de tensión que tiene dos componentes: el psicológico y el fisiológico.</p> <p>Como un proceso que incorpora a los estresores y la respuesta a los mismos y añade la interacción entre la persona y el ambiente.</p>

Fuente: (Vidal V. , 2019)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

De igual manera sobre el estrés laboral Vidal menciona que “se refiere a los estados en los cuales vive el sujeto debido a su interacción con su contexto organizacional, laboral y ocupacional, y que es considerado como una amenaza de peligro para su integridad física y psíquica” (Vidal V. , 2019). La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su documento, la organización del trabajo y el estrés, define al estrés laboral como: “La reacción que puede tener el individuo ante exigencias y presiones laborales que no se ajustan a sus conocimientos y capacidades, que ponen a prueba su capacidad para afrontar la situación” (Cox, Griffiths, & Starvoula, 2014). El estrés laboral es un problema de carácter mundial, con el cual se lucha día a día tratando de prevenir sus efectos en las personas.

Tabla 3 Estrés Laboral: afectación en las organizaciones

Factor	Afectación
Afectación del Estrés Laboral en las Organizaciones	<p>Aumento del absentismo.</p> <p>Menor dedicación al trabajo.</p> <p>Aumento de la rotación del personal.</p> <p>Deterioro del rendimiento y la productividad.</p> <p>Aumento de las quejas de usuarios y clientes.</p> <p>Efectos negativos en el reclutamiento del personal.</p> <p>Deterioro de la imagen institucional.</p>

Fuente: (Cox, Griffiths, & Starvoula, 2014)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Como se menciona en la tabla anterior hay diversas afectaciones que pueden percibirse en la organización a causa del estrés laboral, estas repercusiones deterioran totalmente a la imagen de la organización tanto interna como externamente.

2.3.1.2.2. *Mobbing o Acoso Laboral.*

En el libro de Mobbing, Burnout y Estrés Laboral – Guía para mejorar la salud define al Mobbing como: “un hostigamiento continuado y deliberado que sufre una persona por parte de un compañero o varios en el trabajo y que pretende debilitarlo o convertirlo en algo insignificante en el trabajo o conseguir que se marche del todo” (Zarza, 2019).

Se define al Mobbing en el libro de (Rojo & Cervera, 2005) como:
Cualquier manifestación de una conducta abusiva y especialmente los comportamientos, palabras actos, gestos y escritos que pueden atentar contra la personalidad, la dignidad o la integridad física o psíquica de un individuo o que pueda poner en peligro su empleo, o denigrar el clima de trabajo (p. 10).

El Mobbing o Acoso Laboral es unos de los principales riesgos psicosociales a los cuales están expuestos los colaboradores dentro de una organización, esto afecta tanto su entorno laboral como su entorno personal, de acuerdo a lo que se manifiesta en el libro mobbing o acoso laboral, existen dos posibles orígenes del mobbing:

1. El que inicia por un acosador o acosadores ante la víctima o las víctimas, debido sobre todo a que la persona es diferente a ellos, ya sea que tiene una forma distinta o es más destacado en lo laboral, el origen puede nacer de la envidia.
2. El que inicia por orden de sus superiores, no sólo del superior inmediato sino de la empresa en sí, esto sería un claro ejemplo de mobbing empresarial.

Tabla 4 *Características del Mobbing*

Riesgo Psicosocial	Características
Mobbing	Es un proceso continuado, el tiempo de su duración variará en función de la capacidad de la víctima de soportar. No se debe confundir con roces en la oficina entre compañeros o jefes, no es algo puntual. Se acompaña de actuaciones hostiles por parte del acosador que suelen ir en aumento.

Fuente: (Zarza, 2019)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.2.3. *Tipos de Mobbing o Acoso laboral.*

Los tipos de mobbing que posiblemente se presentan en una empresa pueden clasificarse con la atención de diferentes criterios, pero el más utilizado en las investigaciones empíricas es el que clasifica el acoso psicológico en el trabajo, según la posición jerárquica en la que se encuentren, en esa clasificación se pueden distinguir cuatro tipos de mobbing, (Verona & Santana, 2012, p. 155):

- *Mobbing descendente.* - El acosador ocupa una posición jerárquica superior a la víctima.
- *Mobbing horizontal.* - El acosador ocupa una posición jerárquica superior a la víctima.
- *Mobbing mixto (vertical y horizontal).* – se puede llegar por dos vías: 1) al actuar como acosador el superior jerárquico crea un “efecto reflejo” en los miembros de la organización de igual posición jerárquica que la víctima convirtiéndose en acosadores o 2) un mobbing de tipo horizontal evoluciona hacia uno tipo vertical, al convertirse en cómplice.
- *Mobbing ascendente.* - El acosador ocupa una posición jerárquica inferior a la víctima. En datos tomados por CISNEROS XI indica que el mobbing descendente es el más frecuente en las organizaciones con un 64%, seguido del horizontal con el 18% y en menor medida el ascendente con un 12% (Verona & Santana, 2012, p. 156). La probabilidad de sufrir de abuso incrementa, por lo que las empresas deben tomar correctivas sobre los acosos que se ocasionan dentro de la misma y que la parte de directiva o quienes ocupan puestos jerárquicos superiores tomen medidas correctivas para la mejora de la organización.

2.1.2.2.4. *Tipología de Mobbing o acoso laboral en la empresa.*

Para la construcción de la tipología de acoso laboral, (López & Enrique, 2016, p. 375), consideraron categorías de análisis que emergieron del marco analítico y de la recolección de información cualitativa: contexto (campo), hábitos (organizativo (cultura), estrategias empresariales, relaciones de poder, situaciones de conflicto entre empresa y trabajadores, acción de acoso (intención), acto (resultado), en la siguiente Tabla 5, se presentan los tipos de Mobbing.

Tabla 5 *Tipología de Mobbing*

Tipos de Mobbing	Consecuencias
Por estrategia de reducción de costos laborales.	Acoso por reducción de costos laborales centradas en una estrategia de reducción de personal, contexto de crisis, reestructuración y/o fusión. Se centra en la salida de los trabajadores por determinadas características.

Por estrategia de productividad y gestión de la calidad.	El aumento desmedido de la carga laboral y del control, ligado a la estrategia de la producción por objetivos, puede desencadenar situaciones de acoso laboral al desestabilizar emocionalmente a los trabajadores causándoles estrés, sentimientos de inutilidad, baja autoestima, ansiedad, entre otros.
Como consecuencia del poder jerárquico, chantaje sexual.	Este campo asimétrico de relaciones de poder, las parcelas de autoridad cedidas a sujetos en la estructura jerárquica se traducen en prácticas intimidatorias de acoso laboral, ante la negativa o no disposición de la trabajadora o trabajador a las pretensiones sexuales del superior.
Por cultura organizativa: contextos de clientelismo y corrupción.	La cultura organizativa con sus prácticas y hábitos de gestión pueden propiciar el mobbing. Por lo general estas prácticas en contextos de corrupción sirven como tácticas de quienes tienen poder para mantener su posición: excluyen a quienes consideran una amenaza – la víctima.
Por conflicto de derechos.	Se da como consecuencia de un conflicto de intereses en torno a los derechos laborales, que pueden estar relacionados con la salud en el trabajo, la maternidad o la participación sindical, entre otros.

Fuente: (López & Enrique, 2016)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Algunas conductas concretas de mobbing clasificadas por factores

Tabla 6 *Conductas de Mobbing*

Conductas	Descripción
Ataques a la víctima con medidas organizacionales.	<ul style="list-style-type: none"> - El superior restringe la posibilidad de hablar. - Cambiar la ubicación de una persona aislándola de sus compañeros. - Prohibir a los compañeros que hablen con alguna persona determinada. - Juzgar el desempeño de forma ofensiva.
Ataques a las relaciones sociales de la víctima con aislamiento social	<ul style="list-style-type: none"> - Restringir a los compañeros la posibilidad de hablar con una persona. - Rehusar la comunicación a través de comunicarse directamente. - Ignorar a una persona.
Ataques a la vida privada de la víctima	<ul style="list-style-type: none"> - Críticas permanentes a la vida privada de una persona. - Terror telefónico. - Hacer parecer estúpida a una persona. - Mofarse de las discapacidades de una persona - Imitar gestos, voces. - Mofarse de la vida privada.
Violencia Física	<ul style="list-style-type: none"> - Ofertas sexuales, violencia sexual. - Amenazas de violencia física. - Uso de violencia menor. - Maltrato físico.
Ataques a las actitudes de la víctima	<ul style="list-style-type: none"> - Ataques a las actitudes y creencias políticas. - Ataques a las actitudes y creencias religiosas. - Mofarse de la nacionalidad.
Agresiones Verbales	<ul style="list-style-type: none"> - Gritar o insultar. - Críticas permanentes sobre el trabajo de la persona. - Amenazas verbales.

Fuente: (Vidal M. d., 2006)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Identificar estos comportamientos dentro de la empresa, favorecerá a que se lleve un mejor clima laboral dentro de la organización, ya que poseer el conocimiento de estas conductas permitiría a los empresarios a llevar una mejor gestión para así evitar estos tipos de conflictos entre todos quienes forman parte dentro de la organización, de tal manera que el control de estas conductas genere un bienestar en la salud del trabajador y del empleador.

2.1.2.2.5. *Burnout.*

El Burnout es un riesgo psicosocial muy común que se encuentra en la mayoría de las empresas que están inmersas en la atención al cliente.

Una respuesta al estrés laboral crónico que tiene una gran incidencia en los profesionales del sector servicios que trabajan hacia personas. Se caracteriza por un deterioro cognitivo, una experiencia de desgaste psicológico y por la aparición de actitudes y conductas negativas hacia los clientes y hacia la organización (Bosqued, 2008).

Este riesgo psicosocial afecta de forma abrupta a las personas que lo poseen, “desde una perspectiva psicosocial el síndrome de quemarse por el trabajo (Bournout) es un síndrome cuyos síntomas son bajos niveles de realización personal en el trabajo, altos niveles de agotamiento emocional y de despersonalización” (Fernández L. , 2013). En la obra de Fernández y otros menciona una cita de Maslach y Jackson, profesor donde define al Burnout como: “Una respuesta inadecuada a un estrés emocional crónico, cuyos rasgos principales son: un agotamiento físico y/o psicológico, una actitud fría y despersonalizada en la relación hacia los demás y un sentimiento de inadecuación a las tareas que han de realizar” (Fernández, Gómez, Lago, Soto, & Vidal, 2015). El desgaste psicológico que provoca el Burnout en los trabajadores es un peligro tanto para la instancia del trabajador dentro de la organización, como para la misma, por lo que el rendimiento laboral se muestra deteriorado y no generaría un alcance beneficioso para ambas partes.

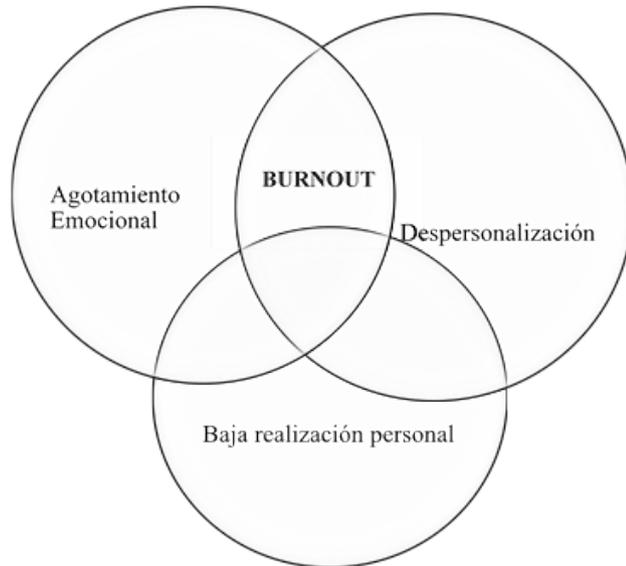


Figura 1 Dimensiones del Síndrome de Burnout
 Fuente: (Fernández, Gómez, Lago, Soto, & Vidal, 2015)
 Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.3. Factores de riesgos psicosociales.

Los factores de riesgos psicosociales son varias condiciones nocivas al colaborador que van desde el ambiente en el cual se desenvuelve, los tiempos en los que debe manejarse, así como las estructuras jerárquicas con las cuales debe compaginar en un entorno de muy poca comunicación y un alto grado de insatisfacción laboral.

Los riesgos laborales están orientados a la probabilidad de daño y al impacto que este genere en efecto a los trabajadores cuando se encuentran expuestos al peligro dentro de las actividades que realizan de forma determinada. Los factores o riesgos psicosociales son “condiciones presentes en situaciones laborales relacionadas con la organización del trabajo, el tipo de puesto, la realización de la tarea, e incluso con el entorno; que afectan al desarrollo del trabajo y a la salud de las personas trabajadoras” (Gil-Monte, 2012). Es decir, que los riesgos psicosociales están derivados en los daños a la salud del trabajador, que se manifiesta a través de alguna enfermedad, una patología o una lesión por agentes causantes dependiendo de la actividad comercial a la que se dedique.

En cuanto a las definiciones de factores de riesgos psicosociales, es un tema bastante complejo y que engloba varios aspectos. En el libro de Bernardo y Carmen afirman que:

Los factores psicosociales en el trabajo consisten en interacciones entre el trabajo, su medio ambiente, la satisfacción en el trabajo y las condiciones de organización, por una parte, y por la otra, las capacidades del trabajador, sus necesidades, su cultura y su

situación personal fuera del trabajo, todo lo cual, a través de percepciones y experiencias, puede influir en la salud, en el rendimiento y en la satisfacción en el trabajo (Moreno & Baez, 2010).

A continuación, en la Tabla 7 se muestran los factores organizacionales y laborales con las respectivas circunstancias que inciden en el comportamiento positivo o negativo de los miembros de la empresa.

Tabla 7 Factores de Riesgos Psicosociales

Factores Organizacionales		Circunstancias	
Política y Filosofía de la Organización	-	Relación Trabajo-Familia	
	-	Gestión de los Recursos Humanos	Política de seguridad y salud
	-	Responsabilidad Social Corporativa	
	-	Estrategia empresarial	
Cultura de la Organización	-	Política de Relaciones Laborales	
	-	Información Organizacional	Comunicación organizacional Justicia Organizacional
	-	Supervisión/Liderazgo	
Relaciones Industriales	-	Clima laboral	
	-	Representación Sindical	Convenios Colectivos
Factores Laborales		Circunstancias	
Condiciones de empleo	-	Tipo de contrato	Salario
	-	Diseño de carreras	
	-		
Diseño del puesto	-	Rotación de puestos	Trabajo grupal
Calidad en el trabajo	-	Uso de habilidades personales	Demandas laborales
	-	Autonomía y capacidad de control	Seguridad física en el trabajo
	-	Apoyo social	
	-	Horas de trabajo	Teletrabajo

Fuente: (Rodrigo Argullo, 2015)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Existen varios factores que influyen para que dentro de la empresa se genere un ambiente laboral inadecuado que obstaculice la productividad de la empresa. El Dr. Ricardo Fernández en su libro *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo*, afirma que “las principales consecuencias negativas sobre las personas son el estrés y la insatisfacción laboral y se observan en parámetros como la cantidad y calidad de trabajo realizado, la rotación laboral o el absentismo” (Fernández R. , 2013).

(Flores, 2018) En su proyecto de titulación realiza las recomendaciones para futuras investigaciones, que consiste en: “Establecer estrategias de concertación con las empresas e instituciones para lograr sensibilización y compromiso en el abordaje de la prevención del riesgo, como parte de una política de consolidación de la imagen y reputación corporativa” (p. 379). Orientando de esta forma al modelo de estrategias que podrían ser consideradas dentro del mismo. Según la investigación propuesta por Oriana Fiorella Flores Salinas, como discusión indica que:

Los análisis y observaciones, tanto de la investigación de campo como la bibliografía referenciada, determina que actualmente no se realiza una comunicación eficaz y, en algunos casos, ni siquiera una comunicación simple sobre la prevención de riesgos que afecta a la masa trabajadora expuesta a constantes peligros para su salud e integridad física (Flores, 2018, p. 365).

A continuación, se presentan otros factores importantes que se encuentran presentes en las empresas y que afectan a la productividad y competitividad de la misma:

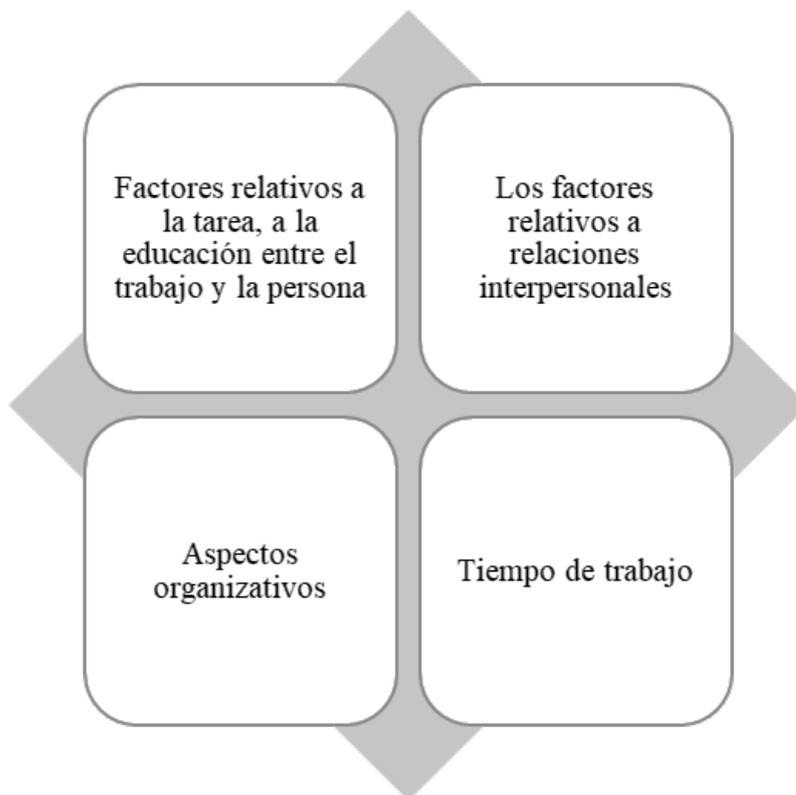


Figura 2 Otros Factores Psicosociales
Fuente: (Fernández R. , 2013)
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Como se menciona los factores de riesgos psicosociales van estrechamente ligados a la relación del trabajador con su entorno en el cual debe desenvolverse gran parte de su día a día, buscar un correcto equilibrio entre los factores y la salud del colaborador es la principal tarea de las empresas.

Tabla 8 *Factores de Estrés Psicosociales*

Factores de Estrés	Causas
Contenido del trabajo	Falta de variedad en el trabajo, ciclos cortos de trabajo, trabajo fragmentado y sin sentido, bajo uso de habilidades, alta Incertidumbre, relación intensa.
Sobrecarga y ritmo	Exceso de trabajo, ritmo del trabajo, alta presión temporal, plazos urgentes de finalización.
Horarios	Cambio de turnos, cambio nocturno, horarios inflexibles, horario de trabajo imprevisible, jornadas largas o sin tiempo para la interacción.
Control	Baja participación en la toma de decisiones, baja capacidad de control sobre la carga de trabajo, y otros factores laborales.
Ambiente y equipos	Condiciones malas de trabajo, equipos de trabajo inadecuados, ausencia de mantenimiento de los equipos, falta de espacio personal, escasa luz o excesivo ruido.
Cultura organizacional y funciones	Mala comunicación interna, bajos niveles de apoyo, falta de definición de las propias tareas o de acuerdo a los objetivos organizacionales.
Relaciones interpersonales	Aislamiento físico o social, escasas relaciones con los jefes, conflictos interpersonales y falta de apoyo social.
Rol en la organización	Ambigüedad de rol, conflicto de rol y responsabilidad sobre personas.
Desarrollo de carreras	Incertidumbre o paralización de la carrera profesional baja o excesiva promoción, pobre remuneración, inseguridad contractual.
Relación Trabajo-Familia	Demandas conflictivas entre el trabajo y la familia Bajo apoyo familiar. Problemas duales de carrera.
Seguridad contractual	Trabajo precario, trabajo temporal, incertidumbre de futuro laboral. Insuficiente remuneración.

Fuente: Modificada de Cox y Griffiths (Fernández R. , 2013)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.4. Consecuencias de los riesgos Psicosociales

El trabajador ante la materialización de los riesgos psicosociales puede padecer varios efectos negativos que afectarán en las actividades y aspectos durante su vida cotidiana,

influyendo no solo en la salud física y psíquica, sino también en sus relaciones sociales y familiares. Las consecuencias debido a los riesgos psicosociales se ven afectados en el trabajador, relacionales, la empresa y la sociedad. (Ver Tabla 9)

Tabla 9 *Consecuencias de los riesgos psicosociales*

¿A quién afecta?	Consecuencias de los riesgos psicosociales
Trabajador	Daños físicos y mentales. <i>Salud Física:</i> Enfermedades cardiovasculares, alteraciones gastrointestinales, afecciones cutáneas, etc. <i>Salud Mental:</i> alteraciones de conducta, emocionales, capacidades cognitivas, etc.
Relacionales	Inadaptación a la relación con el entorno Llega a existir mayor susceptibilidad, hipersensibilidad a la crítica, desconfianza, aislamiento, agresividad, cinismo o pesimismo. Dando como resultado: - Problemas entre parejas. - Deterioro en las relaciones familiares.
Empresa	- Descenso del rendimiento de los trabajadores. - Degradación en el ambiente laboral. - Aumento de siniestralidad laboral. - Consecuencias económicas, sociales y de organización.
Sociedad	Consecuencias para la Seguridad Social Costos de los tratamientos correspondientes. Reinversión en mejoras para la organización de la empresa. Foco del problema.

Fuente: (OSALAN, 2014, p. 27)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Las empresas deben prestar la atención necesaria para prevenir estos tipos de consecuencias que se producen por no tener un control apropiado en la salud mental y física de los trabajadores, la pérdida de calidad del trabajo genera costos a la empresa que no se logran percibir a corto plazo, pero son más visibles a mediano y largo plazo, por lo que se debería tomar acciones de prevención para evitar el despilfarro de recursos que puede ser invertido para el bien del trabajador y así mejorar los resultados dentro de la organización.

2.1.2.5. Prevención de riesgos psicosociales

El trabajo es una de las actividades sobre la que se organizan sociedades, por ende, en los estados modernos están incluidos entre las responsabilidades de los poderes públicos el velar por la salud, seguridad e higiene en el trabajo. La Jefatura del Estado Europeo (1995) en el Art. 14.2 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, en cumplimiento del deber de protección, establece la forma en que el empresario debe garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores en aspectos relacionados con el trabajo, también los psicosociales o relativos a la

organización. La prevención de riesgos laborales tiene que tener una visión amplia que contemple los factores de riesgos de seguridad, higiénicos, ergonómicos y psicosociales, con la finalidad de implantar mejoras en las empresas.

Una adecuada prevención de los riesgos psicosociales requiere su análisis riguroso, las determinaciones sus causas y el desarrollo de tecnologías y metodologías que permitan su evaluación y prevención. Desde hace varias décadas atrás se han realizado varios estudios sobre el estrés y también sobre el estrés laboral que ha dado surgimiento a la psicología de la salud laboral. También indica que la prevención no puede limitarse a evitar los accidentes y enfermedades, más bien, es necesario que se promueva el bienestar bio-psico-social de los trabajadores.

Según (Peiró, 2009) en investigaciones sobre el estrés laboral menciona de forma clara la *Estrategia Comunitaria del 2007 al 2012*, para la prevención de riesgos psicosociales donde se establecen los aspectos a considerar:

En primer lugar. - “Nuestro objetivo debería ser lograr una situación en la cual dentro del lugar de trabajo incremente la salud y el bienestar personal, el acceso al mercado laboral y el mantenimiento del empleo mejoren la salud global de la población”.

En segundo lugar. - Señala que la naturaleza de los riesgos profesionales cambia al ritmo del incremento de las innovaciones, del desarrollo de nuevos factores de riesgo (violencia en el trabajo, incluido el acoso moral y sexual, y las adicciones) y de transformación (vida profesional fragmentada). Por lo que se necesita de investigación especializada para identificar medidas de prevención eficaces.

Tercer lugar. - Se insiste en el carácter preventivo y anticipatorio de las actuaciones y en la construcción de la cultura de prevención a través de información, educación y participación de los trabajadores.

Esta estrategia del 2007 al 2012 ha insistido en la necesidad de “fomentar los cambios de comportamiento entre trabajadores y animar a los empresarios a que adopten enfoques que favorezcan la salud” (Peiró, 2009, p. 11). El objetivo es lograr crear organizaciones saludables.

Si bien es cierto, aunque las medidas de prevención son orientadas precisamente a preservar y prevenir la salud de los trabajadores, las organizaciones cumplen un rol muy importante, ya que depende que dentro de la misma se realicen las investigaciones y

evaluaciones necesarias para medir el impacto de los riesgos psicosociales, pero al existir un desconocimiento y/o falta de compromiso de los empleadores para establecerlas y cumplir con las medidas de prevención, difícilmente podrán ser aplicadas, por ende, sería necesario y complementario que dentro de las empresas se integren gestión preventiva y una política de buenas prácticas, debido a que los empleadores deben tener en claro las medidas de prevención sobre la organización, teniendo como eje principal las evaluaciones de Riesgos Psicosociales.

2.1.2.6. Buenas Prácticas

En la Guía de Prevención de Riesgos Psicosociales (OSALAN, 2014) menciona que a nivel europeo se marcan directrices como referencia para diseñar un programa de prevención de riesgos psicosociales al implementar las buenas prácticas. A continuación, se mencionan ciertas acciones según las medidas que se tomen de cada riesgo psicosocial, ayudarían a su prevención, reducción o eliminación.

Tabla 10 *Buenas prácticas sobre Estrés laboral*

Niveles	Acciones
Individual	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de relajación - Técnicas de meditación para reducir el estrés, ansiedad y tensión. - Ejercicio físico. - Entrenamiento en control del tiempo y negociación.
Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Selección del personal. - Programas de educación y entrenamiento a empleadores y supervisores. - Intervención sobre características físicas y ambientales. - Promoción de una comunicación adecuada. - Diseño del trabajo.
Individual/Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento del apoyo social entre compañeros y supervisores. - Clarificación de los roles para evitar conflictos. - Participación de los miembros de la organización en diferentes procesos de intervención.

Fuente: (OSALAN, 2014)
 Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 11 Buenas prácticas sobre Acoso Laboral

Niveles	Acciones
Nivel Organizacional	<ul style="list-style-type: none">- Intervención sobre el diseño de la organización: contenido de la tarea, carga de trabajo, control y autonomía.- Estímulo a la comunicación de casos para víctimas y testigos. (Debe existir un sistema de recolección de información adecuada).- Difusión en la organización de declaración de intenciones sobre tolerancia cero a la violencia y código de conductas apropiadas.- Fomentar la cultura del respeto.- Disponer de un protocolo para la prevención y resolución de conflictos.- Discreción e imparcialidad en el manejo de la situación por parte de la empresa.
Nivel Individual	<ul style="list-style-type: none">- Formación del personal (trabajadores y directivos) sobre qué es y no es el acoso psicológico, las consecuencias y de qué manera abordarlo de manera no violenta.- Formación de directivos en estilos de liderazgo.- Tratamiento de la víctima en cuanto a la percepción del conflicto.- Rehabilitación para víctimas con posibles patologías de estrés postraumático e incluso para acosadores.- La toma en consideración y búsqueda de apoyo en grupos de autoayuda y en fuentes de apoyo social que pueda tener la víctima.

Fuente: (OSALAN, 2014)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Las medidas que se tomen para la prevención de riesgos psicosociales dependen del nivel de riesgo que exista en la organización, las medidas mencionadas a continuación se pueden tomar como referencia para la mejora del bienestar del trabajador, para esto el empleador y los supervisores o las personas responsables de la toma de decisión dentro de la empresa, deben estar capacitadas y ser conocedores sobre los factores existentes y la manera de prevenirlos.

2.1.2.7. Programas de salud ocupacional

Un programa de salud ocupacional de las empresas, consiste en el diagnóstico con planeación, organización, ejecución y evaluación de las diferentes actividades que tiene a preservar, precautelar, mantener y mejorar la salud individual y colectiva de los trabajadores en las diferentes actividades que ellos se respaldan. “Los programas de salud y seguridad, se deben tener en cuenta en distintas cuestiones relativas a la medicina laboral, la higiene industrial, la toxicología, la formación, la seguridad técnica, la ergonomía, la psicología, etc.” (PCET-MALUR, 2011, p. 114). Es de gran importancia recalcar que cuando se mencionan los programas de salud, también aborda a la seguridad, enfatizando en que un trabajo saludable viene a ser un lugar de trabajo seguro.

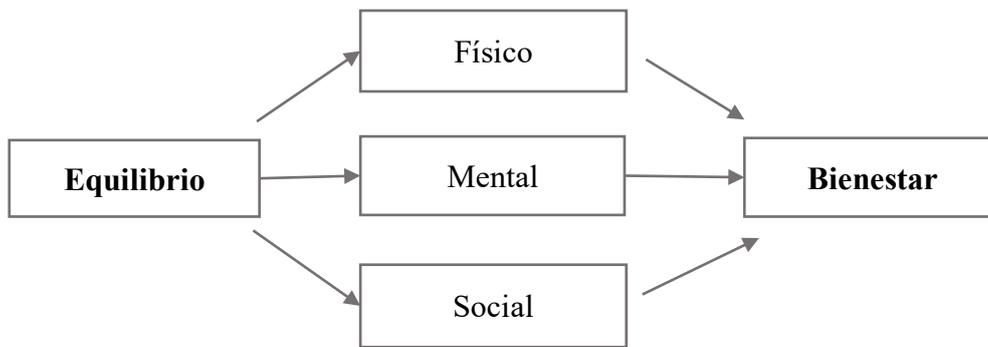


Figura 3 Concepto de Salud
 Fuente: (Fernández R. , 2013)
 Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

La importancia de la prevención de riesgos psicosociales radica en que su aplicación permita que dentro de la organización se pueda establecer un ambiente laboral adecuado para el trabajador, donde se mitigue la intervención de los factores de riesgos psicosociales y no intervengan en sus actividades cotidianas, ni con su vida familiar, ya que estaría afectando su salud y no estaría siendo productivo, sin embargo es deber del empleador contar con los conocimientos necesarios para lograr prevenirlos en la empresa.

2.1.2.8. Programa de Prevención de riesgos psicosociales

El Ministerio de Trabajo del Ecuador (Ministerio de Trabajo, 2020) en colaboración con la academia, empresas e instituciones públicas y privadas elaboró un formato estandarizado para el programa de prevención de riesgos psicosociales para las empresas que cuenten con más de 10 trabajadores, el cual contiene actividades preestablecidas que las empresas e instituciones públicas o privadas tienen la obligación de aplicar con la finalidad de implementar el programa de prevención de riesgos psicosociales. Con la finalidad de promover el cumplimiento de esta actividad, viéndose apoyado por profesionales en seguridad y salud en el trabajo y riesgo psicosocial a través de un cuestionario de evaluación en los espacios laborales. En contexto, la aplicación del programa en mención, permite que la empresa implemente programas de prevención de riesgos psicosociales con la finalidad de que se mitiguen estos tipos de riesgos en las organizaciones y exista una mejor cultura de prevención consciente de los factores dañinos que causa no ser aplicados.

2.1.2.9. Campo de acción: Marketing Social

El Marketing Social, es una disciplina de Marketing, orientada hacia el bienestar social, que está encaminado a los valores de los seres humanos para detectar y satisfacer necesidades de tipo social, humanitarias y/o espirituales. “El Marketing Social aparece por primera vez en

los años 70 para describir el uso de los principios y técnicas de la comercialización encaminada al apoyo de la causa, idea o conducta sociales” (Kotler & L. Roberto, 1993, p. 33). Enfocándose principalmente en influir los comportamientos para que mejoren el estilo de vida y la salud de los seres humanos.

Aunque existen algunas definiciones que se usan ampliamente, se mencionan algunas planteadas por diferentes autores como Moliner, Kotler, Armstrong, Lee, Andreasen; entre otros.

Como definición de Marketing Social, según Miguel Ángel Moliner menciona que: Es una extensión de *marketing* que estudia la relación de intercambio originado cuando el producto es una idea o causa social. Es caracterizado por partir de un cuerpo teórico que está basado en los principios generales del *marketing*, por tratarse de un proceso social y por tener como objetivo el estudio de la relación de intercambio en la que el producto es una idea o causa social (García Izquierdo, 2000, p. 44).

En el libro de (Kotler & Armstrong, 2013) indica que según el Social Marketing Institute (SMI) define al Marketing Social como “el uso de conceptos y herramientas de marketing comercial dentro de programas diseñados para influir en el comportamiento de los individuos a fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad” (p. 201).

El Marketing Social se apoya de las herramientas del marketing comercial para influir en el comportamiento de los seres humanos, mediante estrategias que logren llegar al público objetivo deseado. Esta actividad se realiza por cualquier tipo de institución, por lo general el sector gubernamental es el que ha implementado con mayor frecuencia esta herramienta; aunque cabe mencionar, que en el transcurso del tiempo sus líneas de acción se han ido transformando para ejecutar campañas que promueven el cambio a los problemas más comunes que existen en la sociedad.

(Kotler & Lee R., 2011) en su libro Social Marketing Influencing Behaviors for Good define que:

Social marketing is a distinct marketing discipline, one that has been labeled as such since the early 1970s and refers primarily to efforts focused on influencing behaviors that will improve health, prevent injuries, protect the environment, contribute to communities, and, more recently, enhance financial well-being. Social marketing is about (a) influencing behaviors, (b) utilizing a systematic planning process that

applies marketing principles and techniques, (c) focusing on priority target audience segments, and (d) delivering a positive benefit for society (p. 7).

Cuya traducción sería. “Marketing Social es una disciplina de marketing distinta, que ha trascendido desde la década de 1970 y se refiere primordialmente a los esfuerzos enfocados en influir en los comportamientos que mejoran la salud, previenen lesiones, protegen el medio ambiente, contribuyendo a la comunidad y mejora del bienestar financiero. El Marketing Social se trata de: (a) influir en los comportamientos, (b) utilizar un proceso de planificación sistemático que aplique principios y técnicas de marketing, (c) centrarse en segmentos de público objetivo prioritarios y (d) ofrecer un beneficio positivo a la sociedad.

Según Andreasen Alan, 2011 en el libro de Social Marketing Influencing Behaviors for Good menciona que “Social Marketing is the application of commercial marketing concepts and tools to influence the voluntary behavior of target audiences to improve their lives or the society of which they are a part” (Kotler & Lee R., 2011, p. 7). En su traducción en español se dice que el Marketing Social es la aplicación de las tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para incidir en el comportamiento voluntario de la audiencia con el objetivo de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad.

Nancy R. Lee, Michael L Torthschild and Bill Smith, 2011 en el libro de Social Marketing Influencing Behaviors for Good, plantean:

Social Marketing is a process that uses marketing principles and techniques to influence target audience behaviors that will Benefit society as well as the individual. This strategically oriented discipline relies on creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for individuals, clients, partners, and society at large (Kotler & Lee R., 2011, p. 7).

Que en su traducción sería, el marketing social es un proceso que emplea principios y técnicas de marketing para influenciar en el comportamiento del público objetivo que beneficiaran tanto a la sociedad como al individuo. Esta disciplina estratégicamente orientada se basa en crear, comunicar y entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para las personas, clientes, socios y la sociedad en general.

En el libro Mercadotecnia Social, según (Kotler & L. Roberto, 1993) plantearon que las campañas de marketing social, promueven el cambio y puede estar considerado en dos formas:

1) los cambios que se presentan espontáneamente y 2) los planes que planean e instrumentan los seres humanos para lograr el alcance de sus objetivos específicos (p. 10). Además, para lograr mitigar los cambios es necesario que se considere que “las campañas de cambio social tienen la capacidad de influir, determinar y transformar ideas y prácticas de una sociedad u organización” (Guzmán Jiménez, 2019, p. 17). Puesto que en la actualidad se ha logrado evidenciar el interés de las organizaciones por incentivar e incrementar las ventas de sus productos y/o servicios, y se han basado en implementar estrategias de reducción de costos para contribuir a la relación de precio vs beneficio; sin embargo, para lograr la diferenciación ante la competencia intensa dentro del mercado, las empresas se han interesado en aplicar Marketing Social para generar beneficios sociales hacia los distintos stakeholders.

Los autores referidos en los párrafos anteriores coinciden en que el Marketing Social, tiene como finalidad influir en las ideas o hábitos de un sector determinado al abordar un problema que sea de índole pública, enfocadas en diseñar estrategias y utilizar todas las herramientas del marketing comercial para comunicar e influir en las ideas o comportamientos de los seres humanos con el objetivo de brindar un beneficio y bienestar a la sociedad.

De acuerdo con los autores en mención, se plantea que Marketing Social es una herramienta que ha trascendido su uso y en la actualidad es aplicado para generar un cambio no solo para el bienestar de la persona o un grupo selecto, sino que su influencia con buenas prácticas en el comportamiento del ser humano permitiendo que a su alrededor se genere un bienestar a nivel de sociedad. Además, con la planificación y aplicación de los principios y técnicas de marketing se logren aplicar acciones que permitan mejorar el estilo de vida de las partes afectadas brindando como resultado un bienestar en común.

2.1.2.10. Elementos de Marketing Social

Según (Pérez L. A., 2004) para una mejor comprensión sobre la definición de Marketing Social, se detallan los elementos:

Disciplina: El marketing social emana de la concurrencia de diversas materias orientadas al individuo, al proceso comercial o a la administración de las empresas. Entre estas materias se encuentran la sociología, la psicología, la antropología, el trabajo social, las ciencias de la comunicación, la estadística, la administración y la economía.

Agente de cambio social: Es la persona física o moral, que de manera clara se identifica como responsable de atender la problemática social. Por ejemplo, los agentes de cambios que se han conformado para enfrentar los problemas de drogadicción están siendo atendidos por el sector gubernamental, privado y las organizaciones no gubernamentales (ONGs). El sector gubernamental ha incrementado sanciones para quienes trafican, la secretaría de salud ha mejorado los servicios para atender a los afectados para el diseño de campañas sociales dirigidas a la prevención y promoción de la salud.

Población objetivo o mercado meta: Se refiere a la persona, al núcleo familiar y al segmento poblacional, o una combinación de los tres, que padece algún problema social. Se puede fraccionar en población objetivo directa o indirecta, se recomienda que los programas sociales sean dirigidos tanto a la población directa como a la indirecta.

Estudia e incide en los procesos de intercambio: Inicia con la proyección de la población objetivo o mercado meta, identificación del problema, necesidades sociales y su ubicación dentro de un marco geográfico con diversos perfiles de segmentación con la finalidad de orientar los esfuerzos de la mezcla de las siete P's: Producto, Precio, Plaza, Promoción (las cuatro P's convencionales del marketing), y Proceso, Personal y Presentación (las tres P's adicionales para las empresas de servicios). Incidirán favorablemente en el bienestar de las partes que interactúan.

Beneficio para las partes involucradas y para la sociedad en general: La finalidad del marketing social es el incremento del bienestar de la comunidad y para ello se requiere del estudio de las necesidades sociales, ideas, creencias, actitudes y valores de la población para diseñar y planear estrategias, así como ejecutar la mezcla del marketing que contribuya al bienestar de las partes involucradas.

2.1.2.11. Mezcla de Marketing Social

La aplicación de las estrategias de la mezcla de marketing social o marketing mix es una ventaja competitiva que toda organización tiene posibilidad de elaborar en función de sus recursos, debilidades y visión estratégica, para que de esa forma se atiendan las necesidades de la población o público objetivo, satisfaciendo las carencias detectadas e incrementando los índices de productividad y rentabilidad de las organizaciones. La mezcla del marketing dependerá cien por ciento de la organización que será responsable del diseño del producto o servicio, fijación de precio, empleo de las herramientas de promoción, la ubicación, el personal y de la presentación de la imagen.

Las cuatro Ps por lo general se conocen como producto, precio, plaza, promoción que actualmente siguen brindando un área de desempeño eficaz, pero se añaden tres Ps que son propias del sector de servicios las cuales son: proceso, presentación y personal. (Pérez L. A., 2004) Menciona Kotler (2010), Luchs (2010) Malhotra (2012), dado que las técnicas de marketing tradicionales no logran captar completamente los mercados modernos, la implementación de Marketing 3.0 resulte una estrategia de marketing mejorado, ya que se enfoca en las mejoras ambientales (Warrink, 2018, p. 6).

Por consiguiente, se detalla la implementación de las 7Ps Marketing Mix.

2.1.2.12.1. Producto.

En marketing social, el “producto” es la oferta conductual que los organizadores de las campañas les gustaría que “los consumidores” acepten o adopten. Según Hastings en 2005, agrega que el producto puede ser una acción (ejemplo: ejercitarse con mayor frecuencia), o un elemento tangible, programa o servicio (ejemplo: un servicio de información, línea de ayuda o una idea), creencia, actitud o valor (McLean, 2010, p. 4). El producto debe ser posicionado, presentado y/o modificado de tal manera que logre maximizar los beneficios y minimice los costos (Pérez L. A., 2004, p. 252). Con base a la identificación de necesidades y problemáticas se diseña el producto social, para el surgimiento de ideas, creencias y prácticas que contribuyan al bienestar de la sociedad en general.

El producto social de una organización se encargará de subsanar las necesidades sociales que se detecten previamente. Este puede ser: Intangible y Tangible (Ver Figura 4).

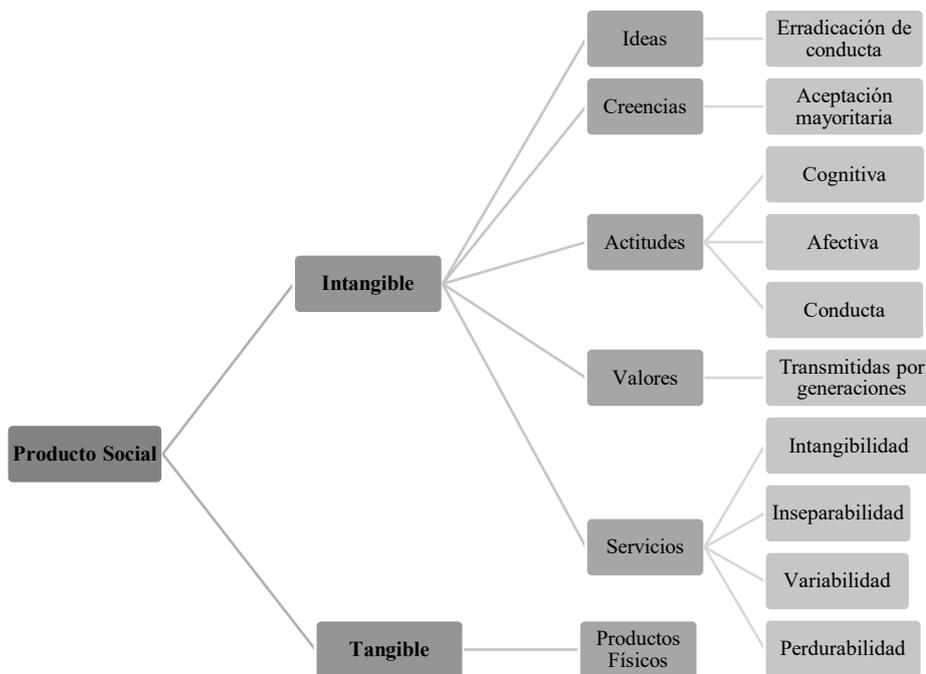


Figura 4 Clasificación de Producto Social
 Fuente: Adaptación de Kotler, Philip y Roberto, Eduardo L p. 30 (Pérez L. A., 2004)
 Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Para describir la clasificación del Producto Social según lo menciona (Pérez L. A., 2004, p. 255). El producto Intangible se subdivide con: las *ideas*, frase que se pretende posicionar paulatinamente en la mente del consumidor pretendiendo promover la erradicación de conductas perjudiciales; la *creencia*, es la idea social aceptada por la mayor parte de la población en general; las *actitudes*, se expresan o manifiestan en todas las personas de diferentes maneras frente a las situaciones cotidianas, a productos sociales, etc. está compuesta por la parte cognitiva, que está relacionado con el nivel de conocimiento de la problemática social y de los productos que generan un bienestar a la comunidad; afectiva, comprende a los sentimientos y se puede trabajar en la población la adopción de sentimientos positivos; conductual, implica a la población objetivo el posicionamiento a una idea, creencia y actitud que produzca un cambio en su comportamiento. Los *valores*, son creencias con las que gozan la mayor parte de la población y se transmiten de generación en generación, por lo que es recomendable que las ideas influyan en las creencias de la población. Los *servicios*, están divididos en Intangibilidad: no se pueden palpar, por lo que es necesario encontrar medios para hacerlos tangibles. Inseparabilidad: es proporcionado por la persona que ofrece el servicio. Variabilidad: El servicio que se ofrece es cambiante y dependerá de los estados de ánimos de la persona que lo otorga. Perdurabilidad: a pesar de no poderse almacenar o inventariar, perdura dependiendo del uso del servicio y presentan ciclos de vida muy cortos.

Los productos Tangibles se subdividen en el producto físico que contribuye a la modificación del comportamiento de las personas como parte del apoyo a la idea social. Los cuatro niveles son conexos al: Beneficio esencial, que es la razón de ser de todo producto o servicio, ejemplo “la idea de *Pocos hijos para darles mucho* se dirige a disminuir la tasa de natalidad en las naciones”. Producto genérico, es la parte austera de los productos y/o servicios enfocados directamente a la satisfacción de la necesidad. Producto esperado, trata de satisfacer las expectativas de beneficio que el usuario final posee por el producto y/o servicio. Producto aumentado, son todas las modificaciones que se le puede hacer al producto esperado y que genera un mayor valor al usuario final (Pérez L. A., 2004, p. 257).

2.1.2.12.2. Precio.

En Marketing Social, los costos podrían implicar sacrificios que están relacionados con el bienestar psicológico, emocional, social, económico o de tiempo. La comprensión del precio puede ser usado para la promoción de beneficios hacia el consumidor (McLean, 2010, p. 6). El precio desde la perspectiva del público objetivo se puede basar en el beneficio que se espera recibir del producto, por ende, parte la necesidad de elaborar un análisis exhaustivo de la relación costo-beneficio, donde el costo sea menor en comparación al beneficio (Pérez L. A., 2004, p. 259).

Los métodos más utilizados para la fijación de precio son: precio basado en el costo, que incurre en todos los costos necesarios para ofrecer el producto y/o servicio final al consumidor. Precio de la competencia, se investiga y analiza los precios de la competencia y se determina si la organización podrá solventar los gastos y generará utilidad al cobrar un precio que rige el mercado. Costos no monetarios, comprenden a los gastos que realiza el público objetivo cuando adquiere los productos y/o servicios sociales, como el costo de oportunidad, de energía derrochada, costos psicológicos, entre otros. Costos de tiempo, debido a que es percibido como un factor importante para la población, la mayoría de las organizaciones lo han percibido y modifican su proceso administrativo para proporcionar este valor al público objetivo (Pérez L. A., 2004, p. 262).

2.1.2.12.3. Plaza.

En Marketing Social, la plaza se refiere a los canales por los que se promueve el cambio y vienen siendo ubicaciones o canales que proporcionan oportunidades para que el consumidor

pruebe y practique el comportamiento o experimente el producto y/o servicio. En términos de un elemento intangible debe estar “disponible socialmente”, es decir, apoyado dentro de la esfera social del consumidor (McLean, 2010, p. 6). “Una vez ubicados los segmentos de la población, se procede a buscar los medios necesarios para facilitar la adquisición de productos sociales, es decir, para hacer accesible la idea social y la práctica que refuerce la conducta de las personas” (Pérez L. A., 2004, p. 21). Para la implementación de los programas sociales se considera realizar alianzas con todas las organizaciones de los tres sectores de la comunidad: sector privado, gubernamental y tercer sector (Pérez L. A., 2004, p. 265).

2.1.2.12.4. Promoción.

La promoción se basa en los esfuerzos de los especialistas en marketing para comunicar el cambio de comportamiento o ideas del público objetivo para que conozcan el producto y/o servicio, sus beneficios, precio y disponibilidad. Dentro de la promoción se incluye: la publicidad, relaciones públicas, promociones de ventas y patrocinios. El propósito de implementarlo es cultivar en la audiencia actitudes positivas e intenciones relacionados al producto y/o servicio para el cambio del comportamiento, es decir, la entrega de una percepción de valor (comunicación) para el público objetivo (McLean, 2010, p. 6). Establecer los medios de comunicación efectivos para la promoción de los productos y/o servicios, es lo principal que debe considerar toda organización.

2.1.2.12.5. Proceso.

El proceso en marketing social, se refiere a los diferentes pasos que el público objetivo debe llevar a cabo para hacer uso del producto y/o servicio social. Para esto se recomienda un diagrama de flujo para detallar el momento que la población identifica la necesidad social, hasta la adquisición del producto y/o servicio social. Una vez definido el diagrama de flujo, se procede con el diseño del diagrama de flujo de entrega de los productos sociales, para ser comparado con el de adquisición e identificar las áreas de mejora que proporcionan valor al usuario final (Pérez L. A., 2004, p. 275).

Para la comprensión del proceso de adquisición y entrega, se necesita:

- Identificar al mercado objetivo y su proceso de adquisición de los productos sociales.
- Identificar al agente de cambio social y su proceso de entrega de los productos y/o servicios sociales.
- Comparación de los dos procesos para descubrir áreas susceptibles de mejora.

En este proceso se identifican atributos o indicadores como:

- Facilidad de orden: grado de sencillez que le mercado objetivo tienen para demandar los productos sociales.
- Entrega: evaluar la exactitud y cuidado necesario para la entrega del producto y/o servicio social
- Servicio de consulta: sistemas de información y otros servicios que el agente de cambio ofrece de manera gratuita o remunerada.
- Capacitación: programas de entrenamiento y capacitación que el agente de cambio ofrece para comprender los problemas sociales y el uso adecuado de los productos sociales que se ofrece a la comunidad.
- Servicios misceláneos: otros productos sociales que el agente de cambio ofrece para mejorar el bienestar de la población.

La estructura debe estar diseñada de tal forma que proporcione valor al usuario final y pueda tener todos los recursos necesarios para tener acceso a la prestación de los servicios u oferta de los productos sociales. Esta estructura debe ser interna y externa. (Ver Tabla 12)

Tabla 12 *Estructura interna y externa*

Estructura Interna	Estructura externa
<ul style="list-style-type: none"> • Distribución y logística interna de la prestación del servicio: diseñar estructura de presentación para generar un valor usuario final con el objetivo de no hacer lento el proceso. • Comunicación interna: invita a los clientes y/o usuarios a conocer los procesos de presentación de producto social y a integrarse al esquema. • Tecnología de comunicación e interacción interna: contar con medios de comunicación y sistemas computacionales ágiles para hacer eficiente el intercambio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes inmuebles o infraestructura accesible al usuario final. • Sistemas de comunicación telefónica o vía internet accesible. • Alianzas estratégicas.

Fuente: (Pérez L. A., 2004)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.12.6. Presentación.

La presentación se refiere a la fachada de los bienes inmuebles donde se ofrece el producto social, los espacios exteriores e interiores de la organización que presta el producto y/o servicio social. Los factores relacionados con el lugar son: acceso, seguridad y agilidad de la presentación de los servicios (Pérez L. A., 2004, p. 279). Por ende, se hace referencia a la pulcritud de las instalaciones, la accesibilidad y la buena apariencia del personal de la

organización (Rahbar & Wahid, 2011). Explicó que una marca ecológica fuerte puede educar más fácilmente a los consumidores sobre la necesidad de utilizar productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, lo cual está en línea con el principio de Kotler (2010) de hacer del mundo un lugar mejor. Hoy en día, con Marketing 3.0, la gestión de marca se mejora construyendo un carácter para la marca. Es decir que la presentación y proyección que tenga la organización frente al resto brindará una mejor apreciación de la misma.

2.1.2.12.7. Personal

Las empresas necesitan enseñar a su personal un comportamiento sostenible; deben tratar a los clientes, empleados y todas las partes interesadas de manera justa con altas normas éticas y de integridad, teniendo en cuenta el interés económico, pero también los beneficios sociales de la comunidad y el bienestar de los empleados (Iles, 2008). Cuando las empresas implementan normas y comportamientos éticos en la capacitación de los roles laborales de sus empleados, estos tienen más probabilidades de reflejar un comportamiento ético (Crane & Matten, 2010).

El talento humano de toda organización debe estar preparado para atender las necesidades sociales y ser congruente entre lo que dice y hace. Prácticamente del personal dependerá el ofrecimiento de los productos y/o servicios sociales por lo tanto este debe estar capacitado en: relaciones humanas, trabajo en equipo, superación personal, motivación personal y entrenado en empowerment o facultad que se le da a los empleados prestadores de servicios. Ya que el consumidor final tiende a crearse expectativas dependiendo del personal que lo está atendiendo. Se requiere que todo el personal esté involucrado en la construcción de buenas relaciones y experiencias (Pérez L. A., 2004, p. 278). El personal tiene relación con el producto social y debe estar comprometido con el proceso de cambio social.

2.1.2.13. Las Estrategias Integradas de Marketing Social

Las estrategias del Marketing Social se generan de manera natural a partir del análisis exhaustivo de la población objetivo o mercado meta, de la competencia, de los proveedores, etc. Estos estudios se concentran en varias herramientas como la matriz FODA:

2.1.2.13.1. Matriz FODA.

Según Kotler & Keller (2012) en su libro Dirección de Marketing, el análisis FODA también conocido como análisis SWOT es “la evaluación general de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para analizar el entorno interno y externo de marketing” (p. 48)

(Kotler & Armstrong, 2013) mencionan la matriz FODA como:

Análisis del Entorno Externo: Oportunidades y Amenazas

Oportunidades: Son factores o tendencias favorables en el entorno externo que la empresa podría ser capaz de aprovechar a su favor.

Amenazas: son factores o tendencias externas y desfavorables que podrían representar un desafío al desempeño.

Análisis del Entorno Interno: Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas: Capacidades internas, recursos y factores situacionales positivos que podrían ayudar a atender los clientes y lograr sus objetivos.

Debilidades: Incluyen las limitaciones internas y los factores situacionales negativos que podrían interferir con el desempeño de la empresa.

Al realizar el análisis FODA se procede a formular metas para el periodo de planificación, las metas son objetivos específicos respecto de su magnitud de tiempo. (Kotler & Keller, 2012, p. 50) Además, indica que para del proceso de planificación del marketing social se encuentra realizar un análisis de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (FODA), ya que ayuda conocer en qué situación se encuentra. (Kotler & Keller, 2012, p. 639) Implementar la Matriz FODA, permite tener una visión más clara para establecer alguna meta o estrategias de marketing, y la solución que se brinde sea efectiva.

(Ponce, 2007) Una vez realizada la Matriz FODA con el listado asignado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas correspondientes, la siguiente etapa es una matriz derivada de la anterior, denominada como MAFE (Matriz Analítica de Formación de Estrategias) es una importante herramienta para la formulación de estrategias el cual sirve para desarrollar cuatro tipos de estrategias por (David, 1997):

1. Estrategias FO o (Maxi - Maxi): Se aplican a las fuerzas internas para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.
2. Estrategias DO o (Mini – Maxi): Superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.
3. Estrategias FA o (Maxi – Mini): Usan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones generadas por las amenazas externas.

4. Estrategias DA o (Mini – Mini): son tácticas que pretenden la disminución de las debilidades internas y eviten las amenazas del entorno. Lucha por la supervivencia, fusionarse o disminuir.

2.1.2.13.2. Estrategias de Cambio

Según Kotler y Roberto, destacan cuatro estrategias principales de cambio que ayuda al marketing social en cumplir con su objetivo de brindar un bienestar social, para lo cual se utilizará como ejemplo una campaña de lucha contra el tabaquismo:

Tabla 13 *Tipos de Estrategias*

Estrategias de Cambio	
1 Tecnológicas	<p>Tecnología de modificación del producto: Modificación de características de los cigarrillos para disminuir efectos dañinos.</p> <p>Tecnología de sustitución del producto: De la investigación del hábito de fumar, puede surgir como respuesta la aparición de productos sustitutivos como “pastillas para la ansiedad”.</p> <p>Tecnología de innovación del producto: En caso de los fumadores empedernidos el deseo de un producto como “una píldora en el curso de la mañana” con la finalidad de reducir o eliminar los peligros de fumar.</p>
2 Económicas	Estas tratan de imponer costos sobre la conducta no deseable y de recompensar la conducta deseable. Por ejemplo. Adicionar un impuesto elevado a la caja de cigarrillos.
3 Político-legal	Se puede asumir formas de restringir la producción, venta y consumo de cigarrillos. Se pueden aprobar leyes que restrinjan actividades que permitan menorar el consumo de cigarrillo en este caso.
4 Educativa	En esta estrategia puede intervenir el Estado y asociaciones sin fines de lucro. Adreasen sostiene que la estrategia de educación comienza asumiendo en primer lugar que los individuos harán lo correcto y tomarán decisiones razonables si entiende el qué, por qué y cómo deben hacer el cambio. La tarea del educador es traer los hechos al público de la mejor forma posible.

Fuente: (Seguí & Pérez, 2016)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.14. Marketing Social en la Salud

El Marketing Social en Salud es la estrategia integral, basada en desarrollo de las 4 P’s del marketing mix; cuya finalidad es el cambio de comportamientos, hábitos y actitudes de la población objetivo para favorecer su salud, mediante la investigación de necesidades, la planeación, ejecución y comunicación educativa como herramientas estratégicas (Secretaría de Salud, 2010, p. 18). La finalidad de implementar esta práctica es para diseñar estrategias con

mensajes educativos, motivadores e informativos a los grupos objetivos logrando mejoras en el comportamiento y actitudes para influir en llevar una mejor salud.

La aplicación de Marketing Social en el campo de la promoción de la Salud, se apoya en las intervenciones educativas para la salud en cuanto al manejo de riesgos personales, en el desarrollo de aptitudes, capacidades y competencias de salud, basándose en promover (la conducta saludable), la comunidad (audiencia o grupo objetivo) y diferentes variables (individuales, colectivas, ambientales y culturales), con el fin de reforzar hábitos y comportamientos saludables.

El Marketing Social en la Salud implementa el *uso de estrategias y medios de comunicación* como:

2.1.2.14.1. Comunicación Educativa en Salud.

Es una herramienta clave de la Mercadotecnia Social en la Salud, por lo que permite transmitir la información de salud de manera clara, vera y oportuna, con sustento en evidencia científica, por lo que busca la sensibilización de la opinión pública, fomentar la participación comunitaria y promover estilos de vida saludables (Secretaría de Salud, 2010, p. 19).

Según la unión del Marketing Social y la Comunicación Educativa en la salud, pueden incrementar el conocimiento sobre temas de salud, pero no pueden compensar las carencias de los servicios de salud entre otras que se muestran a continuación: (Ver Tabla 14)

Tabla 14 *Marketing Social y Comunicación Educativa en la Salud*

Lo que puede lograr	Lo que no puede
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el conocimiento sobre temas de salud, problemas y soluciones. • Influir en las actitudes para crear apoyo en acción personal o colectiva. • Demostrar habilidades saludables. • Enseñar el beneficio del cambio de la conducta. • Producir cambios en el comportamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Compensar carencias de los servicios de salud. • Resolver todos los problemas ni difundir todos los mensajes por sí sola.

Fuente: (Secretaría de Salud, 2010)
Elaborado: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.15. Comunicación para la prevención de riesgos psicosociales

En la actualidad los procesos de comunicación se han convertido en foco de innovación social y económica, pero el reto está en que la comunicación genere una ventaja competitiva, cree valor y sea enriquecida con información necesaria para el receptor. En cuanto a materia de prevención y comunicación se dice que:

La comunicación de arriba abajo es una forma de afirmar liderazgo y difundir información sobre novedades, normas y riesgos. La comunicación de abajo a arriba, es para transmitir alertas, sugerencias y valoraciones de resultados. La comunicación horizontal permite difundir prácticas entre personas, departamentos y equipos (Flores, 2018, p. 188).

En las Normas ISO 9001-2015, *7.4 Comunicación*: indica que “la organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al SGC que incluyan: qué comunicar, cuándo comunicar, a quién comunicar, cómo comunicar, quién comunica” (ISO 2015, p. 8). Por ende, todo contenido que se realice dentro de la organización tiene que tener transmitir credibilidad y estar regido a lo que indican dentro de las Normas ISO para mantener el estándar de calidad. Sin embargo, cabe recalcar que “la comunicación permite a la alta dirección y a los responsables de prevención laborales expresar con exactitud los objetivos de prevención y de salud laboral de la empresa para cumplir esos objetivos” (ISO 2015, p. 8).

En cuestión de prevención de riesgos, la estrategia de comunicación es una “herramienta imprescindible para la mejora de la seguridad y salud, ya que permite el intercambio de información necesaria para el cumplimiento del plan de prevención de las empresas, además de impulsar el intercambio de inquietudes y soluciones en materia preventiva” (ISO 2015, p. 8). Una eficaz comunicación permite realizar una prevención más efectiva ya que genera un gran alcance a nivel de sociedad.

2.1.2.16. Internet como factor clave en la comunicación e información sobre la prevención de riesgos psicosociales

El informe realizado por (DataReportal, 2020): Ecuador, indicó que el 69% tuvo una penetración de Internet en Ecuador que representa a 12,00 millones de internautas, y el número de conexiones móviles en Ecuador fue equivalente al 89%, debido al incremento del uso de los medios digitales, según el DataReportal, la población ecuatoriana en la actualidad hace uso un mayor uso de la tecnología, facilitando la interacción entre los usuarios. Además, el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información indicó la proporción de empresas que utilizan internet: microempresas alcanzan el 48,6%, las medianas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, además las personas que conforman las Mipymes, ubicadas en Quito, Guayaquil, Ambato, entre otras ciudades consideran que el uso de las TIC, como el uso de Internet ayudó a mejorar la gestión de la empresa (Ministerio de Telecomunicaciones, 2013).

Datos que favorecen para que las PYMES implementen la opción de acceder y utilizar múltiples plataformas interactivas para su gestión de comunicación.

“La Prevención de Riesgos Laborales en el ámbito del internet surge cuando las organizaciones empresariales e institucionales en conjunto con los departamentos de comunicación y prevención difunden información en cualquier formato o plataforma que sea precisa” (Flores, 2018, p. 266). Las organizaciones hacen uso de todos los medios de comunicación independientes de sus formatos y plataformas que consideran oportunas.

Su aplicación es indispensable como mecanismo para mantener informado a los miembros de la organización sobre las actividades que realiza la misma, en este caso sobre los programas de riesgos psicosociales que se implementen para mejorar el bienestar laboral del trabajador. Tomado de (Flores, 2018), en él sostiene que, “los nuevos procesos de comunicación se alimentan de diversos aspectos que moldean progresivamente la evolución social y económica, donde el punto de partida es el internet”. “La comunicación para la prevención de riesgos psicosociales es indispensable para la seguridad, eficiencia y para el correcto funcionamiento de una empresa” (García, 2014). Los medios de comunicación en versión online son más interactivos.

2.1.2.17. Medios de comunicación: Canales y tácticas comunicacionales para la difusión de Prevención de Riesgos Psicosociales

Actualmente es posible que los medios de comunicación con la integración de actividades, canales digitales y plataformas más usadas, se accede a todo tipo de información de forma económica y rápida, las empresas deben aprovechar las plataformas virtuales para comunicarse, entre las plataformas disponibles están Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube, Twitter y en mensajería está WhatsApp, Skype y Telegram. (Armínola, García, & Romero, 2020) Por lo que se consideran:

Tabla 15 *Canales de comunicación y aplicaciones*

Canales de comunicación	Aplicaciones
Medios Sociales	Facebook
	Instagram
	Twitter
	LinkedIn
Correo electrónico	Gmail
	Outlook
Plataformas multimedia	Youtube
	Slideshare
Aplicaciones de Mensajería	WhatsApp

	Telegram Messenger Hangouts
Videoconferencias	Microsoft Teams Skype empresarial Google Meet Zoom

Fuente: (Uleviciute, 2021)

Elaborado: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.18. Tipos de Contenido

Al momento de crear y seleccionar el contenido a publicar en los diferentes canales web, se debe considerar los objetivos de la campaña. El contenido debe aportar información útil, para mejorar la conexión emocional, por lo que se enumeran algunas ideas prácticas para la actividad en internet de contenido de alto valor, (Ver Tabla 16):

Tabla 16 *Tipos de contenido*

Actividades	Descripción
Blogs o micro sitios informativos White papers	Deben hacer hincapié en palabras claves
Boletines electrónicos o newsletter	Contenido esencialmente técnico o científico, en informes pdf de 10 a 12 páginas. Se proporcionan en html o simple texto, consisten en resúmenes de artículos, blogs. Su periodicidad suele ser semanal o mensual.
Libros electrónicos	Contenido informativo.
Notas de prensa	Pueden enviarse con regularidad, sin necesidad de eventos especiales.
Colecciones de fotografías Multimedia	Pueden estar agrupadas temáticamente Fotografías y Videos demostrativos. Imágenes y videos de los integrantes de la empresa: compañeros, socios o trabajadores.
Storytelling	Transmitir mensajes que atraigan la atención al mensaje que se requiere enseñar y generar impacto.
Conferencias web en vivo o webminars	Excelente para comunicar y llamar la atención.
Video conferencias o seminarios	En vivo o grabaciones.
VARIOS	Entrevistas en medios de comunicación. Infografías Documentos en pdf Audio-libros o audio-guías Presentaciones o “slides” Guías “How-to” Información y noticias Foros

Fuente: (Ramos, 2016)

Elaborado: Sánchez & Vera (2021).

2.1.2.19. Importancia del uso del Marketing Social en la Salud

Es una estrategia atractiva, a la medida de las necesidades del público objetivo y la comunicación de un beneficio real llamado a la acción. (Secretaría de Salud, 2010, p. 21) El diseño del producto en Marketing Social se relaciona directamente en lo que quiere y necesita el público objetivo de tal manera que le llegue a la mente y al corazón. Este es una forma de influir en el grupo objetivo para que de cierta forma adopte cambios de mejora en su comportamiento y en el transcurso del tiempo lo haga sentir mejor.

Tomado de Big Pocket Guide Social marketing, esta es la representación del triángulo de la mercadotecnia social.

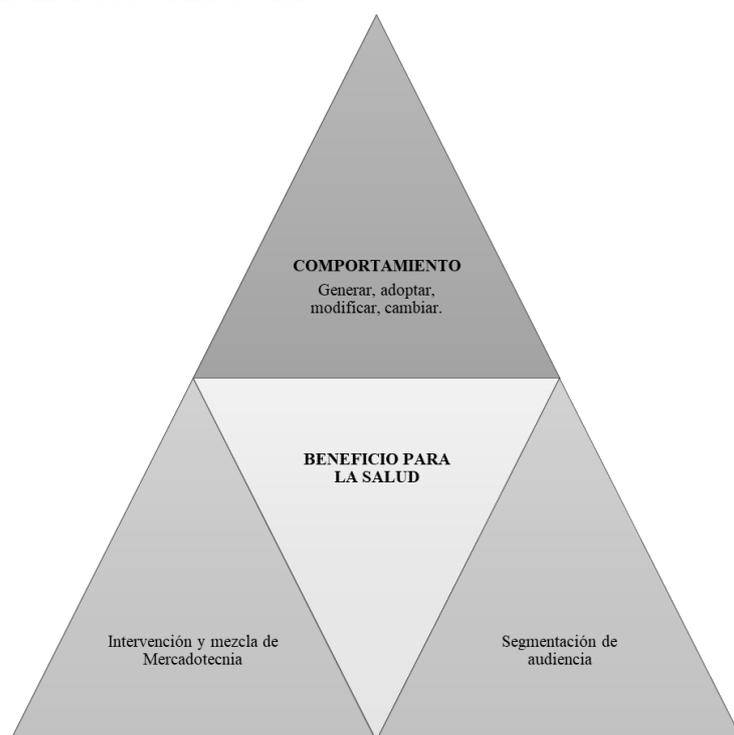


Figura 5 Triángulo de Marketing Social

Fuente: (Secretaría de Salud, 2010)

Elaborado: Sánchez & Vera (2021)

Tradicionalmente, este tipo de campañas son desarrolladas por diferentes dependencias gubernamentales, distintas organizaciones de la sociedad civil, asociaciones empresariales y organismos multilaterales, con el afán de mejorar la social, además que las empresas actualmente incorporan la mercadotecnia social como parte de las actividades de la Responsabilidad Social Empresarial (Reyes, 2019, p. 5). Es de mayor importancia que las organizaciones adopten este tipo de programas para generar esa conciencia social y de salud para prevenir mayores riesgos personales y a los que están alrededor.

2.1.2.20. Responsabilidad Social y PYMES

Un estudio sobre el Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación, muestra que: “es importante que los pequeños empresarios conozcan sus potencialidades en RSE, que son muchas, e integren la gestión responsable en sus estrategias, esperando obtener el éxito competitivo que en el trabajo se infiere” (Gallardo & Sánchez, 2013, p. 29). “Implementar acciones de Responsabilidad social empresarial han sido reconocidas como verdaderos artífices de la mejora del rendimiento u organizativo y eso es importante para las microempresas” (Gallardo & Sánchez, 2013, p. 18). La responsabilidad social es un desafío por el cual atraviesan las compañías independientemente del tamaño empresarial que posean, pero es de vital importancia que sea implementado para su crecimiento y bienestar común.

En un estudio realizado por (Duarte, 2015) señala que “Las PYMES tienen la capacidad suficiente para diseñar e implementar estrategias de responsabilidad social buscando mejorar el acceso a los mercados, reducir costos de producción, aumentar la productividad laboral y fortalecer la innovación de los procesos” (p. 43). Según el estudio mencionado, se podría resaltar que la responsabilidad social de las pymes ofrece grandes oportunidades para los emprendedores, por lo que promueve una fuerte cultura organizacional basada en filosofía, valores y visión de futuro. Cabe recalcar que “la alta dirección de las empresas puede mejorar la reputación enfocándose en el tema de la salud para los empleados, consumidores y la comunidad en general” (Duarte, 2015, p. 43).

La adopción de la filosofía RSE en las empresas empieza por la integración de políticas formales y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto a los resultados. Por lo que busca replantear, para la construcción de una relación responsable socialmente que implemente los conceptos de planificación, democracia participativa y desarrollo sustentable hacia: consumidores o clientes, proveedores, empleados y colaboradores, el medio ambiente, la sociedad o la comunidad más vulnerable, el sector público, los medios de comunicación y los mercados financieros (Figueroa, Aguirre, Wilches, & Rojas, 2012, p. 55).

El concepto de Responsabilidad Social es aplicable a todo lo relacionado en el ámbito empresarial, desde pequeñas empresas hasta las corporaciones, debido a que toda organización forma parte de una comunidad y de una sociedad donde existen necesidades que pueden ser

atendidas en menor o mayor escala mediante acciones de responsabilidad social. Los empleadores, directivos y accionistas pueden considerar esta iniciativa para mejorar el entorno de su organización, considerando que las necesidades de sus trabajadores y familiares podrían ser atendidas como parte de la dinámica de responsabilidad social laboral.

2.1.2.21. Estructura del Programa de Marketing Social

- I. Análisis de la situación.
- II. Formulación de los objetivos.
- III. Formular Estrategias
 - o Estrategias Generales: FODA
 - o Estrategias en función del Marketing Mix.
- IV. Plan de Acción.
 - o Tácticas
 - o Cronograma
- V. Presupuesto.
- VI. Control

Fuente: (Pérez L. A., 2004) (Secretaría de Salud, 2010)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

2.1.2.22. Investigación en línea

2.1.2.22.1. Investigación Cualitativa: Entrevistas a profundidad en línea.

Las entrevistas y los grupos de enfoque en el transcurso del tiempo se han llevado de forma presencial en establecimientos por mutuo acuerdo de los participantes, pero actualmente con el aporte de la tecnología, se ha vuelto más eficiente y accesible obtener las diferentes opiniones necesarias para el complemento de una investigación. (McDaniel & Gates, 2016)

Las entrevistas a profundidad en línea se realizan como una entrevista con webcam de un grupo de enfoque, sin embargo, la entrevista a profundidad lleva un mayor tiempo cuando es con una sola persona. La entrevista a profundidad en línea suele ser el único medio para llegar a personas como médicos o ejecutivos con múltiples ocupaciones (p. 147).

2.1.2.22.2. Investigación Cuantitativa: Encuesta en línea.

La encuesta es uno de los métodos de recolección de información más común a lo largo del tiempo las cuales ha aportado con la toma de decisiones y ha sido fundamental para las

investigaciones, gracias a los avances tecnológicos y a las diferentes empresas, se ha logrado llegar a un público con mayor eficacia. (McDaniel & Gates, 2016) El internet ha cambiado para siempre la manera en que se realizan las investigaciones por encuestas. Además, el número de usuarios de internet sigue incrementando. A medida que el número de usuarios crece a escala mundial y las características de los usuarios en internet tienen tendencia a igualarse (p. 150).

Acorde a lo mencionado por el autor, elaborar y realizar las investigaciones en línea favorecen en cuanto mitigación de tiempo y mayor alcance, además de que gracias a las empresas que proporcionan herramientas como Google brinda la oportunidad de realizar entrevistas y encuestas a través de su plataforma para adquirir información sobre las investigaciones que se realicen.

2.4. Marco Conceptual

2.4.1. Agente de cambio social

Los agentes de cambio social son grupos que se conforman para participar en los cambios sociales que generan un impacto sobre el futuro de la sociedad, movidos por intereses, objetivos, valores e ideologías en común. En aquel sentido, se dice que cualquier persona puede ser un agente de cambio social, que está inmerso para cambiar a fin de mejorar la realidad social, económica y ambiental del mundo (Díaz, 2016). En el lado empresarial, para las PYMES un agente de cambio social indica a la persona y/o grupo dentro de la organización que es capaz de realizar mejoras organizacionales proactivamente.

2.4.2. Bienestar social laboral

Según la Real Academia de la Lengua (RAE) define bienestar, “conjunto de las cosas necesarias para vivir bien”, “Estado de la persona en el que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica”. Partiendo del concepto de bienestar que se refiere a “vivir bien”. El bienestar social laboral se define como el estado deseado por un grupo de funcionarios que laboran en la organización, y se logra a través de planes, programas y proyectos, estructurados como solución a las necesidades del empleado que influyen como elemento importante dentro de la empresa (Aguilar, Cruz, & Jiménez, 2017, p. 23). Orientado a los intereses de los derechos y/o intereses sociales de los trabajadores, además lo que se requiere es complementar y apoyar las políticas generales en este caso de las PYMES, para mejorar sus condiciones y así ofrecer al desarrollo del trabajador, la mejora de su nivel de vida y el de su familia.

2.4.3. Condiciones de vida

El conjunto de valores y normas de una sociedad influye, de distintas formas, en la salud y el bienestar de los individuos, de manera que la estabilidad social, el reconocimiento de la diversidad, la seguridad, la estabilidad social, las buenas relaciones de trabajo y las comunidades cohesivas proporcionan una sociedad de apoyo que reduce o evita los riesgos para la salud (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019). Las condiciones de vida de los trabajadores requieren de ambientes seguros y óptimos que mejoren el desarrollo de las actividades laborales.

2.4.4. Comunicación interna

Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre quienes la conforman, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (Andrade, 2005, p. 17). Es importante que toda empresa dentro de la misma, defina y mantenga una comunicación efectiva y responsable, de modo que la información proporcionada hacia los colaboradores sea relevante suficiente y oportuna para generar en ellos una imagen favorable de la organización y así lo que la empresa requiera implementar sea apropiado, denote beneficios y no cause algún tipo de disrupción dentro de la misma.

2.4.5. Comunicación organizacional

Es el proceso de comunicación dentro de las empresas. Conceptualizada como un proceso de producción e intercambio de significados, naturaleza mediadora y mediada, que genera flujos de sentido, que se imparten dentro de las organizaciones con la finalidad de facilitar su identidad y cultura (Guilen & Espinosa, 2014). Cuando la comunicación dentro de la organización no es efectiva, se refleja en los niveles de productividad, así como en la calidad de productos y/o servicios. La comunicación organizacional es esencial para que las empresas realicen cambios pertinentes en su cultura de trabajo y logren un mayor nivel de compromiso en los trabajadores, es necesario que con el uso y apropiación de las nuevas tecnologías se las puedan constituir como herramientas para potenciar la calidad, el trabajo en equipo, las relaciones, la identidad, innovación, creatividad e inteligencia empresarial, entre otros aspectos que permitan sensibilizar a todos los que conforman la pequeña y mediana empresa.

2.4.6. Concientización

Según Ladim menciona que concientizar es “tomar conciencia de lo que el hombre es, conciencia de sí, de lo que es el mundo y de lo que son los demás hombres” (De Miguel Badesa, 1995, p. 63). De esa forma, se trata de comprender de manera profunda lo que es el ser humano, sus derechos, lo que necesita en el lugar donde habita. “La concientización es el inicio del propio proceso educativo, que toma a la persona como fundamento y su realización como fin” (De Miguel Badesa, 1995, p. 63). Siendo la persona el actor principal que logrará cambiar o mejorar su condición de vida. “Nadie educa a nadie, diría Freire y nadie se educa a sí mismo, los hombres se educan en comunión y el mundo es el mediador” (De Miguel Badesa, 1995, p. 63). “El proceso de concientización exige la colaboración con la comunidad, educar para la participación responsable, estimular la expresión de sentimientos de solidaridad, madurar el sentido de la colaboración” (De Miguel Badesa, 1995, p. 63). El conocimiento es primordial para influir en el proceso de educación, ya que al concientizar va transformando la realidad en una acción-reflexión; que en la praxis es la comunicación con el mundo.

2.4.7. Elementos de prevención

Los elementos que intervienen en la prevención de riesgos y salud ocupacional están direccionados a la responsabilidad individual que tiene cada uno de los trabajadores tomando en consideración todos los equipos de protección que la empresa debe proporcionar a cada uno de sus trabajadores. Las compañías también deben establecer reglas o normas que deben ser conocidas por todos los trabajadores y parte de la responsabilidad de la organización sería en preocuparse por la divulgación de la misma. Las PYMES deben emplear procedimientos de trabajos correctos que les permita la supervisión eficaz de las actividades laborales que realizan sus trabajadores. Parte de los elementos de prevención, son las capacitaciones a los trabajadores, invertir tiempo en su formación mejora las aptitudes de los mismos. Los reportes e investigación de accidentes dados en la empresa, deben ser analizados tanto sus causas y cómo intervenir para que ocurran consecutivamente. Los elementos de prevención son claves en las PYMES para evitar los daños.

2.4.8. Enfermedades profesionales

Según la reforma en el código de trabajo art. 349, define las enfermedades profesionales como “afecciones agudas o crónicas causadas de una manera directa por el ejercicio de la profesión o labor que realiza el trabajador y que producen incapacidad” (Asamblea Nacional, 2019). Las enfermedades relacionadas con el trabajo aún suponen alrededor de 2,4 millones de

muerdes en todo el mundo. Las enfermedades relacionadas con el trabajo incluyen: trastornos musculoesqueléticos, estrés y trastornos mentales, cáncer relacionado con el trabajo, enfermedades de la piel y enfermedades relacionadas con el trabajo producidas por agentes biológicos (OSHA, 2020). Es por eso que las empresas deben establecer condiciones adecuadas para evitar las enfermedades que se dan en los trabajadores por la inexistencia de sitios adecuados donde laborar.

2.4.9. Enfermedades comunes

Las enfermedades comunes son transformaciones de la salud que no provienen de accidentes de trabajo, ni de enfermedades profesionales. Esto se debe a los estilos de vida y prácticas no saludables dentro y fuera del ámbito laboral en los que determinan la mayoría de los casos la aparición de agravamiento de enfermedades crónicas no transmisibles y enfermedades transmisibles que afectan de forma directa a la salud y bienestar del trabajador (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019).

2.4.10. Persuasión

La persuasión es una técnica que ayuda a la captación del público objetivo, y permite influir en los indecisos y motivar para adquirir algún tipo de beneficio. La persuasión está basada en aprovechar ciertos patrones de conducta para influir en el comportamiento del ser humano. Dependiendo de la aplicación que se le dé a la persuasión los resultados que se adquieren después de aplicarla son satisfactorios tanto para la empresa como para el cliente, ya que existe una influencia positiva en las acciones y principios que se aplican.

2.4.11. Prevención de riesgos laborales

La prevención de riesgos laborales es la posibilidad de que un trabajador sufra un daño derivado de la labor que se encuentra realizando. La prevención de riesgos laborales es un derecho que deben ser cumplidos por parte de los empleadores para garantizarles la protección adecuada frente a los riesgos laborales. La prevención de riesgos laborales, se basa en evitar los riesgos que existan dentro de las pymes, evaluar los riesgos que no se puedan evitar y planificar ciertas actividades para que puedan ser combatirlos, que el trabajador se adapte a su labor, la sustitución de lo peligroso por algo poco o nada peligroso. Además, el empleador como tal debe considerar las capacidades profesionales para asignar una actividad y esta pueda ser cumplida de tal forma que no afecte su integridad.

2.4.12. Promoción de la salud

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la promoción de la salud como "el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud" (OMS, 2020). Este concepto es usado en enfoques participativos; los individuos, las organizaciones, las comunidades y las instituciones colaboran para crear condiciones que garanticen la salud y el bienestar para todos. La promoción de la salud fomenta los cambios que se generan en el entorno que ayudan a promover y proteger la salud. Implica una manera particular de colaborar basada en la población, es participativa, intersectorial, opera múltiples niveles con la finalidad de promover la salud y prevenir enfermedades que se generan en actividades diarias, por factores ambientales, organizacionales y personales (OPS, 2020). La promoción y protección de la salud son esenciales para el bienestar humano y para el desarrollo socio-económico, ya que la salud está considerada como una de las mayores prioridades.

2.4.13. Stakeholders

Traducido como "la parte interesada", según Freeman (1984) se define como las partes involucradas incluyendo a clientes, empleados, proveedores, gobiernos, competidores, defensores del consumidor, ambientalistas, grupos de interés especial y medios de comunicación (McGrath & Whitty, 2017, p. 723). El término Stakeholders se mueve hacia una mayor visión integral, donde son considerados lo más importante en el contexto de la gestión de proyectos. La dirección estratégica de la empresa debería atender a la consecución no sólo de los objetivos propios de los accionistas, sino de todo un más amplio abanico de interesados: trabajadores, clientes, sociedad en su conjunto, proveedores, etc. (Fernández & Bajo, 2012, p. 134).

Por lo tanto, los Stakeholders dentro del presente proyecto serían los grupos de colaboradores y/o trabajadores que se encuentran dentro de la PYME y están interesados o se ven en la necesidad de participar para adquirir una mejora. Acorde a Mitchell menciona que las clases de stakeholders podrían identificarse por su posesión o posesión atribuida de uno, dos o tres de los siguientes atributos: el poder de los stakeholders para influir en la empresa, la legitimidad de la relación de los stakeholders con la empresa y la urgencia de reclamo de los stakeholders (McGrath & Whitty, 2017, p. 732). Estos aspectos podrían ser importantes para determinar la velocidad necesaria de la resolución de problemas que estén presentes en los stakeholders.

2.4.14. Sensibilización

La definición de 'sensible' en el Diccionario de la Real Academia recoge dos acepciones interesantes: " Capaz de apreciar algo o de reaccionar emocionalmente ante ello" y " Receptivo a determinados asuntos o problemas y proclive a ponerles solución". Por ende, es preciso, poner en marcha otras líneas de actuación que permitan que las personas se 'vuelvan sensibles', es decir, que tomen conciencia del problema, que éste sea patente al entendimiento para actuar sobre él, que se responda *fácilmente* (Federación Española de Municipios y Provincias, 2007). El resultado de la sensibilización es que cada persona esté correctamente informada para que haya un entendimiento de lo que ocurre, y se pueda tomar una postura crítica ante la realidad y actuar para modificarla si considera oportuno en este caso, ante los factores de riesgos psicosociales.

La sensibilización busca activar elementos afectivos del sujeto que aprende, indispensable para que se genere aprendizaje situado y significativo. Los elementos afectivos forman una cadena de situación que activa el interés, el cual, no es posible aprender, para generar interés es necesaria la presencia de tres elementos afectivos: 1) motivación, 2) intención, 3) interés (Mendoza, Terranova, Zambrano, & Macías, 2014, p. 25). Por lo que es necesario proporcionar información apropiada y llegar a sensibilizar la problemática existente.

2.4.15. Sistema sanitario

El sistema de salud abarca todas las organizaciones, las instituciones y los recursos de los que emanan iniciativas cuya principal finalidad es mejorar la salud. La atención sanitaria está relacionada a la organización del sistema de salud, recursos para la prestación de la atención, accesibilidad, calidad, tecnología y financiamiento de los servicios de salud (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019, p. 39). El acceso universal en función a las necesidades está orientado a la justicia social enfocado en la salud y el bienestar social.

2.5.Marco Legal

Dentro de los documentos en los que se sustenta legalmente el presente proyecto de investigación, se encuentran:

2.5.1. Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de Ecuador de 2008, denominada oficialmente como Constitución de la República del Ecuador es la norma jurídica suprema vigente del Ecuador que reemplazó a la Constitución de 1998. Redactada por la Asamblea Nacional Constituyente y aprobada bajo

sufragio universal, rige como constitución nacional desde el 20 de octubre del 2008 (Asamblea Nacional, 2008).

En el **Artículo 32- Capítulo Segundo, Derechos del buen vivir-Sección Séptima-Salud.** (Asamblea Nacional, 2008)

“Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.”

Todo colaborador por ley tiene derecho a permanecer con buena salud, seguridad social y trabajar en un ambiente sano donde le permita desempeñar sus actividades adecuadamente sin molestias que ocasionen lesiones en un futuro.

En el **Artículo 33.- Capítulo Segundo, Derechos del buen vivir-Sección Octava-Trabajo y seguridad social y literales 5 y 6 del Artículo 326-Capítulo Sexto, Trabajo y producción-Sección tercera-Formas de trabajo y su retribución.** (Asamblea Nacional, 2008)

“Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.”

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

5) Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

6) Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.

En los mencionados artículos de la Constitución enfatiza el derecho a un trabajo donde se posea un desempeño laboral saludable, debido a que todas las personas están en su derecho para desarrollar sus actividades en un ambiente adecuado en el cual se garantice su salud, seguridad, higiene y bienestar; es decir, que el trabajador debe estar inmersos en un ambiente

óptimo para elevar su desempeño; en caso de que este sufra algún tipo de accidente dentro del trabajo este deberá de ser reintegrado y mantener su relación laboral.

En el **Artículo 360- Título VII Régimen del buen vivir-Capítulo primero Inclusión y equidad - Sección Segunda- Salud.** (Asamblea Nacional, 2008)

“Art. 360.- El sistema garantizará, a través de las instituciones que lo conforman, la promoción de la salud, prevención y atención integral, familiar y comunitaria, con base en la atención primaria de salud; articulará los diferentes niveles de atención; y promoverá la complementariedad con las medicinas ancestrales y alternativas.”

El estado es responsable de integrar el sistema de seguridad social para el bienestar de la comunidad, por lo que el afán está en prevenir y promover las buenas prácticas a nivel nacional en la sociedad.

2.5.2. Decisión 584 Comunidad Andina de Naciones: Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo

El 26 de mayo de 1969, cinco países sudamericanos (Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú) firmaron el Acuerdo de Cartagena, con el fin de que esa unión mejore el nivel de vida de sus habitantes mediante la integración y la cooperación económica y social. De esa manera, se puso en marcha el proceso andino de integración conocido, en ese entonces como Pacto Andino, Grupo Andino o Acuerdo de Cartagena (SNAE).

En Décimo Segunda reunión ordinaria del Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores en Decisión 584 Sustitución de la Decisión 547, Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo aprobado el 7 de mayo 2004.

“Art. 2.- Las normas previstas en el presente Instrumento tienen por objeto promover y regular las acciones que se deben desarrollar en los centros de trabajo de los Países Miembros para disminuir o eliminar los daños a la salud del trabajador, mediante la aplicación de medidas de control y el desarrollo de las actividades necesarias para la prevención de riesgos derivados del trabajo” (El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, 2004).

Los países como Ecuador que forman parte de la Comunidad Andina de Naciones deben implementar y/o perfeccionar sus sistemas de seguridad y salud en el trabajo, mediante acciones que promuevan las políticas de prevención y la participación del estado, empleadores y trabajadores deben estar inmersos en la aplicación y promoción de estas medidas.

“**Art. 4.-** En el marco de sus Sistemas Nacionales de Seguridad y Salud en el Trabajo, los Países Miembros deberán propiciar el mejoramiento de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, a fin de prevenir daños en la integridad física y mental de los trabajadores que sean consecuencia, guarden relación o sobrevengan durante el trabajo.” (El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, 2004)

Dentro del marco de los Sistemas Nacionales de Seguridad y Salud en el Trabajo, los países miembros están obligados a proporcionar mejoras en las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, con la finalidad de prevenir daños físicos y mentales en los trabajadores. Además; menciona el apoyo que las empresas deben realizar mediante una planificación adecuada donde se identifique los riesgos a la salud ocupacional, actualizando, sistematizando y armonizando las normas de seguridad y salud en el trabajo para propiciar programas para la promoción de la salud y seguridad laboral acorde a sus necesidades reales sin que esta disminuya la calidad de la formación y la prestación de los servicios; velando de esa forma el cumplimiento de las normas en materia de salud y seguridad en el trabajo.

“**Art. 9.-** Los Países Miembros desarrollarán las tecnologías de información y los sistemas de gestión en materia de seguridad y salud en el trabajo con miras a reducir los riesgos laborales.” (El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, 2004)

En este sentido se comprende que las empresas deben implementar el uso de las tecnologías actuales y los sistemas de gestión en seguridad y salud con el objetivo de mitigar los riesgos en el trabajo y generar un ambiente laboral sano.

El empleador a través de evaluaciones del plan integral de prevención de riesgos debe adoptar medidas preventivas por la exposición a los agentes físicos, químicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales para implementar cambios que se requieran dentro de la organización, velando de tal manera en el bienestar de su trabajador.

2.5.3. Resolución 957, Reglamento de Instructivo Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo

Art.4 – Capítulo I - Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo, según la (Secretaría Andina, 2008)

Art. 4.- El Servicio de Salud en el Trabajo tendrá un carácter esencialmente preventivo y podrá conformarse de manera multidisciplinaria. Brindará asesoría al empleador, a los trabajadores y a sus representantes en la empresa en los siguientes rubros:

- a) Establecimiento y conservación de un medio ambiente de trabajo digno, seguro y sano que favorezca la capacidad física, mental y social de los trabajadores temporales y permanentes;
- b) Adaptación del trabajo a las capacidades de los trabajadores, habida cuenta de su estado de salud físico y mental.

2.5.4. Ley Orgánica de Salud

La Constitución política de la República consagra a la salud como un derecho fundamental y el Estado reconoce y garantiza a las personas el derecho de poseer una calidad de vida donde se asegure la salud, alimentación, saneamiento ambiental, entre otros. (Ministerio de Salud, 2015) Para ello, el presente proyecto se sustenta en los artículos:

"Art. 6.- Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública:

16. Regular y vigilar, en coordinación con otros organismos competentes, las normas de seguridad y condiciones ambientales en las que desarrollan sus actividades los trabajadores, para la prevención y control de las enfermedades ocupacionales y reducir al mínimo los riesgos y accidentes del trabajo”.

El Ministerio de Salud está en la capacidad de intervenir para que las empresas cumplan con el bienestar de los trabajadores dentro del área laboral y de esa forma se trate de reducir los riesgos y accidentes que se producen dentro de los trabajos.

“Art. 34.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Consejo Nacional de Tránsito y Transporte Terrestres, el Ministerio del Trabajo y Empleo, otros organismos competentes, públicos y privados, y los gobiernos seccionales, impulsarán y desarrollarán políticas, programas y acciones para prevenir y disminuir los accidentes de tránsito, laborales, domésticos, industriales y otros; (...) **Art. 117.-** La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, establecerá las normas de salud y seguridad en el trabajo para proteger la salud de los trabajadores. **Art. 118.-** Los empleadores protegerán la salud de sus trabajadores, dotándoles de información suficiente, equipos de protección, vestimenta apropiada, ambientes seguros de trabajo, a fin de prevenir, disminuir o eliminar los riesgos, accidentes y aparición de enfermedades laborales”.

Es de vitalidad que las diferentes organizaciones públicas y privadas trabajen en conjunto para mejorar la calidad de vida en la sociedad y prevalezca la prevención en la salud

de los trabajadores, planteando y desarrollando acciones de mejora para el cumplimiento y beneficio de la sociedad, proporcionando la información y materiales apropiados para cada actividad de trabajo.

2.5.5. Ley Orgánica de Discapacidades

Esta Ley tiene como finalidad prevenir y garantizar la plena vigencia de los derechos de las personas con discapacidad, por lo que se tomarán en consideración los siguientes artículos:

“Art 45.- Derecho al trabajo. - Las personas con discapacidad, con deficiencia o condición discapacitante tienen derecho a acceder a un trabajo remunerado en condiciones de igualdad y a no ser discriminadas en las prácticas relativas al empleo, incluyendo los procedimientos para la aplicación, selección, contratación, capacitación e indemnización de personal y demás condiciones establecidas en los sectores público y privado”. (Asamblea Nacional, 2012)

“Art. 47.- Inclusión laboral. - La o el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco (25) trabajadores está obligado a contratar, un mínimo de cuatro por ciento (4%) de personas con discapacidad en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, procurando los principios de equidad de género y diversidad de discapacidades (...). (Asamblea Nacional, 2012)

Es importante que los empleadores del sector público y privado consideren que las personas con discapacidad que labora dentro del mismo entorno laboral se encuentren en las condiciones óptimas para desarrollar sus actividades de manera normal.

2.5.6. Código de Trabajo

En el **Artículo 44 – Capítulo I De su naturaleza y especies.** (Asamblea Nacional, 2019)

“Art. 44.- Prohibiciones al empleador. - Prohíbese al empleador

Literal (m) El cometimiento de actos de acoso laboral o la autorización de los mismos, por acción u omisión.”

Los empleadores deben resguardar la salud física y mental de los trabajadores por lo que no pueden conceder ni pasar por alto actos que afecten la estabilidad y paz de las personas que laboran dentro de su organización

De las jornadas y descansos

“**Art. 47.-** De la jornada máxima. - La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario. **Art. 47.1.-** En casos excepcionales, previo acuerdo entre empleador y trabajador o trabajadores, y por un período no mayor a seis meses renovables por seis meses más por una sola ocasión, la jornada de trabajo referida en el artículo 47 podrá ser disminuida, previa autorización del Ministerio rector del Trabajo, hasta un límite no menor a treinta horas semanales. **Art. 47.2.-** Jornada prolongada de trabajo. - Se podrán pactar por escrito de manera excepcional, en razón de la naturaleza del trabajo y de acuerdo a la normativa que dicte el Ministerio rector del Trabajo, que se labore en jornadas que excedan las ocho horas diarias, siempre que no supere el máximo de 40 horas semanales ni de diez al día, en horarios que se podrán distribuir de manera irregular en los cinco días laborables de la semana. Las horas que excedan el límite de las cuarenta horas semanales o diez al día, se las pagará de acuerdo a lo establecido en el artículo 55 de este Código.”

Según el Código de Trabajo, los trabajadores deben laborar máximo 8 horas diarias, y no pueden exceder de las 40 horas semanales y por un periodo no mayor a 6 meses renovables según la jornada referida en el art. 47, no podrá disminuir a menos de 30 horas. Los trabajadores podrán trabajar de forma prolongada que excedan las 8 horas diarias, pero que no superen las 40 horas semanales, ni 10 horas diarias.

“**Art. 62.-** Trabajo en días y horas de descanso obligatorio. - En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aun por concepto de trabajo a destajo, exceptuándose los casos contemplados en el artículo 52 de este Código.”

“**Art. 65.-** Días de descanso obligatorio. - Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre, 25 de diciembre y los días lunes y martes de carnaval.”

“**Art. 68.-** Prohibición de trabajo. - En los días de descanso obligatorio queda prohibido el trabajo que se haga por cuenta propia y públicamente en fábricas, talleres, casas de comercio

y demás establecimientos de trabajo, sin más excepciones que las determinadas en el artículo 52 de este Código y en las regulaciones legales sobre el trabajo en boticas, farmacias y droguerías.”

Los empleadores deben considerar el descanso a los trabajadores sin invadir los días de descanso que deben tener los trabajadores, por lo que tienen prohibido trabajar en por cuenta propia, solo si es que poseen algún permiso del Ministerio de Trabajo.

En el **Artículo 410 – Capítulo V De la prevención de los riesgos, de las medidas de seguridad e higiene, de los puestos de auxilio, y de la disminución de la capacidad para el trabajo**, (Asamblea Nacional, 2019)

“**Art. 410.-** Obligaciones respecto de la prevención de riesgos. - Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida.”

Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.

Los empleadores están obligados a asegurar las condiciones óptimas a sus trabajadores para que no representen un peligro en su salud y en sus vidas, ya que, en el momento de que el trabajador se sienta afectado, podría causar la terminación del contrato laboral, por ende, esto sería un efecto bilateral de consecuencias que se podría evitar con un buen manejo y cumplimiento de la ley.

2.5.7. Ministerio del Trabajo

En acuerdo Ministerial No. MDT-2017-0082 “**EXPEDIR LA NORMATIVA PARA LA ERRADICACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN EN EL ÁMBITO LABORAL.**”. (Ministerio del Trabajo, 2017)

“**Art. 3.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.** - Las disposiciones de esta normativa son de aplicación obligatoria para el sector público y privado, en reconocimiento de los derechos de las personas y de los grupos de atención prioritaria y/o en condiciones de vulnerabilidad.

Art. 9.- DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES. - En todas las empresas e instituciones públicas y privadas, que cuenten con *más de 10 trabajadores*, se deberá implementar el programa de prevención de riesgos

psicosociales, en base a los parámetros y formatos establecidos por la Autoridad Laboral, mismo que deberá contener acciones para fomentar una cultura de no discriminación y de igualdad de oportunidades en el ámbito laboral. El programa deberá ser implementado y reportado cada año al Ministerio Rector del Trabajo, por medio del sistema que se determine para el efecto”.

Las empresas del sector público o privado con más de diez trabajadores están obligadas de llevar a cabo y aplicar el Programa de Prevención de Riesgos Psicosociales (PPRP) cada año, respetando todos los lineamientos que brinda el Estado, el cual pretende beneficiar la instancia del trabajador dentro del ambiente laboral.

“Art. 185.- INCENTIVOS literal 2) Las empresas que realicen una eficiente labor de prevención de riesgos se harán acreedoras a menciones honoríficas y a la reducción de las primas que se pagan al IESS por concepto de riesgos del trabajo en los porcentajes que fije la Dirección de Asesoría Matemático Actuarial.”

Las empresas que participan y realizan actividades para la prevención de riesgos reciben menciones y beneficios por cumplir con las disposiciones establecidas en los órganos que se encargan de llevar a cabo la gestión de seguridad y salud en el Ecuador.

“Art. 186.- DE LA RESPONSABILIDAD

Literal 1) La responsabilidad por incumplimiento de lo ordenado en el presente reglamento y demás disposiciones que rijan en materia de prevención de riesgos de trabajo abarca, en general, a todas las personas naturales o jurídicas que tengan con las obligaciones impuestas en esta materia.

Literal 2) las responsabilidades económicas recaerán directamente sobre el patrimonio individual de la empresa respectiva, sin perjuicio de las acciones que en consideración a dichas responsabilidades pueda, en su caso, ejercitar la empresa contra terceros. “

Así mismo, si la empresa no cumple con los reglamentos de prevención de riesgos deberá cumplir sanciones económicas, ya que es su responsabilidad cumplir con el bienestar, seguridad y salud de los trabajadores que tienen a su cargo.

“Art.187 PROHIBICIONES PARA LOS EMPLEADORES. - Queda totalmente prohibido a los empleadores:

a.- Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres por efecto de polvo, gases o sustancias tóxicas, salvo que previamente se adopten medidas preventivas necesarias.

b.- Permitir que los trabajadores realicen sus actividades en estado de embriaguez.

f.- dejar de cumplir las disposiciones que sobre prevención de riesgos emanen de la Ley, Reglamentos y las disposiciones de la División de Riesgos del Trabajo, del IESS.

g.- Dejar de acatar las indicaciones contenidas en los certificados emitidos por la Comisión de Valuación de las Incapacidades del IESS sobre cambio temporal o definitivo de los Trabajadores, en las actividades o tareas que puedan agravar sus lesiones o enfermedades adquiridas dentro de la propia empresa.

h.- Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.”

Los empleadores deben cumplir con las condiciones de mejora en su ambiente de trabajo, no obligar a los trabajadores a cumplir actividades en ambientes insalubres, de alto riesgo y sin estar preparados previamente, sin las herramientas y precauciones necesarias.

En el ACUERDO MINISTERIAL Nro. MDT-2020-181, sobre: **“EXPEDIR LAS DIRECTRICES PARA LA APLICACIÓN DEL TELETRABAJO EN EL CÓDIGO DEL TRABAJO, CONFORME LO ESTABLECIDO EN LA LEY ORGÁNICA DE APOYO HUMANITARIO PARA COMBATIR LA CRISIS SANITARIA DERIVADA DEL COVID-19”** (Ministerio del Trabajo, 2020)

“Art. 5.- Del derecho a la desconexión. - Una vez finalizada la jornada de trabajo, el empleador garantizará el derecho a la desconexión del trabajador, el cual será de al menos doce horas continuas en un periodo de veinte y cuatro horas; y, durante el cual el empleador no podrá establecer comunicaciones con el teletrabajador, ni formular órdenes u otros requerimientos, salvo en el caso que se verifique una o más de las circunstancias previstas en el artículo 52 del Código del Trabajo. El trabajador tendrá derecho a mantener el tiempo de descanso que mantenía en la modalidad presencial, incluyendo el tiempo de almuerzo. En los casos de jornada parcial o jornadas especiales, se deberá establecer un tiempo de descanso al menos cada cuatro horas de teletrabajo continuo.

El tiempo utilizado para el descanso, formará parte del derecho a la desconexión del trabajador.”

Fuera de las horas laborales, el empleador no puede inferir en las horas de descanso del trabajador y está en su derecho de mantener las horas de descanso sin interrupciones, ni acatar órdenes, ni ningún requerimiento a menos de que sea por caso fortuito donde no se requiere autorización del supervisor del trabajo y el trabajador deberá ser notificado dentro de las veinticuatro horas.

**2.5.8. Resolución No. SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010: Superintendencia de Compañías.
(SUPERCIA, 2011)**

“**Art. 1.-** Para efectos del registro y preparación de estados financieros, la Superintendencia de Compañías califica como Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES), a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones:

- a) Monto de Activos inferiores a CUATRO MILLONES DE DÓLARES;
- b) Registren un Valor Bruto de Ventas Anuales de HASTA CINCO MILLONES DE DÓLARES; y,
- c) Tengan menos de 200 trabajadores (Personal Ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.

Se considerará como base los estados financieros del ejercicio económico anterior al período de transición.”

Ecuador como país miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), mediante resolución se acogió a la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, acorde a la normativa que ha sido implementada por la CAN en su Resolución 1260, las cuales deben cumplir con las disposiciones del Estado en cuanto a la salud y seguridad de los trabajadores.

**2.5.9. Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2030 - Organización de las Naciones Unidas
(ONU, 2015)**

“**Objetivo 1.** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.”

“**Objetivo 3.** Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.”

“**Objetivo 8.** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.”

Los objetivos de la ONU están relacionados con la salud, el bienestar y sostenibilidad que todas las personas deben tener y que deben ser aplicadas para mejorar la calidad de vida en la sociedad.

2.6. Diseño de Investigación

La metodología de investigación para el presente proyecto será el método deductivo e inductivo. Método Deductivo por la proporción de información lógica y metódica, que se relaciona con el enfoque cuantitativo, basada en el tipo de investigación descriptiva, con la implementación de encuestas digitales dirigidas a empleadores/representantes legales o el personal administrativo encargado del talento humano de la empresa quienes son encargados las decisiones que se toman en las PYMES, usando como instrumento el cuestionario con preguntas de opción múltiple, dicotómicas y escala de Likert elaboradas por los investigadores del presente proyecto (Ver Anexo 2), permitirá la obtención de resultados en primera instancia conocer el número de PYMES que aplican los programas de riesgos psicosociales en sus empresas, el impacto de los riesgos psicosociales en las PYMES y comprobar el desconocimiento sobre los protocolos en seguridad y salud ocupacional enfocado en los riesgos psicosociales de parte de los dueños o en el personal designado de tomar decisiones, de esa forma se determinaría las estrategias apropiadas que permitan la prevención de riesgos psicosociales dentro de las PYMES.

Método Inductivo el cual permite recolectar información desde lo particular a lo general, relacionado con el enfoque cualitativo, y el tipo de investigación exploratoria, el cual permitirá establecer una mayor proximidad a la problemática que antecede, con el desarrollo de entrevistas a profundidad estructurada que ayudarán a la presente investigación a obtener información de los riesgos psicosociales que impactan en las PYMES como validación y certificación de información que se recolecta. Además, se realizará un grupo de enfoque a 10 representantes de los trabajadores que se encuentran inmersos en la actividad de comercio, entre 25 a 55 años que cuentan con experiencia laboral, para conocer los factores de riesgos psicosociales que inciden en su comportamiento para el desarrollo de sus actividades. Como instrumento para la entrevista a expertos se utilizará una guía de preguntas-estructuradas (Ver Anexo 1) y para el grupo de enfoque a los representantes de los trabajadores, se usará una guía de preguntas adaptadas de la encuesta a los dueños de las PYMES (Ver Anexo 3), con la finalidad de que se validen y comparen proporcionalmente los datos cuantitativos extraídos de la encuesta.

El Enfoque de investigación será mixto, por lo que se aplicará ambos enfoques cuantitativo y cualitativo, esto permitirá que al combinar ambas concepciones se obtengan resultados que se aproximen a la realidad del problema. El enfoque cuantitativo con el análisis estadístico se puede comprobar la situación en la que se encuentran las PYMES en cuanto a la aplicación de protocolos de riesgos psicosociales y los medios que se utilizan para su promoción. En enfoque cualitativo, permitirá que se conozca cómo es su incidencia en los trabajadores y dueños de PYMES a través de las opiniones de expertos y en cuales son los factores de riesgos psicosociales que limitan la productividad en las empresas.

Capítulo III

3. Metodología de la Investigación

Para el desarrollo de la metodología de investigación se procura identificar una solución a los problemas orientando al investigador aproximarse a la realidad, permitiendo un análisis crítico y argumentación para asegurar un trabajo eficiente y eficaz. Hernández Sampieri (2014) en su libro Metodología de Investigación, manifiesta que, “se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p. 4). Siendo una dinámica cambiante y evolutiva. Es sistemática porque parte de un planteamiento del problema, una hipótesis y objetivos, teniendo un orden establecido para la recolección de datos, es crítica porque evalúa y mejora los conocimientos adquiridos para llegar a demostrarlos y es empírica porque se basa en la observación de manera directa del investigador.

Mediante la metodología de la investigación se desea conocer los motivos y perspectivas acerca del problema social que afecta en las PYMES, el cual se centra en el desconocimiento sobre los protocolos de riesgos y salud ocupacional generando deficiencia en la prevención de riesgos psicosociales dentro de las PYMES y de esa manera proponer un programa social que beneficie a través de la difusión cuáles serían las consecuencias que conlleva desconocer y no prevenir los riesgos psicosociales en el trabajo.

3.1. Metodología

Teniendo en cuenta a Hernández Sampieri (2014) en su libro Metodología de Investigación donde argumenta que, “al integrar los enfoques cuantitativos y cualitativos la investigación oscila entre los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo” (p. 549), a continuación, se detallan los métodos que fueron utilizados en la presente investigación:

3.1.1. Método Deductivo

Se tomó en consideración el método deductivo, debido a que se partió desde la teoría en el cual se utilizó un razonamiento lógico y metódico (deductivo) que va de lo particular a lo general. (Bernal, 2010) señala que, “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método inicia con el análisis de los postulados, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos en soluciones o hechos particulares” (p. 59).

Al partir de una población a la toma de la muestra, el uso de este método favorece para conocer la cantidad específica de los que participaron en la presente investigación; los cuales

fueron 178 participantes entre empleadores, representantes legales y administrativos de RRHH que son quienes toman la decisión de lo que se debe realizar en la empresa respecto a la implementación de los programas de prevención de riesgos.

3.1.2. Método Inductivo

Se consideró el método inductivo porque al basarse en una lógica y proceso inductivo que va de lo particular a lo general. (Bernal, 2010) expresa que, “este método inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría” (p. 59).

Este método permitió analizar los datos obtenidos en las entrevistas, hasta llegar a una perspectiva general con cada aporte realizado de los expertos y trabajadores que participaron brindando su percepción y acontecimientos vividos para la investigación.

3.2. Tipo de investigación / Alcance de Investigación

Desde la posición de Hernández Sampieri (2014) en su libro Metodología de Investigación sostiene que, “desde ediciones anteriores no se deben considerar los alcances como *tipos* de investigación, ya que, más que ser una clasificación, constituyen un continuo de causalidad que puede tener un estudio” (p. 90). Con base a lo mencionado por el autor y a los objetivos de investigación, el presente proyecto tuvo como alcance de investigación la investigación exploratoria y descriptiva, el cual ayudó a tener un panorama más claro sobre la situación de los riesgos psicosociales en las PYMES e identificar y definir los tipos de riesgos psicosociales que tienen mayor impacto en las PYMES, además de cómo el desempeño de los colaboradores se ven afectados bajo esta problemática en la gestión de la prevención de riesgos psicosociales.

3.2.1. Investigación Exploratoria

El tipo de investigación exploratoria permitió establecer una proximidad en la realidad de los datos acorde a la investigación de la problemática que se está llevando a cabo. Según (Hernández Sampieri, 2014) en su libro Metodología de Investigación menciona que “se emplean cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o novedoso, además, ayuda a establecer prioridades para investigaciones futuras, indagar nuevos problemas o sugerir afirmaciones y postulados” (p. 91).

Por medio de la investigación exploratoria se adquirió desde el punto de vista de los expertos en seguridad y salud ocupacional lo que está sucediendo respecto a las PYMES en

cuanto a la prevención de riesgos psicosociales y desde un punto de vista técnico conocer a profundidad sobre lo que acontece en las mismas y con el grupo de trabajadores que accedieron a brindar información de lo que ocurre dentro de la misma.

3.2.2. Investigación Descriptiva

El tipo de investigación descriptiva permitió encontrar las características y rasgos idóneos en el grupo objetivo con la finalidad de realizar un análisis detallado en la investigación. Por lo que, con este tipo de investigación, se “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos u otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri, 2014, p. 92). Es decir, que su objetivo consiste en solo medir o recoger información sobre los conceptos o variables para mostrar con precisión la situación a investigar.

A través de la investigación descriptiva se pudo identificar cuál es el porcentaje de prioridades que necesitan ser atendidas por parte de los empleadores dentro de las empresas en lo que se refiere a la prevención de riesgos psicosociales, y la preferencia de cómo hacer llegar información precisa y valiosa que aporte a la mejora completa de la empresa.

3.3. Enfoque

El enfoque para el presente proyecto de investigación se orientó a realizarse mediante una investigación Mixta, es decir, aplicando la investigación Cuantitativa-Cualitativa que al integrarse ambas concepciones y al combinar los procesos permitió obtener resultados con mayor asertividad y profundidad para identificar lo que sucede dentro de las PYMES en cuanto a la prevención de riesgos psicosociales.

A continuación, se detalla la aplicación de cada uno:

3.3.1. Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo mide y estima magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación, “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández Sampieri, 2014, p. 4). Implementar este enfoque en el presente proyecto de investigación ayudó a conocer cuántos empleadores/representantes legales o el personal administrativo encargado del talento humano de la empresa, aplican los programas de prevención de riesgos psicosociales y los mismos que generan impacto.

3.3.2. Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo se basa más en lógica y en un proceso inductivo, “utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso” (Hernández Sampieri, 2014, p. 7). Con este enfoque se profundizan los casos específicos y no se generaliza, se basa en cualificar y describir el fenómeno social, por lo que su implementación ayudó a entender la situación social que infiere en la escasa aplicación de la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES y su incidencia en el comportamiento de los trabajadores.

3.4. Técnica e instrumentos

Las técnicas de investigación a aplicar serán:

En la investigación Cuantitativa, se tomó en consideración como técnica de investigación las **Empleadores/representantes legales o el personal administrativo encargado del talento humano de la empresa**, el cual permitió recolectar de forma personal y el instrumento que se utilizó fue un *questionario* con un conjunto de *preguntas cerradas* respecto a ambas variables que se van a medir ya que “contienen opciones de respuesta previamente delimitadas y resultan más fáciles de codificar y analizar” (Hernández Sampieri, 2014, p. 217). *escalamiento de likert* consiste en “conjunto de ítems que se presentan de forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” en el presente proyecto se presentaron preguntas que ayuden a determinar el número aproximado de empleadores/representantes legales que aplican los programas de prevención de riesgos psicosociales y el conocimiento que tienen para dar cumplimiento a esta obligatoriedad.

Para la investigación cualitativa, se aplicó las **Entrevistas y Grupos de enfoque:**

La Entrevista. - se define como “la técnica de reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Hernández Sampieri, 2014, p. 403). La entrevista a profundidad fue *estructurada* utilizando como instrumento una *guía de preguntas específicas* donde el entrevistador llevó el orden y la secuencia de la entrevista a 2 expertos Psicólogos, técnicos dedicados a la Seguridad y Salud en el Trabajo en las PYMES del sector de comercio, que participaron brindando su aporte acerca de la incidencia de los riesgos psicosociales en las PYMES, el impacto negativo que genera este desconocimiento sobre la prevención de

riesgos psicosociales en las PYMES, permitiendo de esa forma validar los datos adquiridos con los otros instrumentos.

Grupos de enfoque. - Según (Hernández Sampieri, 2014, p. 409), “es un método de recolección de datos que consiste en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las que se conversa a profundidad en torno a uno o varios temas.” Por lo que para la presente investigación se tomó un grupo de enfoque conformado por 5 hombres y 5 mujeres representantes de los trabajadores dedicados a la actividad de comercio, operativos, de la parroquia Tarqui cuyas edades oscilaron entre los 25 a 55 años, como instrumento se utilizó una *guía de los temas estructurada* con los temas específicos relacionados a los factores de riesgos psicosociales en el cual se encuentran inmersos los trabajadores, siendo este una adaptación del cuestionario para la encuesta realizado a los empleadores/representantes legales por lo que ayudó a los investigadores a relacionar la problemática desde la perspectiva de los empleadores y los trabajadores.

Tabla 17 *Técnicas e Instrumentos para la investigación*

Técnica	Instrumento	Muestra	Involucrados	Localización
Encuesta	Cuestionario	178 participantes	Empleadores / representantes legales o administrativos encargados del talento humano de la empresa.	
Entrevista	Guía de preguntas - estructurada	2 expertos	Expertos: Psicólogos en Seguridad y Salud Ocupacional.	Provincia del Guayas, Guayaquil, parroquia Tarqui.
Grupo de Enfoque	Guía de los temas - estructurada	10 participantes	Representantes de los Trabajadores (hombres y mujeres) Área de trabajo: Operativo 25 a 55 años	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

3.5. Población

Acorde a la información extraída de la minería de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI, 2020) , por lo que se extrajo la siguiente información empezando por la provincia del Guayas que cuenta con 92.330 PYMES dedicadas a la Actividad de comercio, *Grupo G: Comercio, reparación automotores y motocicletas*; la cual representa una mayor conformación en el mercado con un 36,60% en la provincia del Guayas y el 35,89% en el Cantón Guayaquil, según datos del (INEC, 2019). Sin embargo, de ese grupo se consideran el subgrupo 46.-comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas, las cuales son más accesibles para realizar la investigación.

En Guayaquil se cuenta con 68.229 PYMES, en la Parroquia Tarqui con 33.851 PYMES, sin embargo por motivos de investigación la población para el presente estudio se sitúa en las 331 PYMES de Guayaquil con estado contribuyente activo y establecimientos abiertos, obligados y no obligados a llevar contabilidad de la Parroquia Tarqui pertenecientes al subgrupo de Venta al por Mayor de Aparatos Domésticos y de uso Domésticos y Venta al por menor de electrodomésticos en establecimientos especializados, para ellos en la Tabla 18 se muestran los criterios que a consideración de los investigadores son necesarios para cumplir con la investigación.

Tabla 18 *Minería de datos del SRI*

Población de PYMES	Guayas	Guayaquil	Tarqui	Subgrupo (Población)
Empresas Actividad De Comercio – Grupo G.	92.330	68.229	33.851	331

Nota: La información presentada fue realizada con la base de datos obtenida de la página del SRI en el cual presentan datos actualizados de las PYMES registradas en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: (SRI, 2020)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

3.6. Muestra

En el presente estudio de enfoque *mixto* se considera la *muestra con relación idéntica*, la cual significa “que la misma muestra participa en ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo), se trata de una sola muestra” (Hernández Sampieri, 2014, p. 568).

Para el estudio se elige un muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple razonable para el tipo de investigación descriptiva aplicada en encuestas para conocer aproximadamente el número de empleadores/representantes legales y administrativos en RRHH que aplican programas de riesgos psicosociales en las empresas, corroborando también el conocimiento que tienen acerca de la prevención de riesgos psicosociales y de la misma muestra se extrae un porción donde se incluyen a los representantes de los trabajadores de ciertas PYMES para la aplicación de muestreo no probabilístico: por conveniencia para el tipo de investigación exploratoria; y para los expertos en el área que se determine la incidencia de los factores de riesgos psicosociales en PYMES relacionado con los trabajadores y empleadores/representantes legales.

Para la obtención del tamaño de la muestra se estableció conociendo la población objetiva, por lo que se aplica la fórmula para cálculo finito que se detalla a continuación.

Tabla 19 *Factor de la Muestra*

Factor	Detalle	Datos
N	Tamaño de la Población	331
Z	Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)	95% = 1,96
e	Error de estimación máximo aceptado	5%
p	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)	50%
q (1-p)	Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.	50%
n	Tamaño de muestra buscado	178

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{331 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (331 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{317,8924}{0,825 + 0,9604}$$

$$n = \frac{317,8924}{1,7854}$$

$$n = 178$$

3.6.1. Distribución de la muestra para la aplicación de instrumentos de recolección de datos

Tabla 20 *Distribución de la muestra*

Técnica de Investigación	Enfoque	Muestra	Involucrados
Encuesta	Cuantitativo	178	Empleadores/ representantes legales y administrativos de RRHH
Entrevista	Cualitativo	2	Expertos en Seguridad y Salud Ocupacional
Grupo de Enfoque	Cualitativo	10	Representantes de los trabajadores

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

3.6.1.1. Muestreo probabilístico: Aleatorio simple.

Encuesta: Se encuestan a 178 empleadores/ representantes legales y administrativos de RRHH usando el método de aleatorio simple, tomado de la base de datos obtenida del sitio web del Servicio de Rentas Internas SRI, usando como herramienta Microsoft Excel donde se creó una tabla para que aleatoriamente usando la Fórmula =ALEATORIO.ENTRE(1;331) y la Función =BUSCARV(E3;\$A\$3: B333;2;FALSO) (Ver Anexo 4 y Anexo 5) se obtenga las empresas a participar. La encuesta se realizó utilizando los canales de correo electrónico, mensajería de WhatsApp y LinkedIn, donde se tuvo contacto con los participantes adquiridos en el muestreo quienes ingresaron en el siguiente link <https://forms.gle/HC5BHwwHictpbkg96> para realizar la encuesta.

3.6.1.2. Muestreo no probabilístico: por conveniencia.

Entrevista a experto: 2 expertos Psicólogos, especializados Seguridad y Salud Ocupacional (SSO), dedicados al área de seguridad y salud en el trabajo vinculados en la evaluación de PYMES en el sector de Comercio.

Grupo de enfoque: Participan en el Grupo de Enfoque 10 representantes de trabajadores que estuvieron de acuerdo a integrarse para brindar su opinión de manera anónima, quienes se encuentran inmersos en el ambiente laboral de las PYMES dedicadas a la actividad de comercio (Grupo G), en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

3.7. Análisis de resultados

3.7.1. Entrevista

(E1) Entrevistado 1: Mg. Richard Valenzuela Mendieta, Psic.

Lugar: Plataforma Google Meet

P.1 Según su experiencia en las PYMES que ha evaluado, ¿Cómo los riesgos psicosociales impactan en las empresas?

Aquí tenemos que estar conscientes que todo riesgo sea este psicosocial, mecánico entre otro, mal gestionado o que no se gestiona va a representar un impacto negativo no solamente dentro de lo económico sino dentro de lo organizacional para las empresas, dentro de los riesgos psicosociales especialmente PYMES hay un fenómeno bastante especial ya que debemos recordar que las PYMES por lo general son empresas familiares y al ser empresas familiares, el primer riesgo que está presente es el de violencia. En las PYMES es muy frecuente la pelea entre hermanos, familiares por el motivo de quién es el que debe liderar para que el negocio continúe, esto de aquí es una situación real que sucede a diario, de hecho, no solo en una, sino diría yo en un 70% de las PYMES, causando violencia al momento de tomar decisiones.

De ahí al otro riesgo al que están expuestas las PYMES, se deriva a la falta de liderazgo, tenemos casos de violencia, falta de liderazgo en la parte que empiezan a tomar malas decisiones y pues eso estaría asociado a que también las PYMES en Ecuador no sobreviven mucho tiempo, según un estudio indica que las PYMES en Ecuador tienen un promedio entre 1 a 4 años de existencia dentro del Mercado, justamente por este tema de falta de estabilidad, no se toman buenas decisiones, hay muchos casos de violencia y violencia entre familiares y hacia el trabajador, que a final del día es por quienes debemos velar, ya que efectivamente va a impactar de forma negativa en la satisfacción laboral, clima laboral dentro de la PYMES, por lo que tienden a sucumbir.

P.2 Acorde a las empresas que usted ha evaluado, ¿Cuál es su apreciación sobre la escasa o nula prevención de riesgos psicosociales que existe en las PYMES?

Debemos tener en cuenta que para que un problema sea reconocido, las partes interesadas o los stakeholders deben estar conscientes de su existencia, entonces los que hacemos seguridad estamos conscientes de los problemas en las PYMES, los trabajadores de las PYMES están conscientes del problema que hay en ella, pero no estoy seguro si el Ministerio de Trabajo o entidades encargadas de gestionar los tipos de controles referentes a prevención de riesgos laborales, están conscientes de que las PYMES sean un rol importante en la sociedad y que no estén siendo controladas adecuadamente, de hecho en las PYMES es donde se concentra una gran cantidad de trabajadores y si nosotros vemos las normativas y acuerdos ministeriales que salen continuamente todas están enfocadas a empresas de medianas y grandes, pero no hay mucho referente a las PYMES más que un reglamento que es de aplicación obligatorio para aquellas empresas que tengan de 1 a 10 trabajadores que también

pueden ser PYMES a donde se tiene que hacer una matriz, subirla a la plataforma del SUT y nada más, de hecho en el SUT para estas microempresas de 1 a 10 trabajadores no está habilitada para subir las evaluaciones de riesgos psicosociales, lo cual sí pasa a partir de que la empresa tenga 11 trabajadores entonces aquí hay un claro ejemplo de que quizás el Ministerio de Trabajo no está gestionando, ni le está dando la importancia adecuada a la prevención de riesgos psicosociales porque a partir de 11 a trabajadores sí exige pero de 1 a 10 queda libre opción de la empresa en hacerlo o no.

P.3 Considera usted que los empleadores/representantes legales de las PYMES necesitan poseer conocimiento sobre la prevención de riesgos psicosociales. ¿Por qué?

Aquí me haces acuerdo que en una conversación con mis estudiantes donde les indicaba: “cómo vas a defender tus derechos o cómo vas a saber qué es lo que tienes que pelear, cuáles son tus deberes u obligaciones ante la sociedad si no las conoces”, entonces obviamente hay mucho desconocimiento por parte de empleadores, representantes legales, trabajadores, la sociedad en sí en el Ecuador; porque hace falta lo que es la cultura en seguridad y salud ocupacional, además de cultura de prevención.

Viéndolo desde un punto de vista de Marketing, los riesgos psicosociales no solo afectan a PYMES, sino también a las grandes empresas, por ejemplo, imaginemos un ambiente de trabajo que no sea el más idóneo y los trabajadores para de una u otra manera hacerle frente a estos ambientes de trabajo un poco tóxico, un trabajador sale a libar con la camiseta de la empresa, las personas no saben cómo se llama él, pero sí reconocen el logo de la camiseta entonces cuando tú no gestionas los riesgos psicosociales, que de hecho la prevención de alcohol, consumo de tabaco y droga están dentro de los programas de prevención de riesgos psicosociales, si tú no gestionaste los tipos de riesgos psicosociales y tus trabajadores por el mal ambiente laboral o por alguna discusión con el jefe porque no existe un buen liderazgo, salen a divertirse o "ahogar las penas" con el uniforme, lo que en realidad las personas afuera ven es que la empresa cuenta con un montón de borrachos y eso a nivel de marketing perjudica en su imagen corporativa; y ahora este problema que suscite en una PYME donde los recursos de por sí son escasos, que recién está iniciando, que llegue a tener uno de estos problemas en sus 4 o 5 años de existencia, lo más probable es que no llegue a un sexto y todo por desconocimiento de los representantes legales, encargados de estos riesgos. De hecho, los riesgos psicosociales son los más difíciles de gestionar porque no se puede ver, no es como un riesgo mecánico que el trabajador que se ve el golpe, el moretón, etc.

Con los riesgos psicosociales no sabes qué hay detrás de esa persona, si está deprimida, ansiosa, contenta con lo que pegaron, si no le gusta su compañero de trabajo, si no le gusta donde está sentado, entonces hay tantas cosas que se deben gestionar y tanto desconocimiento de las consecuencias por no ser atendidos. Aunque hay efectivamente los que no conocen sobre la prevención de riesgos psicosociales y hay los que se hacen que no conocen; dentro de los que no conoce eso ya es un problema cultural, de hecho el Ecuador tiene el deshonor de ocupar los primeros lugares de las personas que menos leen en Latinoamérica, pues obviamente no

investigan qué normativa salió el día de ayer, esos son los que no conocen y están los más graves, los que se hacen que no conocen, que saben que existe la normativa pero prefieren mirar a un lado entonces tenemos esos dos tipos de problema, los que no conocen y los que se hacen que no conocen, ambos son perjudiciales tanto para la empresa como para los trabajadores pero hasta un punto considero que aquellos los de la vista gorda sabiendo de como son las leyes son los que causan un mayor daño a la sociedad. Ahora, si me preguntan por qué ellos se hacen los que no conocen, probablemente sea para evitar multas, sanciones, cierres de empresas porque las multas son de 200 dólares por cada trabajador hasta 20 remuneraciones básicas unificadas.

P.4 ¿Qué recomendaría usted como profesional en Seguridad y Salud Ocupacional, deberían hacer los empleadores/representantes legales para reducir los casos de riesgos psicosociales en las PYMES?

Primero se tendría que levantar la información, evaluando efectivamente cuáles son las PYMES, cuantas son en la actualidad y permitirles en el SUT al menos de que se les pueda subir la información, que se evalúa por profesionales capacitados, ya se podría tener un panorama de qué sucede con las PYMES, ahorita lo que yo te estoy contando es de lo que sé, he leído, de los casos que he visitado, de lo que conversamos entre colegas, pero datos estadísticos sobre mira sabes que este es el riesgo que afecta a las PYMES del Ecuador no existe, entonces sí debería levantar la información porque a partir de esa información se deberían plantear los planes de prevención.

Se recomendaría que existan cambios de mejora en la organización, empezando desde los procesos de comunicación, ese de ahí es un trabajo bastante arduo, bastante de hormiga porque tienes que primero empezar conociendo el problema, actuando como conciliador de partes, que las diferencias que tenga la directiva tenga disminuyendo porque las problemáticas se van transmitiendo, empieza desde arriba y llega al trabajador y toda la PYME se vuelve un caos, entonces solo primero que se debería hacer es limar toda la parte de arriba, las diferencias que existan llegar a un acuerdo, crear canales de comunicación asertivos con planes de escucha activa, programas más que todo de solución de conflictos y eso tendría que hacer alguien de talento humano. A pesar de que no todas las PYMES pueden contratar a alguien que realice la gestión de talento humano, que por lo general quien hace de talento humano, es la sobrina, la nieta del dueño de la PYME o muchas veces el que es administrador es talento humano, recurso humano, financiero, es todo justamente por este tema de los recursos limitados que tiene la PYME, pero sí fuera bueno de que se los asesore o busquen asesoramiento. Para que, una vez solucionado los problemas a nivel administrativo, los problemas a nivel operativo se solucionen solos. Nunca se interviene primero la parte operativa, siempre se interviene la parte administrativa, ya que, una vez resolviendo los conflictos en la parte administrativa, estoy un 90% seguro que los problemas del lado operativo se solucionan también.

P.5 ¿Considera usted que una campaña dirigida a los empleadores/representantes legales de las PYMES ayudaría a prevenir los riesgos psicosociales?

Bueno, los riesgos psicosociales van a estar presente en todo momento, ¿no?, porque hay circunstancias internas, sino externas por ejemplo un cambio de política económica monetaria en el Ecuador se volvería un caos dentro del riesgos pichocales entonces ahí tenemos que tener eso en cuenta los factores externos como los intentos, siempre van a afectar a las PYMES y deben estar preparadas para poder lidiar con estos aspectos ya que de ambos pueden venir los riesgos psicosociales. Contestando la pregunta, yo creo que sí, porque estoy seguro porque en este tipo de campañas al representante legal que no sabía, ya va a conocer y hay algunos que sí son conscientes de su responsabilidad como representantes de PYMES y ellos muy gustosos tomarían las recomendaciones que se les da y aquello que miran hacia un lado pues sería un pequeño recordatorio de que están incumpliendo y puede que también pues decida empezar a cumplir en cierto grado las normativas.

Los medios que recomendaría realizarla sería por distintas vías como: WhatsApp y Telegram que por lo general se los usa para una vía no para dialogar de estos temas porque es difícil conversar 10 personas en un grupo de WhatsApp, pero sí como repositorio de información, como por ejemplo mensajes cortos y rápidos, recordatorio tipos: “la salud de los trabajadores depende de nosotros y esto está estipulado en tal normativa”, entonces, si tú tienes tu grupo de WhatsApp o canal de Telegram, ese grupo serviría como una biblioteca virtual de información donde los representantes legales puedan acudir y más o menos pregunten una que otra duda, pero efectivamente la educación o la formación tendría que ser tipo congresos, talleres. Hay que ver cómo es el retorno de las actividades normales y su desarrollo. Sin embargo, considero que una campaña dirigida a representantes legales ayudará a prevenir los riesgos porque debe ser con el propósito de concientizar justamente a las personas que están en la cabeza de las PYMES sobre las responsabilidades que tienen con los trabajadores y la forma de hacerlo tiene que ser utilizando todos los medios a disposición, grupos de WhatsApp, bibliotecas virtuales, centros de información de acceso rápido, ya que el problema está en que no se sabe dónde encontrará la información, ingresas a cualquier página y te topas con un montón de links que no sabes dónde ir, por lo que la finalidad de crear grupos sería para repositorios de información de acceso rápido y la parte educativa sería a través de un webinar con profesionales en seguridad y salud en el trabajo entonces ahí estaríamos empezando recién a crear una verdadera cultura de seguridad ocupacional en el Ecuador, ya que somos muy reactivos y poco proactivos por lo que es recomendable que se tomen medidas preventivas.

(E2) Entrevistado 2: Mg. Sally Ruales de Haz, Psic.

Lugar: Plataforma Google Meet

P.1 Según su experiencia en las PYMES que ha evaluado, ¿Cómo los riesgos psicosociales impactan en las empresas?

Me parece muy interesante esta pregunta, y hay que tener en cuenta principalmente que los riesgos psicosociales en el trabajo están originados por una deficiente organización y por un entorno social negativo, tanto así que puede afectar la salud física, psíquica y social, en este caso vale tener en cuenta que según la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el trabajo, los riesgos psicosociales son aquellos que están originados por una deficiente organización y gestión como ya lo decíamos, por lo que impactan negativamente en las organizaciones, los principales factores psicosociales que están afectando son los factores organizacionales que afectan a las políticas y la filosofía de la empresa, su cultura, las relaciones laborales, y por otro lado tenemos también los factores laborales, esto quiere decir que está relacionados con las condiciones del empleo, la concepción del puesto del trabajo y la calidad del mismo.

Y bueno dentro de esto también existe una serie de factores o características de los riesgos psicosociales entre ellos por nombrar unas cuantas brevemente se extienden en tiempo y espacio abarcando un ámbito más amplio porque se puede limitar tanto a la cultura de organización o el liderazgo de la empresa que es un factor clave, otro factor importante son los déficit de medir o cuantificar estos procesos, es decir tener en cuenta los parámetros de medidas de los técnicos en prevención de riesgos laborales, es muy importante, otro factor es la interrelación con otros riesgos, no podemos separar la dimensión física de la mental del ser humano en este caso, el ser humano es un ser biopsicosocial entonces está delimitado por una serie de factores, un ejemplo de ello es la interrelación entre uno de los mayores riesgos de sufrir un accidente cardiovascular si se está experimentando un elevado nivel de estrés, como ya lo hablaremos más adelante que este podría ser el síndrome de Burnout o estrés laboral crónico o comúnmente como se lo conoce en nuestro medio el “síndrome del trabajador quemado”.

Principalmente los riesgos psicosociales más característicos que generan impacto aquí en el Ecuador tenemos al mobbing conocido como el acoso laboral, también el síndrome de Burnout, que es un nivel de estrés extremadamente crónico que es cuando el trabajador siente un nivel de agotamiento que ya no puede más, pero sin embargo se lo sigue presionando y ejerciendo, inclinándose a una serie de factores negativos que no le permite desenvolverse en un ambiente laboral favorable. Y en este caso cabe tener en cuenta también que en relación al síndrome de Burnout es algo por lo cual los líderes de las PYMES principalmente deberían tener en cuenta que las repercusiones podrían ser muy severas cuando esto se deja prolongar por el tiempo, es decir, la persona va a tener un deterioro en su salud y rendimiento a nivel laboral, y la mayor repercusión que podría tener es llegar incluso al suicidio, entonces esto se ha dado mucho solo que son este tipo de situaciones pues por lo general tratan de tapárselas que no salgan a la luz.

P.2 Acorde a las empresas que usted ha evaluado, ¿Cuál es su apreciación sobre la escasa o nula prevención de riesgos psicosociales que existe en las PYMES?

Bueno, hay que tener en cuenta que no podemos olvidar la trascendencia e importancia de los aspectos que tienen los factores psicosociales, consideramos que en la actualidad a la hora de medir el barómetro de la felicidad por parte de los trabajadores en su puesto de trabajo como también a la hora de medir la reputación e imagen que tiene la empresa y la expansión cultural corporativa de la misma tiene muchas repercusiones, como en las psicopatologías como el síndrome del burnout, mobbing, acoso laboral, entonces son situaciones que llegan a tener una repercusión severa, en el caso del acoso laboral que hace referencia a la acción de un hostigador u hostigadores que producen a inducir un miedo terror desprecio o desánimo en el trabajador que está afectado por esta situación, como efecto que se produce en su bajo rendimiento y también otras patologías que aparecen en el ámbito del trabajo y que a priori no son considerados tenerlas en cuenta, entonces esto es muy importante poder recalcar o hacer consciencia en el ámbito de la gestión de riesgos psicosociales, además, también hay que tener en cuenta que el estrés laboral repercute severamente en la salud y el padecimiento de otros tipos de patologías al nivel tanto físico como mental que van a afectar el rendimiento del trabajador, y parte de afectar al trabajador se afecta también la PYME porque al tener trabajadores que no rinden al 100% o no rindan la productividad adecuada, quizás se vea reflejado en los resultados efectivos que desea la empresa, entonces para ambas partes es primordial que los riesgos psicosociales se prevengan dentro de la empresa.

Debería ser un factor clave como pilar angular dentro de las PYMES, porque si nos vemos en un proceso de precautelar la integridad tanto de la empresa como del trabajador y sobre todo llegar a niveles altos de productividad. Si los empleadores invirtieran en el proceso de la gestión de riesgos psicosociales ahorrarían una gran ventaja porque se aumenta la productividad y van a tener un mejor ambiente laboral y sobre todo el desempeño dentro de la empresa que más se espera, pero como existe este tema diría más cultural de nuestros medios de que no hay una buena gestión en los riesgos psicosociales y esto repercute prácticamente en todo, ya que se encuentra conectado, porque si una pieza falla pues toda la PYME tendrá un quebrantamiento en ese proceso que le impedirá fortalecerse.

P.3 Considera usted que los empleadores/representantes legales de las PYMES necesitan poseer conocimiento sobre la prevención de riesgos psicosociales. ¿Por qué?

Considero que sí, y con especialmente énfasis aquí en nuestro medio Ecuador, quizás en otros medios como Europa vemos que existe otra forma de gestión de las empresa en sí y vemos que su productividad tienen niveles que superan totalmente, pero aquí hay que considerar que en sí el patrimonio de la empresa es velar por la salud de los trabajadores y luchar por preservarla con vista en la estabilidad del capital humano, quizás en nuestro medio no se dan cuenta que el factor más valioso es el capital humano, ese valor intrínseco de las empresas y evaluar de las fuerzas de producción de la sociedad moderna, entonces si no se le fortalece esa área a la PYME pues lamentablemente vamos a ver las repercusiones que vemos

hoy en día, existe en realidad falta de conocimiento sobre la prevención de riesgos psicosociales en el Ecuador y también un fortalecimiento de la normativa legal, que promueva la seguridad de los trabajadores y como comentábamos, si se menciona la gestión pública, efectivamente existen planes de gestión pero no se los está llevando a cabo y si se los realiza pues en muchos casos no es de la forma correcta, es a medias, porque lo que buscan es cumplir con una obligación, más no precautelar la salud del personal, entonces hay que desarrollar planes de acción en relación a este tema, considero que es muy importante.

P.4 ¿Qué recomendaría usted como profesional en Seguridad y Salud Ocupacional, deberían hacer los empleadores/representantes legales para reducir los casos de riesgos psicosociales en las PYMES?

Principalmente considero que se trata de un tema de generar conciencia a nivel colectivo a nuestra sociedad, existen los medios, hasta cierto punto en la normativa también ha mejorado con el paso del tiempo y estos procesos lamentablemente como vemos hoy en día no se están ejerciendo con esa rigurosidad que se debería, existen muchas figuras o métodos que inventan para quedar bien legalmente cuando van a hacer algún tipo de inspección o algún tipo de proceso legal, pero si vemos en el fondo de la institución en el ambiente laboral que se está llenando esto no siempre tiene esos resultado que efectivamente debería llevar, entonces sí, existen una serie de medidas que podemos ver como forma preventiva para evitar los riesgos psicosociales por mencionar unas cuentas, considero que debe ser la evaluación de los riesgos principalmente, evaluación tendiente a identificar los factores que generan algún tipo de problemática dentro de las PYMES también dentro de la evaluación de riesgos laborales, se debe realizar en el centro de trabajo, y hay que tener en cuenta los riesgos psicosociales si son o no relevantes, también la responsabilidad del empresario y el proceso de administración respecto al personal que está a su servicio, otro factor clave considero que es la evaluación que debe detectar estos riesgos y poner las medidas preventivas para eliminarlos y minimizarlos, es decir, estos tipos de medidas deben de ir relacionadas con factores de riesgos detectado es decir, estilo de dirección adecuados, formas de comunicación de tareas claras, evitando la ambigüedad o el conflicto de roles.

Hoy en día con el tema de la pandemia, pues con relación a todo este proceso del teletrabajo, el nivel de carga laboral ha aumentado yo diría en un 500%, por lo que no se respetan horarios, por el uso de WhatsApp o correos electrónicos tienes más contacto y el empleador se siente con la autonomía de a cualquier horario llamar, a veces, tengo conocimiento por personas muy allegadas que hasta en la madrugada les enviaban trabajos o los llamaban, entonces se está irrespetando ese proceso, hay que tener en cuenta que al estar en un medio como es el teletrabajo en nuestros hogares tuvimos que readaptarnos ya que no teníamos las medidas necesarias, no todos contaban con el espacio físico, el conocimiento, precisamente al estar en casa también había que atender otro tipo de responsabilidades que son la familias, como los que son padres debían atender también a sus hijos entonces era un proceso bastante complejo, se podría decir.

Otro factor clave son los protocolos de actuación para posibles agresiones como es el acoso sexual entre otros, y una adecuación de la carga de trabajo, a las medidas de conciliación del ambiente laboral sobre todo en estos tiempos debería existir ese proceso de conciencia que se está atravesando una pandemia, que la carga horaria no puede seguir como siempre, que se debe disminuir y que poco a poco se está readaptando a estos nuevos proceso, entonces es importante tener eso en cuenta, además de generar una activa participación de los representantes con los trabajadores. Es decir, los trabajadores también tienen derechos a participar en las decisiones y de esta manera a través de las delegaciones de prevención de riesgos laborales, estas figuras elegidas entre ellos delegados del personal puede tener un papel relevante a la hora que con el trabajador con el equipo directivo en la toma de decisiones pueda precautelar medidas que sean acorde para este proceso.

Todo empieza con la organización de la directiva que es lo primordial que se debería tomar. Considero también que en este proceso la normativa legal también debería fortalecerse un poco, por lo que personalmente considero que hay muchos factores el cual se podrían brindar un mayor respaldo para que los líderes de las distintas instituciones tengan en cuenta estos procesos, ya que dentro de la ley no existe específicamente una normativa que ampare al trabajador cuando sufre de algún tipo de riesgo psicosocial, he tenido la experiencia por pacientes que han venido con crisis de ansiedad muy crónicas, y si de pronto viene alguien y quiere que se emita algún tipo de certificación o de respaldo, sea en una institución privada o pública como el seguro social, en el caso de ser síndrome de Burnout, no cuentan con ese respaldo y por muy severa que sea la situación que están pasando con esa sintomatología a nivel de salud pues ni siquiera se les emite un certificado de permiso por uno o dos días porque dentro de la normativa no consta el estrés laboral crónico como una enfermedad laboral, entonces es lamentable porque actualmente se ha incrementado en mayor medida, quizás te podrían dar permiso por algún tipo de presión u otra patología por dolores físicos pero el burnout no cuenta con ese respaldo, o sea que si esa persona se encuentra en ese nivel de colapso se va a ver obligada a continuar con sus labores y tratar de usar un recurso personológico para salir adelante y no derrumbarse, lamentable pues muchos casos lo que hace la persona es renunciar, ya que es lo más fácil que podría hacer.

P.5 ¿Considera usted que una campaña dirigida a los empleadores/representantes legales de las PYMES ayudaría a prevenir los riesgos psicosociales?

Totalmente, considero que sí y sobre todo es un factor clave porque uno de los procesos más importantes dentro de los riesgos psicosociales es la prevención y no solo los riesgos psicosociales sino cualquier nivel, la prevención es uno de los pilares que nos permite fortalecer estos procesos dentro de las PYMES y como ya decíamos en otra pregunta pue si los responsables o líderes se encargan de fortalecer esta área pues la productividad también va a incrementar, por lo que considero que es importante el tema de prevención y ahora sumándole el tema de la pandemia que es un factor inesperado realmente es algo con lo cual no se contaba por muy bien estructurada que esté la empresa nadie dentro de sus riesgos psicosociales contaba con una pandemia, entonces hay que tener en cuenta que trabajar en tiempos de Covid exige

un esfuerzo de adaptación importante y en estos procesos es relevante atender estos procesos psicosociales y organizativos para poder atender y proteger la seguridad y salud de la población trabajadora tanto a corto como a largo plazo .

Considero que se deberían tomar temas de liderazgo, ya que hay varios tipos de liderazgo como se puede ver dentro de la psicología organizativa, como el liderazgo participativo que es uno de los puntos claves que genera un buen ambiente o clima laboral, también tenemos el liderazgo autocrático que es un tipo de liderazgo donde la persona se siente con esa posición o rol de poder superior a los demás y simplemente designa, no escucha, no comparte con su equipo para formar un clima favorable entonces sí considero que el tipo de liderazgo es muy importante, también de cómo se administran las PYMES, que exista una buena organización, pero que no lo hagan por un tema de obligación o por pasar bien ante los controles que se hagan a nivel institucional sino también se lo genere como una cultura a nivel organizacional tanto a los empleadores/representantes legales como también de los trabajadores que de esa manera todos asuman esa responsabilidad, tanto los líderes como su rol y la forma que deben de ejercer, por precautelar la reducción de riesgos psicosociales y brindarles las herramientas personológicas a los trabajadores para que desarrollen hábitos de autocuidado, por lo que todos son responsables no solamente a nivel de responsables de las PYMES si no también los trabajadores, y para fortalecer esta área todos tenemos que poner de nuestra parte.

Sugeriría se realice una campaña educativa, para fomentar a través del conocimiento. Considero que es importante porque no solo se trata de normativa legal, sino de un tema cultural, entonces se propaga bastante en nuestros medios, es importante realizar campañas de concientización o si se lo quiere ver de otra manera campañas educacionales, tanto para los líderes como para subalternos. Las comunicaciones son sumamente claves por los cuales se puede brindar este a favor, que exista ese factor de comunicación en el cual la persona no sienta miedo hacia su líder de poder comunicarle sobre alguna duda que sienta, sino que brinde este canal abierto de poder expresarse, además de usar los medios como Telegram, Google Meet, para realizar reuniones o charlas periódicas para poder tener ese proceso de contención emocional que consiste en que el personal realiza procesos con distintas personas para que tenga diferentes técnicas de briefing emocional que está relacionado con la contención emocional y precautelar que a través de estos medios ambas partes sientan esa confianza y se cree ese rapport, sinergia o unión que permita se salga adelante en estos procesos.

3.7.1.1. Informe de la Entrevista.

Los entrevistados coinciden en que los riesgos psicosociales mal gestionados impactan negativamente dentro de la organización, el E1 indica que la empresa no solamente se perjudica en el ámbito económico, sino también en la parte organizacional, la E2 menciona que según la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el trabajo, los riesgos psicosociales son aquellos que se originan por la deficiente organización y un entorno social negativo que termina afectando también la salud física y psíquica. El E1 comenta que existe un fenómeno que influye bastante en las PYMES y es que por lo general son empresas familiares por lo que el primer riesgo que está presente es el de la violencia, según indican, existe un 70% de las PYMES que causan violencia al momento de tomar decisiones, según ambos entrevistados esto es debido a la falta de liderazgo que existe, impactando negativamente en la satisfacción laboral y el clima laboral en la PYME, esto influye también a que la PYME no sobreviva por mucho tiempo en el mercado. La calidad del talento humano también se ve afectada debido a que si no existe una buena organización los riesgos psicosociales influyen en su salud. Según los entrevistados mencionan que en Ecuador los riesgos psicosociales que tienen mayor incidencia son el Mobbing conocido como el acoso laboral y el síndrome de Burnout que es un nivel de estrés extremadamente crónico producido cuando la persona siente un nivel de agotamiento extremo pero sin embargo sigue siendo presionado y ejerciendo las labores inclinándose a una serie de factores negativos que no le permite desenvolverse en un ambiente laboral favorable, además, si llegan a tener mayor repercusión podría provocar hasta el suicidio en quienes lo padezcan, generando así otro problema por atender de parte de la empresa.

Según la apreciación del E1 las partes interesadas, stakeholders deben estar conscientes del problema que existe en cuanto a los riesgos psicosociales dentro de las PYMES, también las entidades públicas deben ser más minuciosas con la información entregada por las empresas en cuanto a los programas de riesgos psicosociales, debido a que en la plataforma donde debe ser subida la información, solo se cuenta a partir de que la empresa tenga 11 trabajadores y no de 10 como está en el reglamento, por lo que si no existe un adecuado seguimiento desde el agente regulador, pues no ejerce una debida presión al empleador para su cumplimiento. La E2 indica que en su experiencia las PYMES no están precautelando adecuadamente la integridad de la empresa para mejorar los estándares de productividad por lo que indica que si se invirtiera en el proceso de la gestión de riesgos psicosociales se incrementa la productividad, mejorando el ambiente laboral y el desempeño de la empresa. Ambos entrevistados coinciden que las

PYMES no están generando conciencia sobre los problemas que ocasionan no gestionar adecuadamente la prevención de riesgos psicosociales.

Efectivamente los expertos que fueron entrevistados consideran que existe desconocimiento por parte de los empleadores, en sí de la sociedad en general en el Ecuador sobre la prevención de riesgos psicosociales debido a una falta de cultura de prevención en seguridad y salud ocupacional. Sin embargo, el E1 indica que existen empleadores que no conocen sobre los programas de prevención de riesgos psicosociales y otros que a pesar de conocer la normativa prefieren hacer caso omiso sobre el tema, por lo que son los que mayor atención deberían darse ya que ponen en peligro no solamente la salud del trabajador, sino que también se ve perjudicada la empresa.

Los entrevistados mencionaron que se debería realizar un levantamiento de información para evaluar las problemáticas que existen en las PYMES, permitiendo tener un panorama más claro sobre los riesgos que se encuentran expuestas, por ende sugieren que se plantear con mayor frecuencia planes de prevención que permitan mitigar los problemas ocasionados por la inadecuada gestión de los riesgos psicosociales, mejorar la parte de organización empezando por los procesos de selección, ya que particularmente los problemas empiezan desde la directiva y recaen en el trabajador entonces el énfasis está en mejorar los canales de comunicación, escucha activa y programas de solución de conflictos. Además de que toda esa gestión se debe encargar una persona capacitada en Talento humano, sin embargo, si no existen las posibilidades de contratar a un Administrativo de Talento Humano, la empresa debería buscar asesoramiento para implementar los programas de prevención de riesgos psicosociales. El E2 indicó que se deben implementar protocolos de actuación para posibles agresiones y adecuaciones en la carga de trabajo y que debido al Teletrabajo se han detectado más casos de estrés y acoso por lo que se debe generar conciencia en la seguridad y salud en el trabajo.

Los entrevistados estuvieron de acuerdo en que se debe implementar una campaña de concientización sobre los riesgos psicosociales a los representantes legales y al personal administrativo de RRHH que está a cargo de los trabajadores en las PYMES, debido a que a pesar de que algunos están conscientes del problema que existe en cuanto a la falta de prevención de riesgos psicosociales y/o cualquier otro nivel, no están haciendo nada por mitigarlo por lo que ellos sugieren se realice campañas por las diferentes vías como: WhatsApp, Telegram que generalmente no son solo para dialogar si no que ayudan a la creación de repositorios de información tal como una biblioteca virtual para que los representantes legales

utilicen ese medio y adquieran información al instante. El E1 indica que realizar una campaña social ayudará a prevenir los riesgos psicosociales siempre y cuando se les concientice acerca de cómo y para qué prevenir, ya que la prevención es uno de los pilares que permite fortalecer los procesos de las PYMES indica la E2, la finalidad de realizar esa actividad no es solo tomarlo como un tema de obligatoriedad sino más bien generar esa cultura de prevención, otra forma de hacerlo podría ser a través de campañas educativas donde se incluyan a todos los miembros de las PYMES, además que también recomienda se usen las aplicaciones de Google Meet o Zoom para realizar reuniones o charlas periódicas y así tener un proceso de contención emocional y aplicar diferentes técnicas de briefing que permitan mejorar el ambiente dentro de la empresa.

3.7.2. Encuesta

Datos Generales

P1. Género del encuestado

Tabla 21 *Género*

<i>Clases</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
a) Masculino	88	0,49	49,44%
b) Femenino	90	0,51	50,56%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

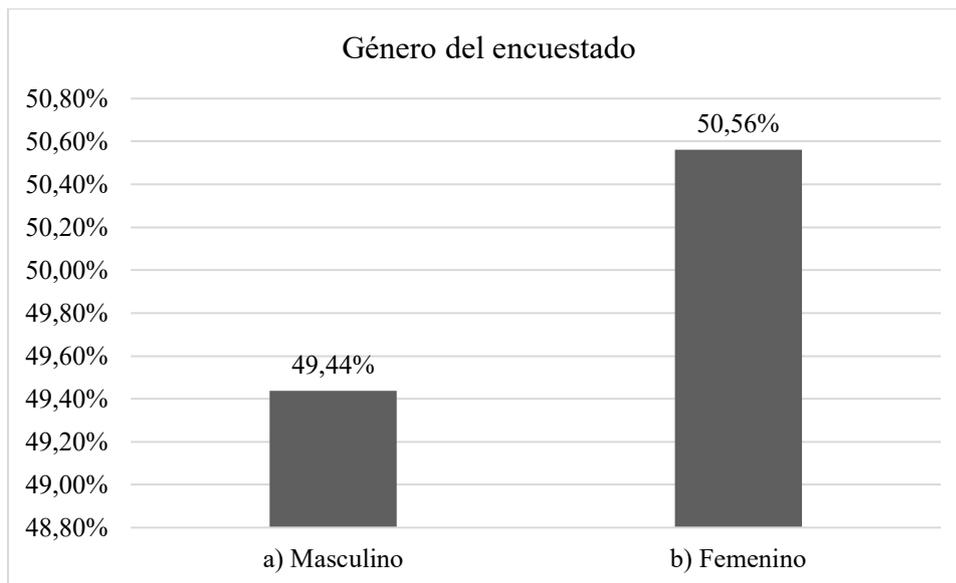


Figura 6 Género

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

Hombres y mujeres que fueron encuestados representan un porcentaje considerable que forman parte del segmento de empleadores / representantes legales y administrativos de Talento Humano, ya que ellos son encargados de la toma de decisión dentro de la empresa sobre la seguridad y salud de los trabajadores y la prevención de los riesgos psicosociales en la empresa.

P2. Edad

Tabla 22 Edad

<i>Clases</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
a) 25-34 años	80	0,45	44,75%
b) 35-44 años	53	0,30	29,96%
c) 45-54 años	28	0,16	15,56%
d) Igual o mayor a 55 años	17	0,10	9,73%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

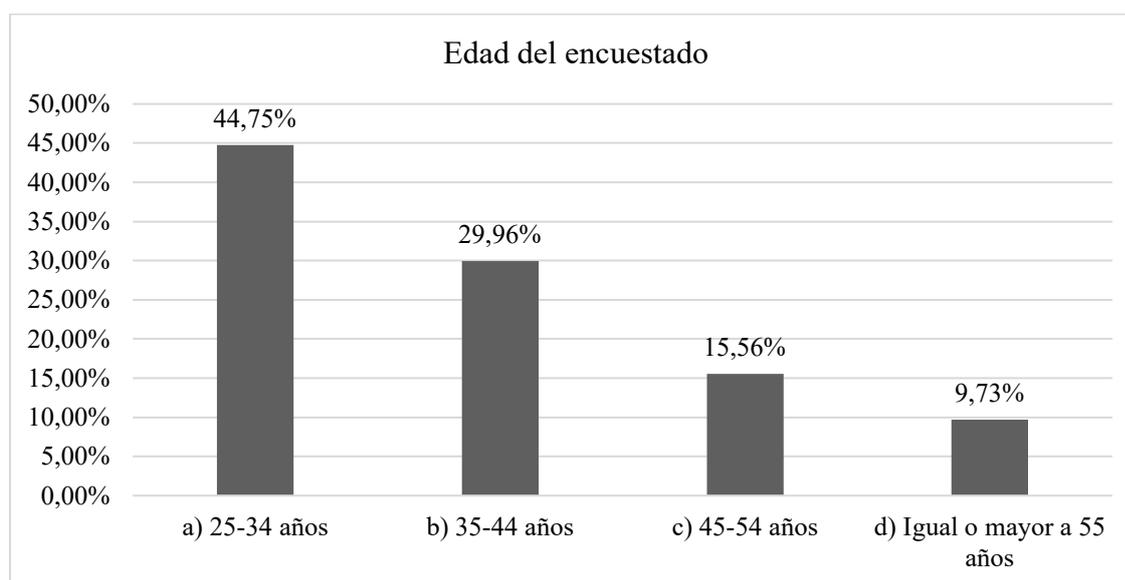


Figura 7 Edad

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

La edad de los participantes de la encuesta que están presentes y a cargo de las empresas forman oscilan en los mayores de 35 años quienes representan en un 55,25%, con una diferencia del 10,51% de la población que se encuentra de 25 a 34 años, a pesar de no haber mucha diferencia, los empleadores/representantes legales y tomadores de decisiones se encuentran representados mayoritariamente en un rango de edad de 35 a 55 años.

P3. ¿Cuál es su nivel más alto de estudios?

Tabla 23 Nivel más alto de estudios

Clases	fAc.	fr	f%
a) Educación básica	10	0,05	5,45%
b) Artesano	0	0,00	0,00%
c) Educación media (Bachiller)	42	0,24	23,74%
d) Tercer nivel (Técnico / Licenciatura / Ingeniería)	104	0,58	58,37%
e) Cuarto nivel (Magister / Doctorado)	22	0,12	12,45%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

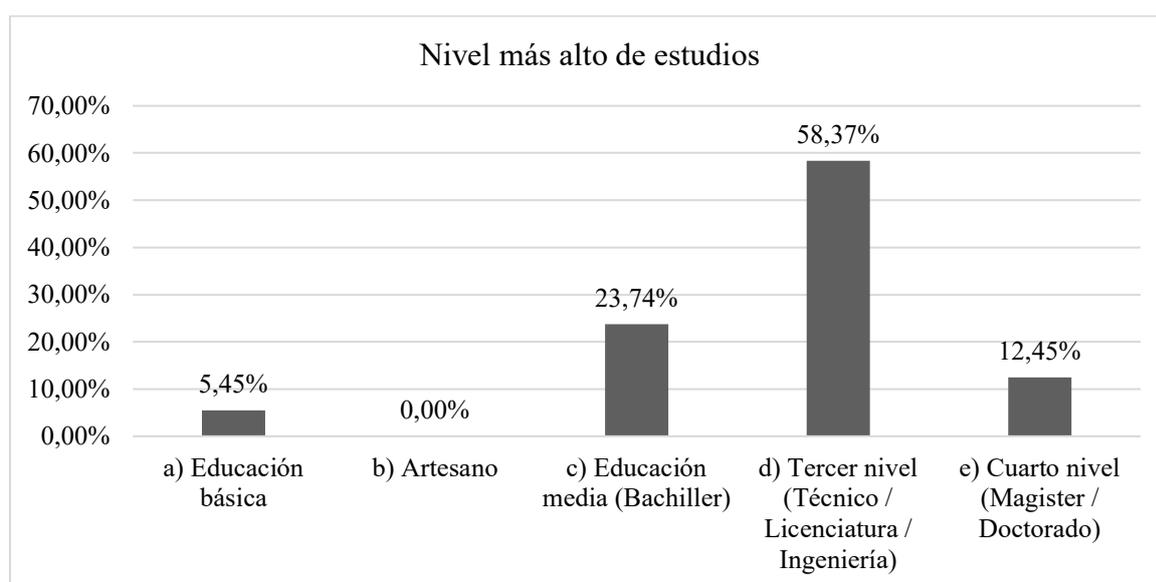


Figura 8 Nivel más alto de estudios

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

La mayor parte de los encuestados está representada en un 58,37% que pertenecen a un rango de estudios de Tercer Nivel (Técnicos / Licenciados / Ingenieros), sin embargo, el 29,19% conformado por los encuestados 23,74% de Educación Media (Bachiller) y 5,45% de Educación Básica debe ser considerado con mayor prioridad debido a que forman parte de los empleadores/representantes legales y tomadores de decisiones.

P4. ¿Cuántas personas aproximadamente trabajan en la empresa?

Tabla 24 Número de trabajadores en la empresa

Clases	fAc.	fr	f%
a) 10 - 49	126	0,71	70,82%
b) 50 - 100	23	0,13	12,84%
c) 100 - 199	29	0,16	16,34%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

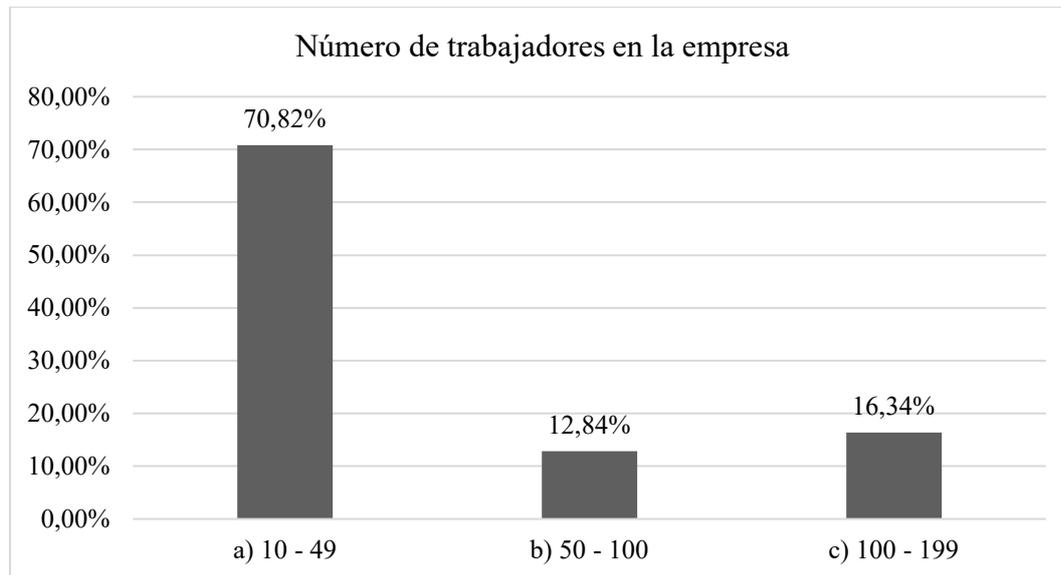


Figura 9 Número de trabajadores en la empresa
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

Los encuestados en un 70,82% poseen entre 10 a 49 trabajadores, quienes conforman a las pequeñas empresas, sin embargo, el 29,18% se encuentran en el rango de las medianas empresas. Por lo que se infiere que las pequeñas empresas predominan dentro del mercado dedicado a la actividad de comercio por lo que existe mayor proporción de trabajadores y deben enfocarse también en la salud y seguridad de los trabajadores.

Condiciones de Trabajo

P.5 ¿Cuántas horas semanales cumplen los trabajadores y/o colaboradores de la empresa?

Tabla 25 Número de horas semanales cumplidas por los trabajadores

Clases	fAc.	fr	f%
a) menos de 20 horas	10	0,05	5,45%
b) 20 horas	26	0,14	14,40%
c) 40 horas	91	0,51	50,97%
d) más de 40 horas	52	0,29	29,18%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

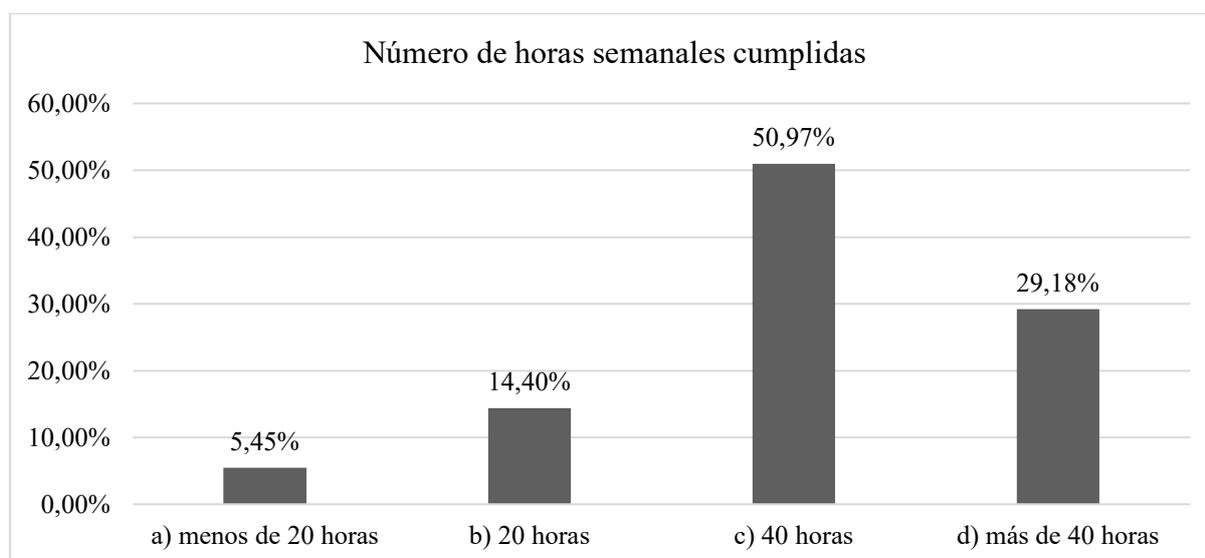


Figura 10 Número de horas semanales cumplidas por los trabajadores
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

Un 50,97% de los encuestados indicaron que sus trabajadores cumplen 40 horas semanales de trabajo, sin embargo un 29,18% indicó que cumplen más de las 40 horas de trabajo, el 14,40% 20 horas y el 5,45% menos de 20 horas, cifra que resaltan incumplimiento por parte de los encuestados con lo estipulado en el artículo 47 del Código de Trabajo literales 1 y 2 donde indica que se debe respetar el máximo de 40 horas de trabajo a la semana y no menos de 30 horas, a menos que sea autorizado por el inspector de trabajo.

P.6 Califique del 1 al 5 (1 si está Completamente en Desacuerdo y 5 si está Completamente de Acuerdo) cada uno de los siguientes criterios.

Tabla 26 Factores de riesgos psicosociales en la empresa

FACTORES	Dimensiones	(1) Completamente en Desacuerdo	%	(2) En Desacuerdo	%	(3) Parcialmente de Acuerdo	%	(4) De Acuerdo	%	(5) Completamente de Acuerdo	%
1) CARGA Y RITMO DE TRABAJO	a) Se establecen y se respetan las horas de trabajo según lo que dispone la Ley a los trabajadores.	17	9,55%	58	32,58%	32	17,98%	44	24,72%	27	15,17%
	b) Cuento con trabajadores satisfechos y productivos.	0	0,00%	23	12,92%	42	23,60%	80	44,94%	32	17,98%
	TOTAL	9	4,78%	41	22,75%	0	20,79%	62	34,83%	30	16,57%
2) ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	c) En la empresa se realizan capacitaciones y/o entrenamientos al personal de trabajo sobre la prevención de riesgos psicosociales.	36	20,00%	58	32,73%	40	22,47%	30	16,85%	14	7,87%
	d) Existe un buen clima laboral dentro de la empresa.	0	0,00%	32	18,18%	39	21,82%	58	32,73%	49	27,27%
	e) Se utiliza formas de comunicación accesibles y adecuadas para la comprensión de los trabajadores.	3	1,82%	35	19,66%	70	39,33%	40	22,47%	30	16,85%
TOTAL	13	7,27%	42	23,52%	50	27,87%	43	24,02%	31	17,33%	
3) SOPORTE Y APOYO	f) En la empresa se brinda toda la información relacionada a los programas de prevención de riesgos psicosociales.	19	10,67%	13	7,30%	54	30,34%	60	33,71%	33	18,54%
	g) En la empresa las actividades y funciones de cada trabajador son específicas de tal manera que no generan ningún tipo de inconvenientes.	12	6,74%	54	30,34%	35	19,66%	40	22,47%	36	20,22%
	TOTAL	16	8,71%	34	18,82%	45	25,00%	50	28,09%	35	19,38%
4) ACOSO LABORAL	h) Si se detecta algún tipo de discriminación o acoso en el trabajo, se aplican las sanciones pertinentes.	26	14,55%	78	43,64%	61	34,55%	6	3,64%	6	3,64%
	i) En la empresa se respetan las limitaciones y condiciones de las personas con discapacidad.	6	3,64%	10	5,45%	16	9,09%	84	47,27%	61	34,55%
	j) La empresa está libre de acoso sexual.	3	1,82%	19	10,91%	26	14,55%	52	29,09%	78	43,64%
TOTAL	12	6,67%	36	20,00%	35	19,39%	47	26,67%	49	27,27%	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 27 Factores: Carga y Ritmo de Trabajo

<i>1) Carga y ritmo de trabajo</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
(1) Completamente en Desacuerdo	9	0,05	4,79%
(2) En Desacuerdo	41	0,23	22,82%
(3) Parcialmente de Acuerdo	37	0,21	20,85%
(4) De acuerdo	62	0,35	34,93%
(5) Completamente de acuerdo	30	0,17	16,62%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

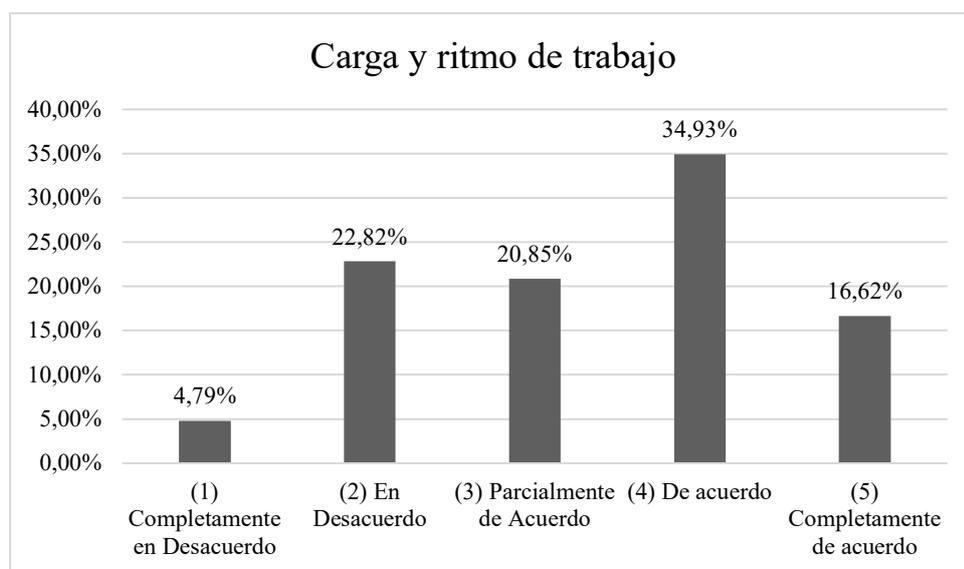


Figura 11 Factores: Carga y Ritmo de Trabajo
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

Para los encuestados en lo que respecta a la carga y ritmo de trabajo dentro de la empresa en un 27,53% coinciden que se establecen y se respetan las horas de trabajos según lo que estipulado en la ley y que además cuentan con trabajadores satisfechos, mientras que un 72,19% se encuentra dudoso y en desacuerdo sobre llevar un carga y ritmo de trabajo apropiado dentro de la empresa.

Tabla 28 Factores: Organización del trabajo

2) Organización del trabajo	fAc.	fr	f%
(1) Completamente en Desacuerdo	13	0,07	7,27%
(2) En Desacuerdo	42	0,24	23,52%
(3) Parcialmente de Acuerdo	50	0,28	27,87%
(4) De acuerdo	43	0,24	24,01%
(5) Completamente de acuerdo	31	0,17	17,33%
	178	1	100%

Elaborado por Sánchez & Vera, 2021

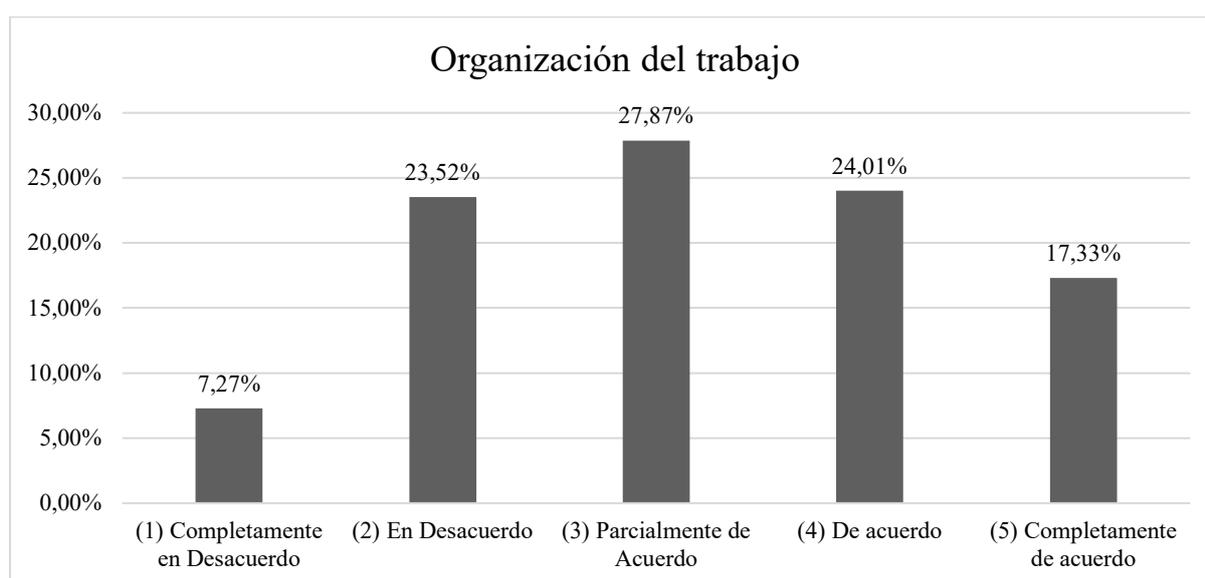


Figura 12 Factores: Organización del trabajo
Elaborado por Sánchez & Vera, 2021

Análisis

Para los encuestados en lo referente a la organización del trabajo dentro de la empresa en un 41,35% coinciden que la empresa cumple con la organización de realizar capacitaciones y/o entrenamientos al personal de trabajo, el ambiente de trabajo ofrece un buen clima laboral y mantienen formas de comunicación apropiada para la comprensión de los trabajadores, sin embargo el 58,67% de los encuestados se encuentran en duda y en desacuerdo sobre la organización apropiada dentro del espacio de trabajo, por lo que se infiere que las empresas no están gestionando de forma adecuada la parte organizacional dentro del trabajo.

Tabla 29 Factores: Soporte y Apoyo

<i>3) Soporte y Apoyo</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
(1) Completamente en Desacuerdo	16	0,09	8,71%
(2) En Desacuerdo	34	0,19	18,82%
(3) Parcialmente de Acuerdo	45	0,25	25,00%
(4) De acuerdo	50	0,28	28,09%
(5) Completamente de acuerdo	35	0,19	19,38%
	178	1	100%

Elaborado por Sánchez & Vera, 2021

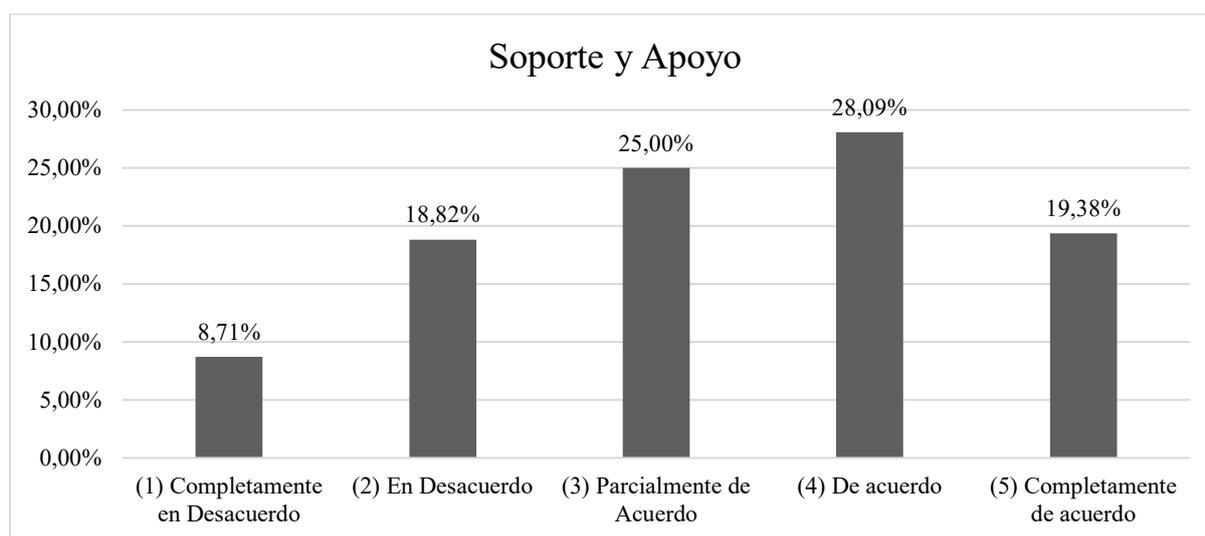


Figura 13 Soporte y Apoyo
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

De los 178 encuestados en cuanto a soporte y apoyo que los empleadores, representantes legales y/o tomadores de decisiones prestan a los trabajadores, un 47,47% está de acuerdo en brindar la información necesaria para la prevención de riesgos psicosociales y al desarrollo de las actividades por lo que no generan inconvenientes al momento de recibir la entrega, existe el apoyo de las actividades que deben realizar por parte de los empleadores a los trabajadores, a diferencia del 52,53% que no está seguro y no están de acuerdo de llevar a cabo ese soporte y apoyo que se debe brindar dentro de la empresa para mitigar los riesgos psicosociales que afectan en las mismas.

Tabla 30 Factores. Acoso laboral

<i>4) Acoso Laboral</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
(1) Completamente en Desacuerdo	12	0,07	6,67%
(2) En Desacuerdo	36	0,20	20,00%
(3) Parcialmente de Acuerdo	35	0,19	19,39%
(4) De acuerdo	47	0,27	26,67%
(5) Completamente de acuerdo	49	0,27	27,27%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

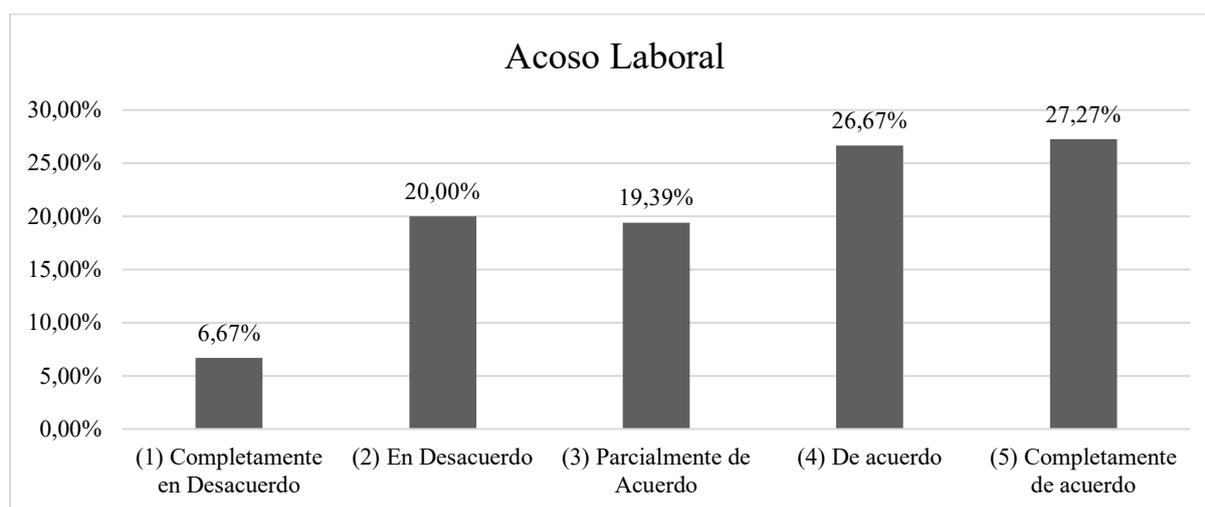


Figura 14 Acoso laboral

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

En lo relacionado al Acoso laboral, los encuestados indicaron prestar la debida atención al momento de detecta actos de discriminación, irrespeto a las personas con discapacidad o acoso sexual, por lo que el 53,94% indicó estar de acuerdo en que se toman acciones cuando ocurren ese tipo de situaciones, sin embargo, un 46,06% de los encuestados indicó estar en duda y en desacuerdo de aplicar estas correcciones, pues, es necesario plantear correctivos y fomentar la importancia de mitigar el acoso laboral para mejorar el ambiente laboral.

PERCEPCIÓN DE CONOCIMIENTO

P.7 ¿Realiza usted el Programa de Riesgos Psicosociales que deben cumplir obligatoriamente las empresas?

Tabla 31 *Cumplimiento de los programas de riesgos psicosociales*

<i>Clases</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
a) Sí (Pasar a la pregunta P.8)	74	0,42	41,63%
b) No (Pasar a la pregunta P.7.1)	104	0,58	58,37%
	178	1	100%

Elaborado por Sánchez & Vera, 2021

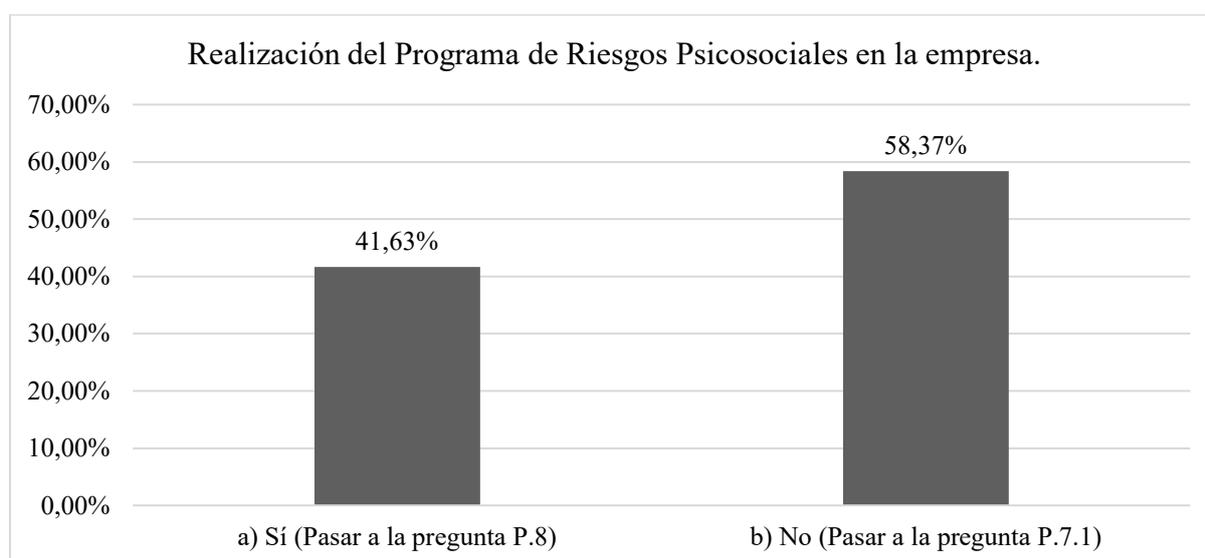


Figura 15 Cumplimiento de los programas de riesgos psicosociales

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

De los encuestados un 58,37% respondió que no cumple con los Programas de Riesgos psicosociales en la empresa, mientras que un 41,63% indicó sí cumplir, y a pesar de no haber mucha diferencia en porcentajes, es necesario fomentar que las empresas deben realizar los programas de riesgos psicosociales, el cual favorecerá la cultura organizacional y aportará a una de las obligaciones que debe cumplir el empleador y toda empresa que posea más de 10 trabajadores.

P.7.1 ¿Por qué no?

Tabla 32 *Por qué no aplica programas de riesgos psicosociales*

<i>Clases</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
a) Desconocimiento	98	0,94	93,75%
b) No lo considera necesario	7	0,06	6,25%
c) No lo considera importante	0	0,00	0,00%
	104	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

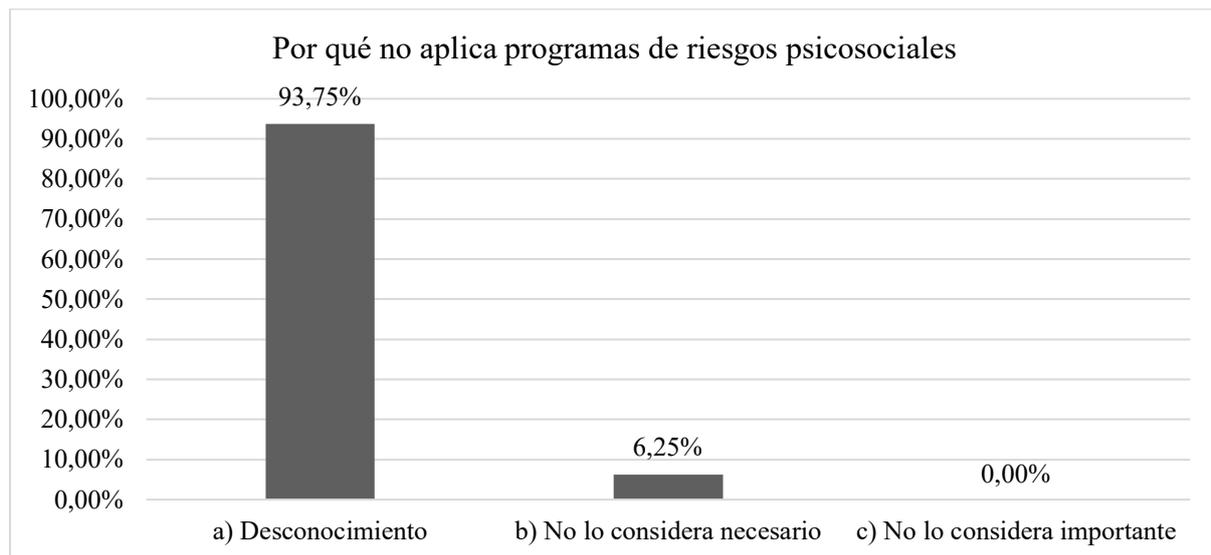


Figura 16 por qué no aplica programas de riesgos psicosociales

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

De los encuestados que indicaron no realizar programas de riesgos psicosociales, un 93,75% manifestó que no lo realiza por desconocimiento, sin embargo, un 6,25% no lo considera necesario, por lo que se debe educar a los empleadores qué, por qué y para qué es importante implementar los programas de prevención de riesgos psicosociales dentro de la empresa.

P.8 ¿Sabía usted que según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) las empresas gastan más recursos económicos en la recuperación de la salud de los trabajadores en vez de prevención?

Tabla 33 Información OIT

Clases	fAc.	fr	f%
a) Sí	97	0,54	54,47%
b) No	81	0,46	45,53%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

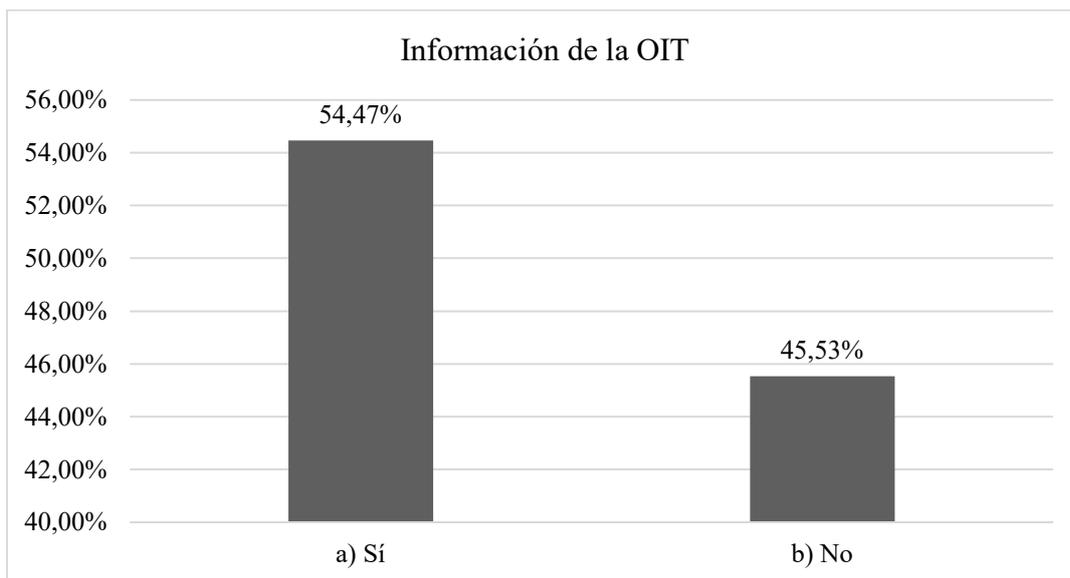


Figura 17 Información OIT

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

El 54,47% de los empleadores saben que para la empresa es mejor prevenir que invertir en la recuperación de los trabajadores, pero hay un 45,53% que debe ser informado sobre este factor importante, que no solo es de relevancia para la empresa sino también para el trabajador.

P.9 Entonces, ¿Participaría en una campaña que le ayude a prevenir los riesgos psicosociales en la empresa?

Tabla 34
Participación en campaña de promoción

<i>Clases</i>	<i>fAc.</i>	<i>fr</i>	<i>f%</i>
a) Sí (Pasar a la pregunta P.10)	145	0,82	81,71%
b) No (Pasar a la pregunta P.9.1)	33	0,18	18,29%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

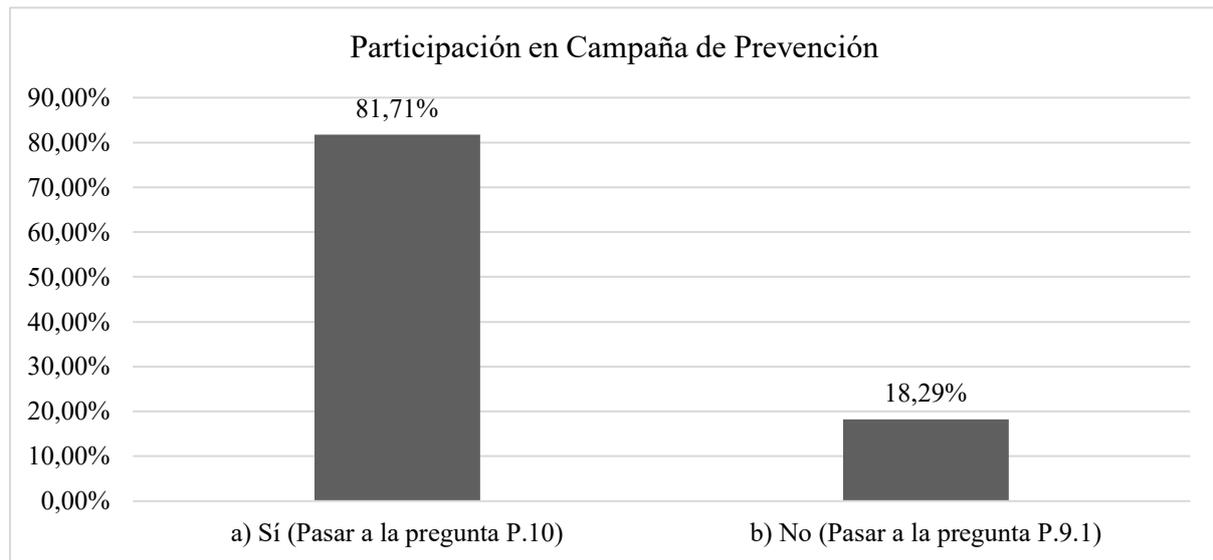


Figura 18 Participación en campaña de promoción
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

De los encuestados un 81,71% respondió que sí participarían en una campaña para prevención de riesgos psicosociales, mientras que un 18,29% indicó que no lo haría.

P.9.1 ¿Por qué no?

Tabla 35 Por qué no participaría en una campaña de prevención de riesgos psicosociales

Clases	fAc.	fr	f%
a) Falta de tiempo	33	0,70	70,21%
b) No cuenta con personal especializado	5	0,11	10,64%
c) Recursos económicos no disponibles	9	0,19	19,15%
	47	1	81%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

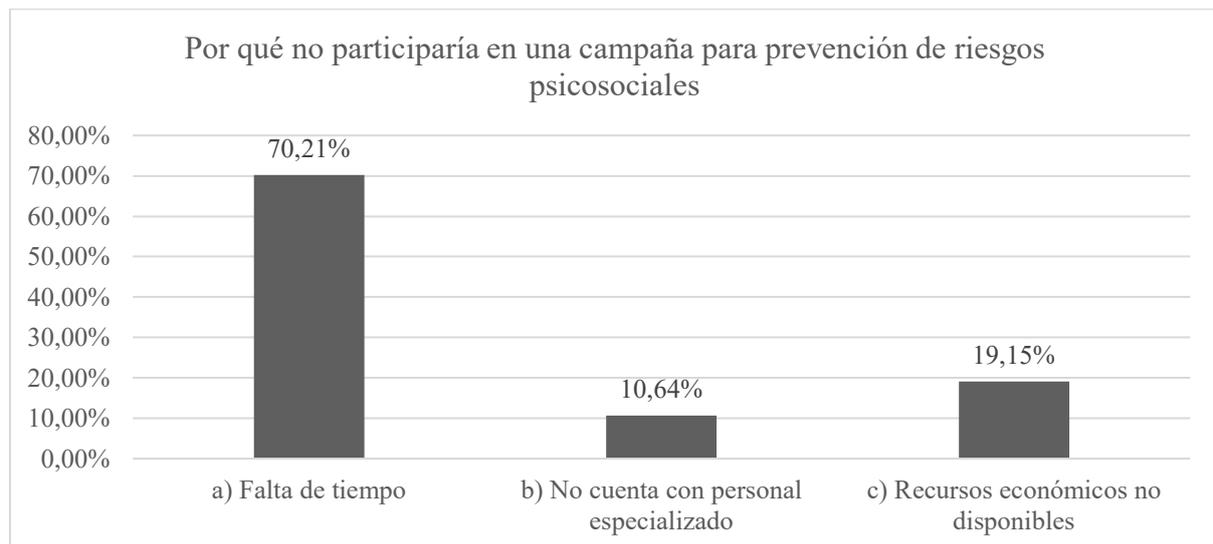


Figura 19 Por qué no participaría en una campaña de prevención de riesgos psicosociales

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

El tiempo es un factor esencial y predominante para el desarrollo de una campaña, y como se puede visualizar los encuestados que indicaron que no participarían en un 70,21% coincidieron que es debido a la falta de tiempo, seguido de un 19,15% por recursos económicos no disponibles y un 10,64% indicó que no cuentan con personal especializado para el desarrollo de la misma, por lo que se debería plantear una Campaña de Prevención de riesgos psicosociales donde se destaque el valor que tienen los programas de riesgos psicosociales, que no sea tan costosa y cumpla con las necesidades que tiene el empleador, sin que su ejecución intervenga ampliamente en los recursos disponibles de la empresa.

P.10 ¿Qué medios de comunicación considera idóneos para recibir información sobre la prevención de riesgos psicosociales?

Tabla 36 Medios idóneos para recibir información

Clases	fAc.	fr	f%
a) Correo electrónico	46	0,26	26,07%
b) Grupo de WhatsApp	44	0,25	24,51%
c) Canal de Telegram	16	0,09	8,95%
d) E-Learning (Plataforma Moodle)	17	0,10	9,73%
e) Redes Sociales (Cuentas de Facebook, Instagram, Twitter)	55	0,31	30,74%
	178	1	100%

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

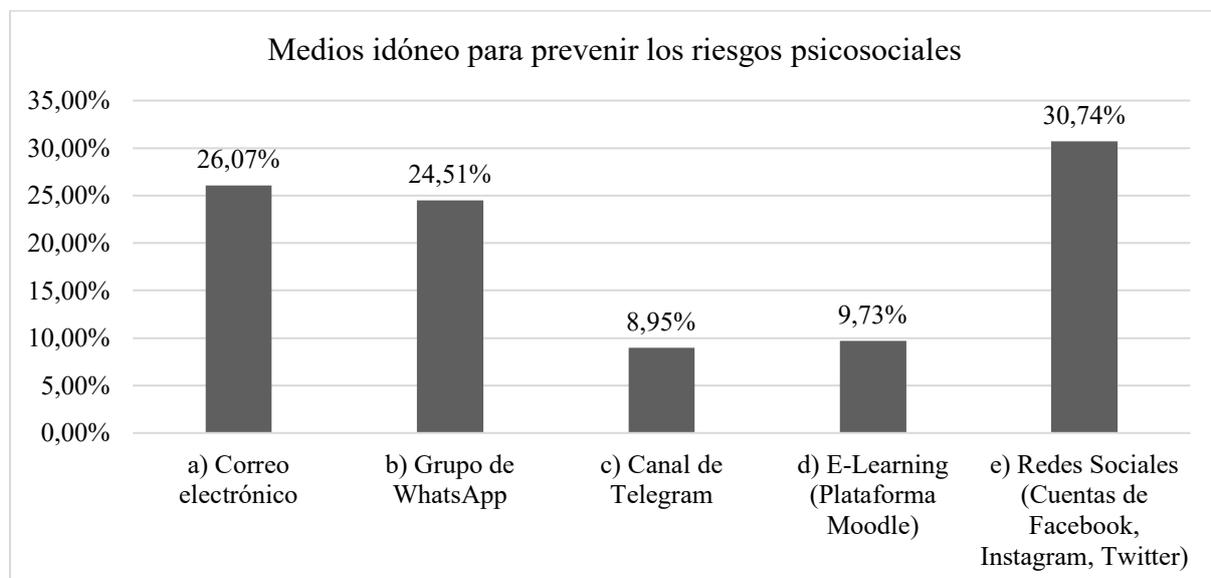


Figura 20 Medios idóneos para recibir información sobre prevención de riesgos psicosociales
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Análisis

Los medios de comunicación que se consideran idóneos por los encuestados, un 30,74% concordó que prefiere las redes sociales las cuales abarcan las cuentas de Facebook, Instagram y Twitter, luego están los canales directos como el correo electrónico con 26,07% y grupo de WhatsApp con 24,51%, consideradas como opciones de preferencia para los encuestados a que su uso sea con la finalidad de recibir información sobre la prevención de riesgos psicosociales.

3.7.2.1. Informe encuesta.

Datos Generales: En el presente estudio se obtuvo la información de hombres y mujeres que ocupan el perfil de empleadores/representantes legales y personal administrativo del Talento Humano de las empresas quienes se encargan de tomar decisiones acerca de lo que sucede con la empresa y los trabajadores, quienes en un 55,25% están representados en el rango de los mayores de 35 años de edad, cuyo nivel predominante son los que pertenecen al Tercer Nivel de instrucción académica, sin embargo, un 29,19% se encuentra en el rango de Educación media y básica por lo que a pesar de no ser un porcentaje con mayor representación, se considera que ese porcentaje influye prioritariamente en requerir de actualizaciones e información relacionada a la gestión organizacional en la actualidad. Las pequeñas empresas representan el 70,82% pues son las que tienen una mayor parte de dedicación en la actividad comercial, sector que ocupa una mayor porción dentro del mercado de Guayaquil.

Condiciones de Trabajo: Dentro de las condiciones de trabajo se identificó que existe un desconocimiento respecto a la carga horaria que deben cumplir los trabajadores ya que en el art. 47 del Código de Trabajo indica que los trabajadores no pueden laborar más de 40 horas a la semana, ni más de 10 horas diarias, sin embargo, el 29,18% de los encuestados indicó que sus trabajadores laboran más de 40 horas semanales y un 5,45% menos de 20 horas semanales por lo que no se está cumpliendo con lo estipulado en la ley. En cuanto a la carga y ritmo de trabajo se evidencia que un 72,19% se encuentra en dudas y en desacuerdo relacionado al cumplimiento con las horas de trabajo que dispone la ley por lo que difícilmente les permite contar con trabajadores satisfechos.

En la organización de trabajo representado en un 58,67% coinciden en no estar manejando apropiadamente las capacitaciones al trabajador, el clima laboral dentro de la empresa y la forma de comunicar los requerimientos al no proporcionar información apropiada generan un desbalance. En lo correspondiente a soporte y apoyo a los trabajadores un 52,53% está en dudas y en desacuerdo de manejar apropiadamente la información de las actividades logrando que los trabajadores sufran de estrés o tensión debido a no manejar adecuadamente la prevención de riesgos psicosociales dentro de las empresas que han sido tomadas de referencia para el presente estudio. El acoso laboral es algo que se está controlando ya que existe un 53,94% que están de acuerdo de manejar apropiadamente los conflictos sin embargo un 40,06% se encuentra dudoso y en desacuerdo por lo que se lo debe considerar para que se mitigue en mayor medida los riesgos psicosociales dentro de las PYMES.

Percepción de Conocimiento: Del total de los encuestados un 58,37% indicó no realizar los programas de prevención de riesgos psicosociales, sin embargo, de esos 104 encuestados que respondieron no, el 93,75% indicó que no los aplica por desconocimiento y un 6,25% que no lo considera necesario por lo que es necesario trabajar en programas de concientización y fomentar la cultura de prevención para que sea visto como un factor importante de ser aplicado dentro de las empresas. Sin embargo, un 54,47% reconoce que según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) las empresas gastan más recursos económicos en la recuperación de la salud de los trabajadores, dato importante que ayudó a definir si participarían en una campaña de prevención de riesgos psicosociales, ya que un 81,71% de los encuestados indicó que sí participaría en ese tipo de campañas ya que se relaciona con el beneficio que le prestaría a la empresa, aunque un 18,29% indicó que no participaría en el cual predominó que no lo harían debido a la falta de tiempo, factor importante para considerar en actividades que se desee realizar como prevención, también de no contar con los recursos económicos ni personal especializado por lo que se debe estimar estos factores para la campaña de prevención.

Los medios de comunicación que fueron considerados idóneos para recibir información sobre la prevención de riesgos psicosociales con un 30,74% de preferencia fueron las redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), el correo electrónico y los grupos de WhatsApp por lo que son aplicaciones y medios de comunicación más accesibles para los encuestados.

3.7.3. Grupo de Enfoque

Datos Generales

P.1 Género de entrevistados: 5 hombres y 5 mujeres

P.2 Años de Experiencia: (2-9 años) 6 trabajadores, (10-20 años) 3 trabajadores, (Igual o mayor a 21 años) 1 trabajador.

Condiciones de Trabajo

P.3 ¿Cuántas horas semanales cumplen para desarrollar sus actividades laborales?

(20 horas) 3 trabajadores, (40 horas) 5 trabajadores, (más de 40 horas) 2 trabajadores.

Evaluación de las condiciones laborales a trabajadores

P4. Factores de riesgos psicosociales que inciden en los trabajadores

Carga y Ritmo de Trabajo

a) Se establecen y se respetan sus horas de trabajo según lo que dispone la Ley.	
T1:	En realidad, muchas veces se trabaja más de las 8 horas diarias y no existe una recompensa o bonificación por hacerlo, sino que lo hacen con la finalidad de que debemos "ponernos la camiseta" y no me siento bien.
T2:	El contrato decía que yo iba a trabajar 4 horas de lunes a viernes, pero en realidad trabajo sábados, domingos y feriados, y obligatoriamente tengo que hacer horas extras, sin consultar me adjudican los días que debo ir a pesar de que sí me pagan las horas adicionales que debo estar allí, ya que los centros de comercio se trabajan todos los días sin descanso.
T3:	Anteriormente sí tenía que ocupar más horas de mi tiempo dentro del trabajo, pero ahora ya se respetan mis horas de trabajo o a veces nos notifican con un día de anticipación nos indican que debemos quedarnos 2 horas adicionales para cumplir con alguna obligación que se debe entregar pronto, aunque no son pagadas.
T4:	No, de hecho, me indicaron que solo serían 8 horas diarias de lunes a viernes, pero sin embargo me hacen trabajar sábados, domingos y a veces feriados.
T5:	Sí, no existe inconvenientes con las horas de trabajo.
T6:	Si son respetadas nuestras horas de trabajo, si se labora más nos reconocen las horas extras.
T7:	Si se respetan las horas de trabajo dentro de la empresa.
T8:	Correcto, si se pagan las horas normales y extras también.

T9:	En su mayoría si se respetan las horas de trabajo.
T10:	Salgo tarde de la jornada laboral y no me reconocen las horas extras.
b) Tiene suficiente tiempo para realizar todas las actividades asignadas.	
T1:	Sinceramente, no. Me solicitan información de una hora para la siguiente y no especifican claramente lo que requieren.
T2:	A veces los operativos indican que se deben hacer actividades extras, por ejemplo, yo a veces debo arreglar los stands que me indican en ese momento y después realizar las otras actividades que ya tengo planificadas del día ya que hago de promotora y vendedora por lo que me atrasan de las actividades que debo realizar.
T3:	Sí, sí me bastan las 8 horas diarias, solo a veces que necesitan que realicemos alguna extra, pero no es siempre.
T4:	No, por eso nos obligan a trabajar horas extras y a veces no son ni canceladas.
T5:	A veces llevo trabajo a casa para culminar a tiempo, pero no lo considero tan malo, igual recibo mi sueldo completo.
T6:	Es duro el trabajo, pero sí tengo el tiempo suficiente para realizarlo.
T7:	Si dispongo del tiempo adecuado para realizar las actividades.
T8:	Si tengo suficiente tiempo para realizar mis actividades.
T9:	Hay muchas actividades, pero todo es cuestión de organizarse.
T10:	Si tiene el tiempo adecuado para realizar sus actividades.

Organización del Trabajo

c) Las formas de comunicación en su trabajo son adecuados, accesibles y fáciles de comprender.	
T1:	No, muchas veces desconocemos a quién debemos solicitarle información para alguna gestión de autorización o legalización de documentaciones por lo que no existe un orden en la organización.
T2:	No son fáciles de comprender, ya que porque a veces en último momento me indican que debo vender ciertos productos que no son óptimos a la venta, al siguiente día entonces debo coordinar inmediatamente con la persona encargada de logística para realizar algún tipo de promoción porque si no se vende esa mercadería me toca pagar

	a mí, por lo que no se gestiona a tiempo. Además, que tuve una experiencia donde me descontaron y nunca me avisaron el motivo sólo cuando revisé el rol de pago, tuve que ir a la matriz de la empresa para arreglar ese problema.
T3:	Sí, por supuesto. Nos notifican por correo o el jefe inmediato informa de cómo se debe realizar.
T4:	Entre compañeros sí, pero muchas veces el supervisor no transmite apropiadamente las actividades y cuando se las completa el jefe indica que existe un error, cosa que no sabemos en qué nos equivocamos y debemos repetir el mismo trabajo varias veces.
T5:	Sí, pero a veces los dueños de la empresa no coordinan en qué actividades debemos realizar específicamente y terminamos haciendo cosas que no están dentro de nuestro contrato.
T6:	Es una empresa pequeña, referente a la comunicación para todos no es tan adecuada.
T7:	Por supuesto, siempre comunican cualquier novedad dentro de la empresa.
T8:	Si son adecuadas las formas de comunicación dentro de la organización.
T9:	No, hay ciertas falencias en la comunicación entre áreas.
T10:	Si tiene formas adecuadas de comunicación.
d) Existe un buen clima laboral en la empresa donde usted labora.	
T1:	Pues, no tengo muchos conflictos con mis compañeros, nos llevamos bien.
T2:	No, porque no existe una buena relación con los supervisores.
T3:	50/50 a veces hay compañeros de trabajo que a veces por rumores generan un clima tenso dentro de la empresa.
T4:	Sí, aunque a veces hay conflictos entre los supervisores y jefes porque no se ponen de acuerdo en qué hacer por lo que generan un poco de tensión y estrés.
T5:	Más o menos, no todos los compañeros se llevan bien porque pertenecen a diferentes grupos de amistades de los dueños de la empresa entonces hay un poco de preferencia.
T6:	A mi parecer sí, ya que la empresa cumple con lo establecido y nos cuida en las labores
T7:	Podría decir que, si hay un buen ambiente laboral, ya que nos dan varios beneficios

T8:	En ciertas situaciones no, hay un ambiente un poco tenso
T9:	A mi parecer no hay un buen clima laboral por ciertas actitudes de mi jefatura que no me parecen correctas
T10:	Si había un clima laboral

Soporte y Apoyo

e) Si se detecta algún tipo de discriminación o acoso en el trabajo, se aplican las sanciones pertinentes.	
T1:	Sí, aunque muchas veces cuando existe algún tipo de acoso no siempre se lo comunica por temor a que se tome alguna represalia.
T2:	En realidad, me da un poco de temor levantar un tipo de queja al departamento porque siento que me pueden despedir o tratar de chismosa entonces ese tipo de conflictos prefiero resolverlos independientemente.
T3:	No ha ocurrido, pero creo que sí porque cuando hubo la intención de ocurrir, se logró frenar a tiempo la situación y no hubo discriminación ni maltrato, son abiertos a escuchar los problemas que se susciten.
T4:	No se ha escuchado de algún tipo de discriminación por ahora.
T5:	No he escuchado de alguna, pero si lo haría no creo que lo mencionaría porque me da un poco de temor perder mi puesto de trabajo.
T6:	Si se detecta o se da aviso claro que sí.
T7:	Claro que sí, son muy estrictos en ese aspecto.
T8:	Si se aplican las debidas reglas dentro de la empresa para este tipo de situaciones.
T9:	Si se toman las acciones correctivas sobre este tipo de incidentes.
T10:	Si se aplican las sanciones.
f) En el trabajo realizan capacitaciones y/o entrenamientos sobre la prevención de riesgos psicosociales.	
T1:	Sí, pero de todas las actividades que se deben realizar en la empresa aparte hay que realizar cuestionarios asincrónicos que en realidad no aportan en el conocimiento sino

	que más bien saturan al trabajador ya que hay que dejar de hacer las actividades para empezar otra
T2:	No, es más, ese término lo vine a conocer por la universidad. Uno ingresa a trabajar y solo sabes que eres un trabajador más.
T3:	Sí se las realiza, pero no tan frecuente, de hecho, el año pasado hubo una charla, pero no recuerdo claramente a lo que se referían, no lo logré comprender.
T4:	No, en realidad desconocemos de qué se trata el término.
T5:	En realidad, no. No he escuchado sobre ese término y desconozco de qué se trata.
T6:	No tenemos capacitaciones constantes, al ingresar nos dieron una breve explicación.
T7:	Respecto a este tema casi no dan charlas.
T8:	No, por lo general realizan capacitaciones de otros temas.
T9:	No, no hay ningún tipo de capacitación sobre estos temas.
T10:	No realizaban capacitaciones.
g) Todos los días siente que ha descansado lo suficiente y posee la energía para iniciar su trabajo en las diferentes actividades diarias.	
T1:	No, porque en mi tiempo de descanso el jefe inmediato me llama para cumplir con alguna actividad y no me siento con las energías para continuar con la productividad necesaria.
T2:	Más es el agotamiento mental que otra vez te toca estar en un trabajo que no te valoran, o sea se puede descansar físicamente, pero es agotador mentalmente que tu trabajo no te valora y pensar otra vez en que debo vender productos no tan buenos para el cliente.
T3:	En realidad, no tanto porque aparte de ser trabajador, estudio y por ende no me acuesto a la hora apropiada para descansar.
T4:	No siempre, porque no tenemos mucho tiempo de descanso y a veces ocupan nuestro tiempo libre para atender a los clientes o realizar algún tipo de actividad para la empresa.
T5:	Más o menos, a veces me siento agotado por el número de actividades que debemos realizar aparte de las que ya nos asignan y porque en mis horas de descanso se debe completar cierta información.

T6:	Hay días más duros que otros, pero siento que he descansado lo suficiente.
T7:	Sí siento haber descansado lo suficiente para mi jornada laboral al siguiente día.
T8:	Sí, me siento con las fuerzas necesarias para una nueva jornada de trabajo.
T9:	Por cuestiones personales a veces no siento que he descansado lo suficiente.
T10:	Si cuento con la suficiente energía para realizar mis actividades.
h) En la empresa se respetan las limitaciones y condiciones de las personas con discapacidad.	
T1:	Sí, siempre y cuando sean socializadas con el resto de los trabajadores las condiciones de ese trabajador. Pero al desconocerlo pues existen burlas por no poder realizar las actividades bien.
T2:	Eso sí, porque yo conocí a varias personas con discapacidad que trabajaban sus horas normales, no trabajamos sábados y domingos ni feriados y respetaban sus beneficios de ley.
T3:	Sí, por supuesto al menos ahorita sí trabajamos con una persona con capacidades especiales y no existe ningún tipo de descremación.
T4:	No hay personas con discapacidad laborando en la empresa o al menos no conocemos.
T5:	No hay personas con discapacidad laborando en esta empresa.
T6:	A cabalidad.
T7:	Complemente de acuerdo.
T8:	Si se respetan las condiciones y beneficios de las personas con discapacidad.
T9:	Si se respetan las limitaciones de personas con condiciones especiales.
T10:	Si tienen el respeto de las personas y tienen políticas.
i) En el trabajo tienen opción para crecer profesionalmente.	
T1:	No, no se brinda el apoyo necesario para crecer profesionalmente.

T2:	No, para nada. En realidad, solo estoy allí para adquirir la experiencia porque incluso ya me han mencionado que debo trabajar las 8 horas, pero sin opción a estudiar y no siento que se preocupen por mi superación académica y profesional.
T3:	Pues no en todos los puestos, ya que en las diferentes áreas tienen limitaciones para que el trabajador tenga esa oportunidad de crecimiento, así tú te estés superando académicamente no escalas, ya que influye mucho el parentesco o las amistades dentro de la empresa.
T4:	No, solo si eres amigo o familiar de los dueños.
T5:	Mmm, solo si existe algún tipo de parentesco o si le agradas a los dueños de la empresa.
T6:	No hay muchas oportunidades ya que la empresa no permite un mayor crecimiento.
T7:	Si en función del tiempo en la organización y como te desarrolles.
T8:	En el tiempo en la empresa no ha habido muchas opciones para poder crecer profesionalmente.
T9:	Casi no hay este tipo de opciones por la misma estructura de la empresa.
T10:	Si existe las posibilidades de crecimiento.

Acoso Laboral

j) En el trabajo se siente libre de conflictos estresantes, rumores maliciosos o calumniosos sobre mi persona.	
T1:	A veces sí hay momentos en que los trabajadores que cuentan con rangos superiores creen que pueden manejar las cosas como ellos quieren y eso hace sentir un poco de frustración.
T2:	No, en realidad con una supervisora tuve un inconveniente por rumores mal infundados donde indicaba que yo estaba relacionada sentimentalmente con el jefe, por lo que me estaba sabotando la entrega del cuadro de caja hasta que otra compañera que estaba en mí misma caja hizo las cuentas y estaba todo cuadrado, sentí que hubo boicot hacia mí.
T3:	En realidad, ese es un diario vivir, todos los días uno se encuentra con rumores o chismes que a veces se controlan, pero cuando suelen llegar a oídos de directiva pues ocasionan conflictos y en casos extremos el despido.

T4:	A veces hay algún otro que otro rumor, pero no me he sentido amenazado ni cuestionado.
T5:	Pues, la verdad es que a veces sí existen ciertos rumores, pero trato de no involucrarme mucho en esos tipos de temas por el tipo de preferencias que existen.
T6:	Por el giro del trabajo si hay ciertos roces, pero de forma general todos tratamos de llevarnos bien
T7:	En su gran mayoría podría decir que si, pero siempre existen ciertos grupos que les gusta los rumores o el chisme
T8:	No está libre del todo la organización sobre este tipo de problemas en especial los rumores maliciosos.
T9:	No, no me siento libre de este tipo de cosas
T10:	No, como en todos lados hay personas que imponen malestar en la empresa
k) La empresa está libre de acoso sexual.	
T1:	Sí, pues no se ha escuchado y nunca he sufrido de tensión por esos temas.
T2:	Sí, aunque algunas veces siento ciertas miradas extrañas de parte de mi jefe superior pero no ha llegado a contacto físico ni agresión verbal. Me indica cosas absurdas como tema de conversación conmigo.
T3:	Sí, hasta el momento no se ha escuchado ni he vivido algún tipo de acoso sexual.
T4:	Sí, en eso no tengo nada malo qué decir.
T5:	La verdad no se ha escuchado dentro de la empresa que alguien se haya quejado por algún acto inapropiado entre compañeros ni jefes.
T6:	Si, totalmente
T7:	Por supuesto
T8:	Si está libre de acoso sexual dentro de la empresa
T9:	Si, la empresa está libre del acoso laboral
T10:	Considero que sí, ya que no se ha visto o escuchado algo sobre este tema con ningún compañero o compañera.

P.5 ¿Qué sugerirían para prevenir los riesgos psicosociales dentro de la PYME donde trabaja?

T1:	Pues que la Directiva o los encargados de los trabajadores se informen de cómo gestionar la empresa y se preocupen por el bienestar de los trabajadores.
T2:	Que escojan una persona que se interesa por el tema y el beneficio de los trabajadores ya que, si no existe ese interés, seguirá la misma situación sin resolver.
T3:	Pues esto es un tema ya cultural por lo que se debería hacer énfasis en los temas de acoso laboral, ya que los rumores malintencionados generan un mal clima laboral y desánimo, quizás capacitaciones para preparar al personal de que se mantenga alejado de ese tipo de acciones.
T4:	Pues sugeriría que se realicen capacitaciones a los directivos para que puedan organizar mejor la empresa, mejorar la comunicación y facilitar el trabajo, ya que lo adecuado sería que todos podamos estar en paz y laborar bien.
T5:	Pues que se brinde más información sobre estos temas que uno en realidad desconoce y que los jefes también brindan un poco más de confianza y apoyo para mencionar algo en que no estemos de acuerdo o que esté perjudicando dentro de la empresa.
T6:	Que haya capacitaciones de formas continuas para todos dentro de la empresa o algún espacio para poder expresarnos sin temor a represalias.
T7:	Sugiero que haya más capacitación al respecto de estos temas, conocer sobre ellos es importante para nuestra salud dentro de la empresa.
T8:	Mayor intervención por partes de las cabezas de la empresa en pro del bienestar de nosotros como colaboradores, conocer de estos temas es importante para todos
T9:	Ninguna
T10:	Un mayor involucramiento de todos para mejorar procesos y varios temas que nos afectan desde carga laboral, relaciones con superiores etc. Partiendo desde las jefaturas se debe informar a todos sobre estos temas.

3.7.3.1. Análisis de Resultados del Grupo de Enfoque.

En la presente intervención se contó con la participación de 10 representantes de los trabajadores, cinco hombres y cinco mujeres, con varios años de experiencia laboral, quienes en su mayoría cumplen con las 40 horas laborales, a pesar de que hubo algunos que indicaron trabajar 20 horas y más de 40 horas semanales. En los resultados de la evaluación de las condiciones laborales que tienen los trabajadores en las PYMES se identificó que acorde a los factores existen diferentes factores que los altos mandos no están considerando importantes en el desarrollo de las actividades de sus trabajadores.

En lo que respecta al factor carga y ritmo de trabajo. - acorde a la información recabada en el grupo focal, los participantes muestran cierto malestar referente a su jornada laboral debido a que en algunos casos no suelen reconocer sus horas adicionales o horas extras, adicionalmente indican que deben laborar fines de semana a pesar de que en su contrato no estipulaba aquello. También comentaban que tiene un exceso de trabajo ya que sus horas de trabajo no son suficientes para todo lo que les asignan, llevando parte de su trabajo a la casa lo cual les merma el tiempo para realizar actividades personales y familiares. Con esto se puede establecer un alto riesgo psicosocial en estas empresas debido al poco interés que tienen al bienestar de sus trabajadores y de su desempeño dentro de la organización.

Relacionado al factor de organización en el trabajo, lo indicado por los participantes sobre si la comunicación dentro de sus empresas es correcta, varios mencionaron el malestar que les ocasiona la inexistencia de una buena comunicación entre sus jefes inmediatos o con otras áreas dentro de la organización, de igual manera indican que la empresa no suele comunicar claramente puntos importantes para ellos y sus labores. Muchas veces entre las mismas jefaturas hay una gran falta de comunicación, lo que complica el trabajo que deben realizar los colaboradores.

Al hablar sobre clima laboral existe cierta duda al responder sobre este tema, varios son rotundos al indicar que no hay un buen clima laboral, en cambio otros indican que en ciertos casos presentan malestar con rumores que se generan entre los mismos colaboradores. Por lo mencionado por los participantes se evidencia una fuerte falta de organización en lo que respecta a comunicación y al bienestar de los colaboradores dentro del clima laboral.

Los participantes fueron muy expresivos referente a al factor de soporte y apoyo, al consultar acerca de si la empresa sancionaría algún tipo de acoso o discriminación, la mayoría indicó que sí se cumple este aspecto dentro de la organización o al menos ellos considerarían

que así lo harían. Por el contrario, al consultar sobre si se realizan capacitaciones sobre temas relacionados a la prevención de riesgos psicosociales en su totalidad indicaron que sobre estos temas no hay casi ningún tipo de capacitación al respecto, algunos mencionaron que brevemente al ingresar a la organización, pero muy superficialmente, esto nos da una clara idea sobre el poco interés que hay en las empresas acerca de informar a su personal sobre riesgos a los cuales podrían estar expuestos.

También se pudo conocer que muchos sienten que tienen una carga laboral muy fuerte ya que no sienten que han descansado lo suficiente, esto debido a que en horarios fuera de su jornada laboral los llaman para consultar o pedir algún trabajo extra y por el contrario otros mencionaron que sí tienen el descanso suficiente esto en general puede variar dependiendo del cargo y de cómo esté organizada la empresa. Analizando estos puntos se evidencia una grave falta de interés sobre temas de prevención de riesgos psicosociales en las empresas lo cual podría afectar a los colaboradores al igual que la sobrecarga de trabajo.

Como último factor a considerar está el acoso laboral en el cual a los participantes se les consultó si se sienten libres de rumores o conflictos estresantes dentro de la empresa a lo cual que en su mayoría mencionaron no tener mayor problema y como en toda empresa y lugar siempre existen rumores de ciertas personas pero no influye en mayor medida con su trabajo diario, la relaciones entre compañeros es de carácter laboral, entre ellos con pocas personas crean vínculos de amistad, indicaron que prefieren evitar cualquier tipo de rumor que se genere para así no causar un mal ambiente.

Se consultó referente al acoso sexual e indicaron que no ha no existe o no han conocido sobre ningún tipo de acoso dentro de sus empresas por lo que consideran que no existe este tipo de problemas, referente a sus respuestas ellos tratan de evitar conflictos u ocasionar algún tipo de malestar entre sus compañeros, muchas veces el acoso sexual no es tan visible por lo cual se debe tener cuidado con estos temas muy delicados, debe haber un espacio dentro de las empresas para que las personas se sientan seguras de poder denunciar anónimamente en caso de existir inconformidades sin temor a perder su empleo o represalias. Sin embargo, recomiendan que los empleadores, representantes legales y el personal encargado del talento humano de las empresas tomen en consideración la opción de educarse sobre cómo gestionar y aprender a comunicarse dentro de la empresa para mejorar la calidad de vida dentro de la misma y con los que lo rodea.

3.7.4. Presentación de resultados

Una vez analizado de los instrumentos utilizados en la presente investigación como resultado se obtuvo que los riesgos psicosociales impactan de forma negativa en las PYMES debido a que existe una deficiente gestión en cuanto a organización, comunicación y prevención de riesgos psicosociales en los que se perjudican desde los directivos de altos mandos y medios hasta a los trabajadores y la sociedad en general, ya que todos los aspectos relacionados en salud mental tiene su influencia por factores internos y externos de la empresa. Según los factores que fueron evaluados, los riesgos psicosociales que deben ser atendidos principalmente son el estrés, burnout y mobbing, ya que tienen una mayor repercusión dentro de las empresas.

En los resultados de la encuesta se evidenció que existe un mayor porcentaje de empleadores, representantes legales y administrativos encargados del talento humano en la empresa que desconoce y/o hacen caso omiso sobre realizar los programas de prevención de riesgos psicosociales a pesar de contar con información en los sitios webs del Ministerio de Trabajo, esta información no está llegando a los líderes de forma legible y comprensible por lo que coincidentemente no están realizando las gestiones adecuadas que logren prevenir los riesgos psicosociales dentro de las empresas, con la opinión de algunos representantes de los trabajadores se logró comprender que en realidad existe un problema de gestión que debe ser solucionado desde la parte administrativa, ya que ellos no sienten que se estén respetando sus derechos y beneficios, causándoles una insatisfacción laboral a los trabajadores por la falta de apoyo y de organización de los altos y medios mandos.

Para lograr ese cambio que requieren las PYMES, de la investigación se extrajo que los empleadores, representantes legales y administrativos de Talento Humano se sensibilicen con una campaña social para la prevención de riesgos psicosociales a través de la educación, concientización y fomento de la cultura de prevención que permita generar ese conocimiento o esa actualización de cómo gestionar apropiadamente los riesgos psicosociales dentro de la empresa usando medios de comunicación accesibles y asequibles como redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), aplicaciones para reuniones (Google Meet y Zoom) y de mensajería (WhatsApp) con la finalidad de proporcionar información relevante al grupo en mención.

3.7.4.1. Conclusiones de la Investigación.

- Las empresas deben mejorar la gestión y proyectar un entorno social y psicosocial positivo.
- Establecer lineamientos de liderazgo para mejorar la toma de decisiones.
- Realizar un mayor énfasis a la salud mental de todos quienes conforman la empresa para evitar enfermedades en las personas que padezcan algún tipo de riesgo psicosocial.
- Concientizar que aplicar los programas de riesgos psicosociales no solo se deben basar en el cumplimiento de obligatoriedad pública sino también para el bienestar de la sociedad.
- Los temas que se podrían tomar en consideración para una campaña social para la prevención en riesgos psicosociales, según las problemáticas abordadas deben ser relacionados a: Prevención de riesgos psicosociales, comunicación asertiva y activa, contratación de asesoramiento con especialistas en riesgos psicosociales, carga horaria, liderazgo, formas de evitar el estrés, planes de concientización para mitigar los riesgos psicosociales, planes de sensibilización sobre los riesgos psicosociales.
- Fomentar de manera precisa y legible la información entregada por el Ministerio de Trabajo sobre el cumplimiento del programa de riesgos psicosociales.
- Usar grupos de WhatsApp o Telegram para repositorios como biblioteca virtual.
- Campañas de concientización para la prevención de riesgos psicosociales, que eduquen al empleador para mitigar estos riesgos que afectan dentro de la empresa.

Capítulo IV Propuesta

4.1. Título de la Propuesta

Campaña de Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

4.2. Flujo de la Propuesta de Marketing Social

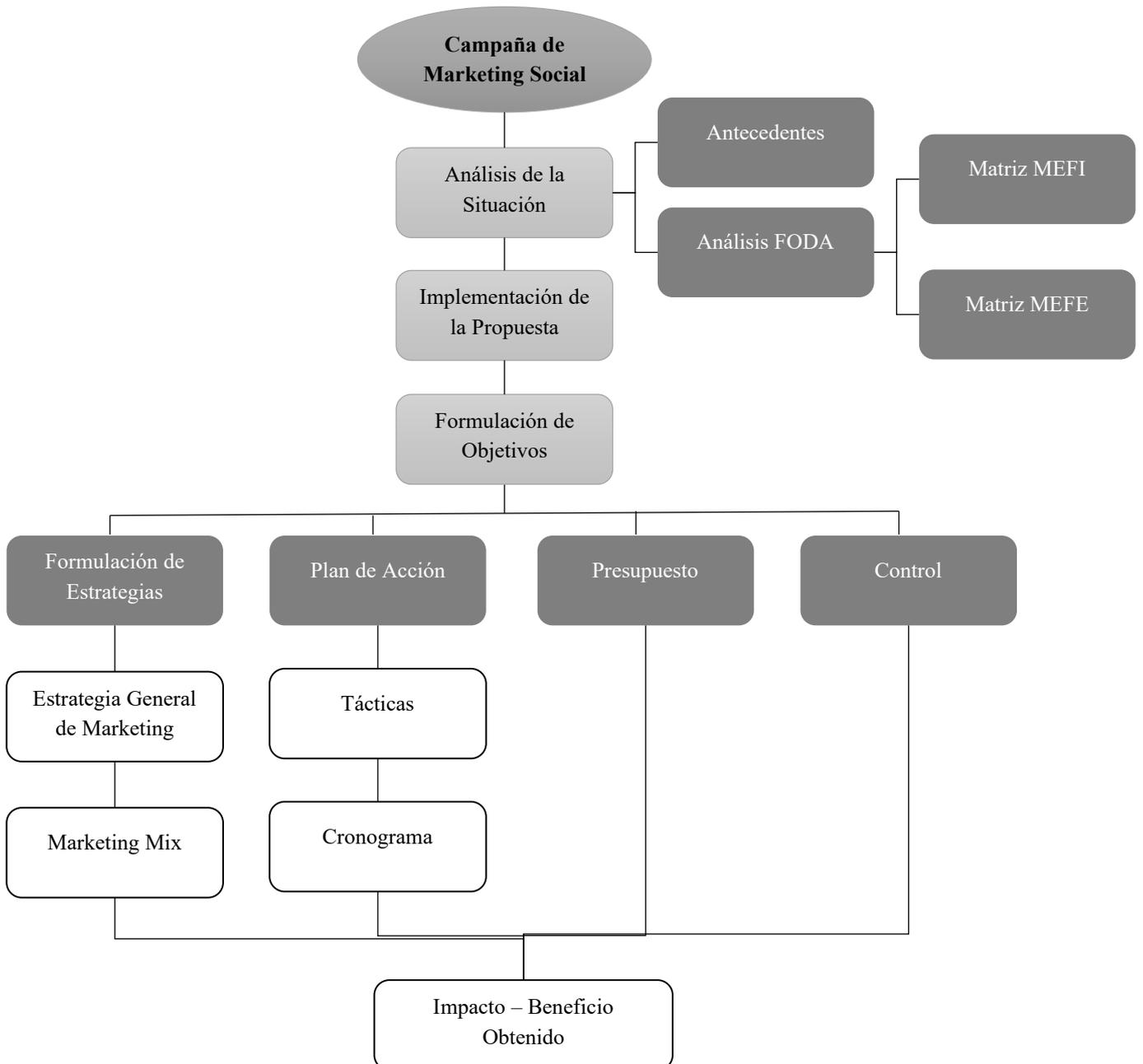


Figura 21 Flujo de Propuesta
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3. Análisis de la Situación

4.3.1. Antecedentes

Con base a la investigación teórica y de campo realizada en la presente investigación, en la cual se menciona las estrategias a usar para establecer una campaña de Marketing Social y en la investigación de campo se hace mención del uso de los medios digitales por parte de los empleadores de las PYMES como método idóneo para recibir información sobre la prevención de los riesgos psicosociales. Se propuso realizar una campaña de marketing social como estrategia de tipo *Educativa*, usando los medios digitales como medio de información, por lo que permitirá a los empleadores verificar y obtener contenido sobre qué, cómo y para qué se deben implementar programas de riesgos psicosociales dentro de las PYMES.

Cabe mencionar que la presente propuesta está basada y se soporta en los datos obtenidos por la entrevista a expertos, la encuesta a empleadores y el grupo de enfoque a trabajadores, donde se hace énfasis en que los empleadores que vienen siendo el grupo objetivo directo quienes requieren del conocimiento sobre la prevención de los riesgos psicosociales, además de los stakeholders que forman parte del grupo objetivo indirecto también deben estar informados sobre la prevención; por lo tanto, a través de la difusión de información relevante se pretende mitigar y contrarrestar los daños causados por los riesgos psicosociales.

En primer lugar, debido al desconocimiento por parte de los empleadores sobre la importancia de prevención, añadiendo las condiciones medio ambientales, de salud y económicas por los que atraviesan las PYMES y la sociedad en general, no se han podido llevar a cabo gestiones adecuadas para la prevención de riesgos laborales, en el presente estudio se pudo identificar que el 58,37% de los encuestados desconocen sobre los programas para la prevención de riesgos psicosociales, por lo que influyen negativamente en la gestión empresarial y salud mental de todos quienes la conforman. Por ello, el propósito de la campaña consiste en sensibilizar y concientizar a través de una campaña de marketing social educativa mejorar la calidad de vida y el clima laboral dentro de las PYMES, ya que, si no se gestionan adecuadamente los riesgos psicosociales, más adelante se pueden tener repercusiones físicas mucho más graves.

4.3.1.1. Segmentación

El segmento principal a quien está dirigida esta propuesta se trata a las 331 Empresas Actividad De Comercio – Grupo G a quienes se realizó la investigación.

La cual se subcategoriza a diferentes tipos de beneficiarios:

Directos. - empleadores, representantes legales y administrativos encargados del talento humano en las PYMES de la Ciudad de Guayaquil.

Indirectos. - población trabajadora, expertos en seguridad y salud en el trabajo, sociedad en general perteneciente a la actividad económica activa.

4.3.2. Análisis FODA

La matriz de análisis FODA proporciona insumos suficientes para la implantación de acciones y medidas correctivas para la campaña de marketing social de prevención de riesgos psicosociales. El motivo de realizar la presente matriz es ajustar las fortalezas que se tiene para la elaboración de la campaña con oportunidades atractivas en el entorno, considerando las influencias del ámbito interno y externo ya que estos pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de los objetivos.

A continuación, se presenta la matriz del análisis FODA de la campaña para la prevención de riesgos psicosociales:

Tabla 37 *Matriz FODA*

FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1 Incremento de estrés y acoso laboral en las PYMES.	A1 Condiciones sanitarias y medioambientales desfavorables.
O2 Deficiente gestión de prevención de riesgos psicosociales y de la seguridad y salud en el trabajo por parte de los empleadores.	A2 Falta de concienciación sobre prevención de riesgos psicosociales a nivel de sociedad.
O3 Alto uso de medios digitales de la sociedad.	A3 Sanciones no controladas por el Ministerio de Trabajo.
O4 Explorar las plataformas digitales y aplicaciones gratuitas para difundir información relevante.	A4 Limitada disposición de tiempo.
O5 Pocas campañas en trabajo social enfocadas a la prevención de riesgos psicosociales.	A5 Uso inadecuado de los recursos tecnológicos.
O6 Apoyo de los profesionales expertos en seguridad y salud en el trabajo y stakeholders.	
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1 Capacidades intelectuales y gran potencial para elaborar la campaña social.	D1 Desconocimiento sobre la evaluación y control de riesgos psicosociales.
F2 Promueve una salud mental favorable.	D2 No se logran identificar con claridad los problemas mentales.
F3 Fomenta la cultura de prevención en la sociedad.	D3 Escasas formas de colaboración influenciadores para campañas sociales.
F4 Posee información legislativa, guías y manuales sobre los programas para la prevención de riesgos psicosociales al alcance.	D4 Ausencia de un equipo de diseñadores.
F5 Genera bienestar social y empresarial.	
F6 Aceptación del público objetivo que promueve la participación en campañas sociales de prevención.	
F7 No se requiere de recursos económicos elevados.	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.2.1. Análisis de la Matriz FODA.

Pese a que el mercado potencial existente para realizar la campaña social es amplio, las debilidades internas son pocas, pero importantes, debido a que principalmente existe un desconocimiento médico y profesional sobre la evaluación de los riesgos psicosociales y su forma de controlarlo. Las amenazas externas son muy considerables debido a la influencia que existe entre la legislación y la sociedad en general para llevar a cabo la campaña. Se recomienda implementar una estrategia general de marketing enfocada en mostrar las razones y beneficios de realizar y participar en la campaña de prevención.

La valoración de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se las debe cuantificar mediante la elaboración de otra matriz que combina los resultados del análisis FODA, las cuales son: matriz de factores internos (MEFI) y la matriz de factores externos (MEFE), el cual aportará a determinar cuáles serán las estrategias utilizando las matrices, así lo explican (Kotler & Keller, 2012) los cuales indican que “Una cosa es encontrar oportunidades atractivas, y otra tener la capacidad de sacar provecho de ellas. Cada negocio debe evaluar sus fortalezas y debilidades internas” (p. 49). Como prioridad las estrategias deben focalizar cuáles son esas oportunidades y fortalezas para que sean aprovechadas mediante acciones y tácticas de marketing que aseguren esa propuesta de valor y brindan el beneficio esperado.

4.3.2.1.1. Matriz MEFI.

Para la valoración de la Matriz MEFI, se considera los siguientes aspectos:

Evaluación de resultados. - Si $VP > 2,50$ significa “empresa sólida internamente”, Si $VP < 2,50$ significa “empresa débil internamente”

Clasificación. - 1 la empresa es totalmente débil internamente - 4 la empresa es totalmente sólida internamente.

Esta valoración se la realizó acorde a la información bibliográfica y de campo para su respectivo análisis. A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores internos MEFI de la campaña para la prevención de riesgos psicosociales:

Tabla 38 *Análisis Matriz de Evaluación de Factor Interno (MEFI)*

FACTORES INTERNOS CLAVES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO (VP)
ITEM	FORTALEZAS			
F1	Capacidades intelectuales y gran potencial para elaborar la campaña social.	15%	4	0,60
F2	Promueve una salud mental favorable.	10%	4	0,40
F3	Fomenta la cultura de prevención en la sociedad.	10%	3	0,30
F4	Posee información legislativa, guías y manuales sobre los programas para la prevención de riesgos psicosociales al alcance.	10%	3	0,30
F5	Genera bienestar social y empresarial.	5%	3	0,15
F6	Aceptación del público objetivo que promueve la participación en campañas sociales de prevención.	5%	3	0,15
F7	No se requiere de recursos económicos elevados.	10%	4	0,40
ITEM	DEBILIDADES			
D1	Desconocimiento sobre la evaluación y control de riesgos psicosociales.	10%	1	0,10
D2	No se logran identificar con claridad los problemas mentales.	15%	1	0,15
D3	Escasas formas de colaboración influenciadores para campañas sociales.	5%	2	0,10
D4	Ausencia de un equipo de diseñadores.	5%	3	0,15
		100%		2,80

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Considerando que el VP obtenido fue de 2,80 el cual es $> 2,50$ que significa “sólida internamente”, el análisis refleja que el factor interno tiene varios campos que se deben aprender a explotar, con la finalidad de desarrollar una campaña que logre cumplir los objetivos esperados.

Recomendaciones: es necesario implementar la estrategia integral de *marketing social en la salud* la cual se basa en el desarrollo de las 4P's del marketing mix utilizando la planeación, ejecución y comunicación educativa como herramientas estratégicas para promover los programas de riesgos psicosociales, la salud mental y fomentar la cultura de prevención.

4.3.2.1.2. Matriz MEFE.

Para la valoración de la Matriz MEFE, se considera los siguientes aspectos:

Evaluación de resultados. - Si $VP > 2,50$ significa “la empresa responde bien a las oportunidades y amenazas”, Si $VP < 2,50$ significa “la empresa no está aprovechando las oportunidades y las amenazas pueden hacer mucho daño”

Clasificación. - 1 Las estrategias de la empresa no aprovechan las oportunidades ni evitan las amenazas externas - 4 Las estrategias de la empresa aprovechan en forma eficaz las oportunidades existentes y reducen al mínimo los efectos adversos potenciales de las amenazas externas.

Esta valoración se la realizó acorde a la información obtenida de la bibliografía y de campo para su respectivo análisis. A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores internos MEFE de la campaña para la prevención de riesgos psicosociales.

Tabla 39 *Análisis Matriz de Evaluación de Factor Externo (MEFE)*

FACTORES EXTERNOS CLAVES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR
ITEM	OPORTUNIDADES			PONDERADO (VP)
O1	Incremento de estrés y acoso laboral en las PYMES.	10%	3	0,30
O2	Deficiente gestión de prevención de riesgos psicosociales y de la seguridad y salud en el trabajo por parte de los empleadores.	10%	4	0,40
O3	Alto uso de medios digitales de la sociedad.	15%	3	0,45
O4	Explorar las plataformas digitales y aplicaciones gratuitas para difundir información relevante.	10%	3	0,30
O5	Pocas campañas en trabajo social enfocadas a la prevención de riesgos psicosociales.	10%	4	0,40
O6	Apoyo de los profesionales expertos en seguridad y salud en el trabajo y stakeholders.	5%	3	0,15
ITEM				
AMENAZAS				
A1	Condiciones sanitarias y medioambientales desfavorables.	5%	1	0,05
A2	Falta de concienciación sobre prevención de riesgos psicosociales a nivel de sociedad.	10%	2	0,20
A3	Sanciones no controladas por el Ministerio de Trabajo.	5%	1	0,05
A4	Limitada disposición de tiempo.	10%	1	0,10
A5	Uso inadecuado de los recursos tecnológicos.	10%	2	0,20
		100%		2,60

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Considerando que el VP obtenido fue de 2,60 el cual es $> 2,50$ cuyo significado es “responde bien a las oportunidades y amenazas”, el resultado refleja que el factor externo tiene varios campos que se deben aprender aprovechar, ya que gracias a aquello la campaña de prevención de riesgos psicosociales puede fortalecer sus actividades.

Recomendaciones: se debe diseñar una *estrategia de cambio* del área *educativa* orientado en la salud mental, integrando los medios digitales para comunicar mensajes que sensibilicen y concienticen al público objetivo. La propuesta de valor de la campaña debe asegurarse que sea entregada de forma clara y directa para garantizar una respuesta positiva por parte del segmento del mercado beneficiado.

4.3.2.1.3. Matriz MAFE.

Con los resultados obtenidos mediante las matrices de análisis se plantea la Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE), la cual se deriva de la Matriz FODA para seleccionar la estrategia de marketing y sus respectivas estrategias específicas que serán parte de la combinación de las principales variables del Marketing Mix apropiadas para la campaña.

A continuación, se presenta la Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE):

Tabla 40 Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE)

		FACTORES INTERNOS			
		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
MAFE del Análisis FODA		F1	Capacidades intelectuales y gran potencial para elaborar la campaña social.	D1	Desconocimiento sobre la evaluación y control de riesgos psicosociales.
		F2	Promueve una salud mental favorable.	D2	No se logran identificar con claridad los problemas mentales.
		F3	Fomenta la cultura de prevención en la sociedad.	D3	Escasas formas de colaboración influenciadores para campañas sociales.
		F4	Posee información legislativa, guías y manuales sobre los programas para la prevención de riesgos psicosociales al alcance.	D4	Ausencia de un equipo de diseñadores.
		F5	Genera bienestar social y empresarial.		
		F6	Aceptación del público objetivo que promueve la participación en campañas sociales de prevención.		
		F7	No se requiere de recursos económicos elevados.		
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	FO o MAXI - MAXI		DO o MINI - MAXI	
	O1	Incremento de estrés y acoso laboral en las PYMES.	F2,F3,F4,F6,F7 + O3,O4: Estrategia de Marketing social en la salud para la comunicación usando recursos digitales para la promoción de hábitos y comportamiento.	D1,D2,D3,D4 + O1,O2,O3,O4,O5,O6: Realizar capacitaciones y asistencia virtual.	
	O2	Deficiente gestión de prevención de riesgos psicosociales y de la seguridad y salud en el trabajo por parte de los empleadores.			
	O3	Alto uso de medios digitales de la sociedad.			
	O4	Explorar las plataformas digitales y aplicaciones gratuitas para difundir información relevante.			
	O5	Pocas campañas en trabajo social enfocadas a la prevención de riesgos psicosociales.			
	O6	Apoyo de los profesionales expertos en seguridad y salud en el trabajo y stakeholders.			
	AMENAZAS	FA o MAXI - MINI		DA o MINI - MINI	
	A1	Condiciones sanitarias y medioambientales desfavorables.	F1,F2,F3,F4,F5,F6,F7 + A1,A2,A3,A4,A5: Realizar capacitaciones y/o charlas.	D1,D2,D3,D4 + A1,A2,A3,A4,A5: Diseñar propuesta aplicable a campaña preventiva educativa.	
	A2	Falta de concienciación sobre prevención de riesgos psicosociales a nivel de sociedad.			
A3	Sanciones no controladas por el Ministerio de Trabajo.				
A4	Limitada disposición de tiempo.				
A5	Uso inadecuado de los recursos tecnológicos.				

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.2.1.4. *Selección de estrategias de Marketing Social*

Utilizando la herramienta de la Matriz FODA, la cual ayudó a realizar la Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE), conociendo previamente la situación actual con la información bibliográfica, la investigación de campo y el análisis de los factores internos y externos; se muestran las estrategias obtenidas las cuales se presentan en la propuesta:

- **Estrategia General de Marketing.** - acorde a los resultados obtenidos al aplicar la matriz de análisis FODA, se recomienda utilizar la *estrategia ofensiva* donde se pretende diseñar tácticas que logren aprovechar y/o explotar las oportunidades del mercado para la realización de la campaña, además de también reforzar las fortalezas internas. La estrategia general de marketing que se seleccionó es: estrategia básica de desarrollo, en la cual se involucra los beneficios de la campaña y así mismo servirá de apoyo para las acciones estratégicas y tácticas posteriores.
 - o **Estrategia básica de desarrollo: Estrategia de enfoque o alta segmentación.** - la estrategia se basa en ofrecer soluciones a las necesidades de un segmento de mercado específico, en este caso la campaña está dirigida a quienes conforman las pequeñas y medianas empresas, sin pretender abarcar con la totalidad del mercado Guayas – Guayaquil. El objetivo es disminuir los problemas de riesgos psicosociales, mediante la diferenciación o por el liderazgo en costos y/o las dos en simultáneo, pero solo dirigido al mercado objetivo. Dentro del segmento de mercado seleccionado que es: PYMES cuyo acrónimo define a las pequeñas y medianas empresas de Guayaquil; para generar el enfoque de la campaña, que está en sus inicios dentro del mercado, se tiene por objeto incluir en la campaña los hallazgos que fueron mencionados en la investigación de mercado el cual aporte un beneficio a los involucrados.
 - **La ventaja competitiva de la campaña:** es el bajo costo que tendrá en el lanzamiento al mercado objetivo y el tiempo ajustable a las necesidades del beneficiario que tendrán para participar en ella.
 - **La propuesta de valor de la campaña:** además de la adaptabilidad en horarios que tiene la campaña, no demandará de recursos económicos para el beneficiario, por lo que se pretende es generar conocimiento y la disminución de riesgos psicosociales empezando por cada PYME en Guayaquil.

- **Estrategia de Cambio.** – para la estrategia de cambio las cuales ayudarán a cumplir los objetivos de la campaña en relación a brindar un bienestar social por parte de los agentes de cambio que se involucren en la implementación de la campaña, por el cual estará orientada al *Tipo de Estrategia: Educativa*, ya que puede intervenir el Estado, asociaciones, empresas privadas y/o líderes que se interesen en unirse a la campaña. Con esta estrategia se pretende concientizar al público de realizar lo correcto y a través de conocimientos brindados sobre la prevención de riesgos psicosociales lograr que tomen decisiones razonables una vez comprendiendo el qué, por qué y cómo realizar el cambio; permitiendo que adopten un mejor comportamiento.
- **Estrategia integral de marketing social en la salud.** - esta estrategia se utilizará basada en el desarrollo de las P's del marketing mix, con la finalidad de diseñar mensajes educativos, motivadores e informativos que permitan influir en el público para que incentivar a la mejora de la salud, para ello es clave la *Comunicación educativa en salud*, la cual permite que se transmita contenido para sensibilizar y concientizar sobre la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES, difundiendo la información principalmente a través de contenido: multimedia y por videoconferencia. Además, que es indispensable hacer conocer sobre la Responsabilidad Social Empresarial que deben incorporar las PYMES para inferir en el bienestar social,

4.3.3. Implementación de la Propuesta

El elemento fundamental para implementar la campaña social es que el *Agente de Cambio Social* esté capacitado y confíe en que su aporte talento humano y financiero sea imprescindible para el éxito de la misma, los agentes de cambio son los responsables e interesados en atender esta problemática social. Los involucrados en implementarlo serían aquellas personas naturales o jurídicas interesadas en este caso los profesionales de la seguridad y salud en el trabajo, técnicos en seguridad y salud ocupacional, empresa pública y/o privada dedica a la seguridad y salud en el trabajo y líderes de opinión con los recursos necesarios que estén interesados en fortalecer la responsabilidad social, para que unidos en esta causa social se prevengan los riesgos psicosociales en las pymes de la ciudad de Guayaquil quienes como beneficiarios y participantes están los empleadores, representantes legales y el personal encargado del talento humano dentro de la pyme.

Tabla 41 *Participantes de la Campaña Social*

Participantes	Descripción
Agentes de Cambio	Empresas, profesionales y líderes interesados en seguridad y salud en el trabajo para la prevención de riesgos psicosociales.

Beneficiarios	Directos: Empleadores, representantes legales y personal encargado del talento humano en las pymes. Indirectos: Trabajadores.
---------------	--

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.4. Formulación de Objetivos Estratégicos

Acorde a los resultados obtenidos en el Análisis FODA se consideró de manera importante fijar objetivos estratégicos que permitan establecer la estrategias y tácticas para la Campaña Social; por lo que se los detalla a continuación:

4.3.4.1. Objetivo estratégico General.

Proponer una campaña de Marketing Social para la prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

4.3.4.2. Objetivos estratégico específicos.

OE1: Incrementar los conocimientos sobre temas de prevención de riesgos psicosociales.

OE2: Establecer costos no monetarios.

OE3: Fortalecer acciones que enseñen el beneficio del cambio de conducta a través de los canales de comunicación digitales.

OE4: Promover acciones para la participación de los empleadores y la creación de apoyo.

OE5: Establecer procedimientos óptimos que permitan la difusión apropiada del mensaje.

4.3.5. Estrategias Integradas al Marketing Mix

Las estrategias de marketing son la combinación de herramientas, métodos y tácticas que se plantean para esta Campaña de Marketing Social orientada a la Prevención de Riesgos Psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, por lo que se espera alcanzar los objetivos propuestos, que a través de diferentes acciones se logre mejorar la conducta de los participantes al tomar prevención de los riesgos psicosociales, para lo cual se presentan estrategias a utilizarse en Desarrollo del Marketing Mix usando las 6 P's del Marketing Mix: producto, precio, plaza, promoción y procesos; las cuales aportarán para aplicar de forma coordinada las estrategias obtenidas de la matriz FODA, acciones estratégicas y tácticas para una campaña efectiva y organizada.

Tabla 42 Estrategias Integradas al Marketing Mix

	Objetivos Estratégicos		Estrategia		Acciones y Tácticas	
PRODUCTO	OE1	Incrementar los conocimientos sobre temas de prevención de riesgos psicosociales.	ES1:OE1	Desarrollo de identidad de campaña	A1:ES1:OE1	Crear isologotipo ajustado al nombre de la campaña.
			ES2:OE1	Estrategia básica de desarrollo	A2:ES2:OE1	Servicios de información gratuita en canales digitales.
PRECIO	OE2	Establecer costos no monetarios.	ES2:OE2			A1:ES2:OE2
PLAZA	OE3	Fortalecer acciones que enseñen el beneficio del cambio de conducta a través de los canales de comunicación digitales.	ES3:OE3	Estrategia de comunicación usando recursos digitales para la promoción de hábitos y comportamiento.	A1:ES3:OE3	Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.
					A2:ES3:OE3	Crear grupo en Facebook y WhtasApp para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales.
					A3:ES3:OE3	Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.
					T 1	Crear correo electrónico de Gmail para campaña.
					T 2	Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.
PROMOCIÓN	OE4	Promover acciones para la participación de los empleadores para la creación de apoyo.	ES4:OE4	Estrategia de cambio social con la creación de mensaje con tono educativo.	A1:ES4:OE4	Creación de mensaje
					A2:ES4:OE4	Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.
					T 1	Lanzamiento de campaña

					T2	Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.
					T2.1	Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: “Cuidémonos entre todos”
					A3:ES4:OE4	Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.
					T 1	Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.
					T2	Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.
PROCESOS	OE5	Establecer procedimientos óptimos que permitan la difusión apropiada del mensaje.	ES5:OE5	Procedimiento para adquirir los servicios de información gratuita en canales digitales.	A1:ES5:OE5	Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.
			ES6:OE5	Realizar alianzas estratégicas.	A2:ES6:OE5	Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.5.1. Producto Intangible.

El producto para la presente campaña está relacionado a la oferta conductual de cambio cuyo objetivo es para que sea aceptado y adoptado por el mercado objetivo que apoya el cambio, el cual cuenta con estos tres niveles:

Tabla 43 *Producto Intangible de campaña*

Producto	Características
Básico	Disminuir los factores de riesgos psicosociales inmersos en las PYMES.
Deseado	Brindar conocimiento sobre la importancia de los programas para la prevención de riesgos psicosociales.
Aumentado (valor)	Medios digitales de información para consultas gratuitas.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Idea-Eradicación de conducta: “Cuidémonos entre todos”

A1:ES1: OE1 Crear isologotipo ajustado al nombre de la campaña.

Marca de la Campaña: La campaña “Cuidémonos entre todos” debe presentar una marca distintiva dentro del mercado para proporcionar la información sobre prevención de riesgos psicosociales en las PYMES de la ciudad de Guayaquil; por lo tanto, se procedió a diseñar una marca cuyo nombre predominará en todas las tácticas relacionadas a la campaña. La cual será representada a través de un isologotipo que represente ese cambio y adopte el mensaje de apoyo y salud mental.

Tipografía: Gabriola

● #565656

● #365fA7

○ #ffffff



Figura 22 Isologotipo de campaña
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Con respecto a los colores, se considera utilizar el azul, blanco y gris, los cuales en la psicología de color tienen un significado que acompañan al isologotipo. (Ver Tabla 44)

Tabla 44 *Psicología de color*

Color	Significado	Uso
Azul - #365FA7	El color azul además de ser el color más preferido por hombres y mujeres está relacionado con la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza. Estos sentimientos que solo se acreditan con el tiempo y son basados en la reciprocidad. El color azul es declarado por muchos países el color de la paz.	Usarlo en el fondo del isologotipo es para representar esa confianza y simpatía al momento de promover la campaña con el mercado objetivo, infiriendo en su sensación de armonía y paz en participar.
Blanco - #FFFFFF	El color más perfecto, no tiene ningún significado negativo. Se lo asocia con la limpieza y la pureza. Es el preferido para los diseños técnicos porque refleja un estilo minimalista.	Principalmente se encuentra predominante en la imagen dentro del círculo, el cual requiere transmitir un mensaje gráfico que interprete la unión de las partes para cuidar la salud mental entre todos.
Gris - #565656	El color gris es el color de la reflexión.	El color gris se usa en las letras que se encuentran en el exterior debido a que se busca crear conciencia en la frase y además de contrastar con el azul y el blanco.
Azul – Gris - Blanco	El uso de estos tres colores juntos, se encuentran asociados con la inteligencia, la objetividad y la seguridad.	Combinación apta, debido a que es una campaña de marketing social educativa.

Fuente: (Heller, 2008)

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

En cuanto a la tipografía se considera usar solo un tipo de letra: *Gabriola* en el mensaje corto “Cuidémonos entre todos” con un tamaño de letra 160 pt. Esta tipografía fue considerada debido a su facilitación en la lectura, aspecto en tendencia y minimalista que le brinda al isologotipo.

A continuación, se muestra el isologotipo en su forma original y el uso alternativo que dependerá del fondo si es claro y/o oscuro en el que vaya a ser insertado por lo que puede ser modificado según estas dos opciones para ser usado en la campaña:



Figura 23 Isologotipo original
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)



Figura 24 Isologotipo de uso alternativo para fondos oscuros
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A2:ES2:OE1 Servicios de información gratuita en canales digitales.

Si bien es cierto, la información relacionada con prevención de riesgos psicosociales en cuanto a significados, programas, reglamentos y leyes relacionadas al tema, se los adquiere ingresando en el motor de búsqueda de Google, sin embargo según la investigación realizada no todo el mercado objetivo cuenta con la intención de búsqueda y aprendizaje autónomo; debido a eso, esta campaña lo que pretende es brindar información útil que permita a los empleadores específicamente acorde a los canales disponibles para la campaña que son los que mayor posicionamiento tienen en el mercado objetivo, tengan acceso gratuito a la información de manera rápida y sencilla.

Esta actividad sería realizada usando los canales propios para Información Directa e Indirecta. (Ver Tabla 45)

Tabla 45 *Servicios de Información*

¿Cómo recibirán información?		¿Quién proporcionará información?
Información Directa	Grupo de Facebook Grupo de WhatsApp Charlas Gratuitas	Agentes de cambio, técnicos en seguridad y salud ocupacional aliados a la campaña.
Información Indirecta	Contenido informativo educativo en Facebook e Instagram.	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.5.2. Precio

El costo personal para la aceptación del nuevo comportamiento que adapta el mercado objetivo a quién está dirigida la campaña en este caso es intangible. El precio está comprendido en el costo que tiene adoptar un nuevo comportamiento y actitud; sin embargo, a pesar de no ser tangible representa una gran importancia en el público objetivo, ya que está inmerso su tiempo y la energía por el esfuerzo que requiere alcanzar el cambio. Lo que se pretende con esta campaña es precautelar la salud física y mental de los participantes.

A1:ES2:OE2: Tipo de costo: Tiempo y Psicológico.

Los costos no monetarios que se encuentran asociados a la campaña social son de *Tiempo y Psicológico*, por lo que se detallan posibles casos que se consideran pertinentes recalcar. (Ver Tabla 46)

Tabla 46 *Tipo de costo de la campaña*

Tipo de Costo	Posibles casos
Tiempo	Asistencia del capacitador para acudir a los talleres. Asistencia del público objetivo para acudir a los talleres. Escribir mensajes para consultas. Esperar respuesta del mensaje.
Psicológico	Comprensión de nuevos términos asociados a la prevención de riesgos psicosociales. Distracción por actividades rutinarias. Presión social.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A continuación, se presenta el cuadro de costo-beneficio donde se expresa la importancia para los empleadores de participar en la campaña para la prevención de riesgos psicosociales.

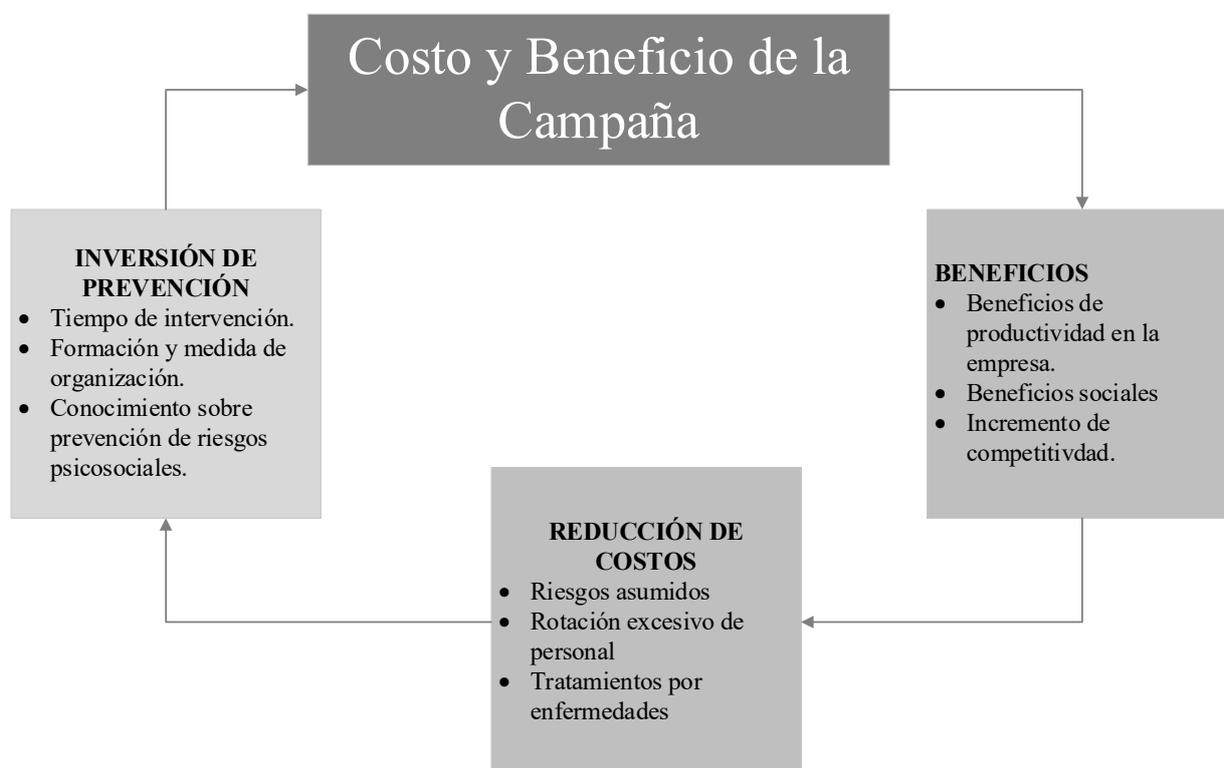


Figura 25 Costo y Beneficio de la Campaña
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.5.3. Plaza

A1:ES3:OE3: Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.

Según el Estado de Social Media 2020 por LATAM indicó que el consumo de redes sociales en América Latica está dividido en Facebook, Instagram y Twitter, cuyo nivel de interacciones en Facebook es de 44%, Instagram del 49% y Twitter del 7%; además de que en el Data Reportal de Ecuador, sobre los empresarios de las pequeñas y medianas, indicó que las empresas tienen un uso elevado en TICs que además coincide con la investigación realizada por los autores, ya que se obtuvo resultados favorables en cuanto a la preferencia de recibir información por medio de Facebook e Instagram, cuyos medios son de mayor interacción.

A continuación, se presenta la muestra del diseño de las plataformas para la campaña:

Tabla 47 Diseño de Facebook e Instagram

Plataformas a usar	
	
FACEBOOK	INSTAGRAM
<p>Cuya red posee una gran cantidad de usuarios idónea para difundir contenidos informativos y educativos para la campaña “Cuidémonos entre todos”.</p>	<p>En esta red social se podría hacer uso de contenido gráfico y audiovisual sobre la importancia de prevenir los riesgos psicosociales generando un mayor engagement en la campaña.</p>

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A2:ES3:OE3: Crear grupo en Facebook y WhtasApp para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales.

Grupo de Facebook

Dentro del grupo de Facebook el cual será administrado sólo por los Agentes de cambio de la campaña, los miembros participantes de la campaña podrán realizar las consultas pertinentes sobre temas de prevención de riesgos psicosociales como leyes, programas, entre otros. Además, también como medio directo para compartir la invitación a los talleres gratuitos, grabaciones y material de los mismos.

Debe ser un grupo cerrado, que para ingresar tendrán que seguir lo siguiente:

Responder a la pregunta: ¿Usted, administra y/o gestiona una pyme?

Si responde que sí, a cualquiera de las dos preguntas, el Agente de cambio que hace la función del administrador del grupo procederá a habilitar la invitación.

Cumplir normas de grupo.

1. Sé amable y cordial.
2. No hagas bullying ni uses lenguaje que incite al odio.
3. Respeta la información personal de los integrantes del grupo.
4. No publiques promociones ni spam.

Si se llegan a incumplir estas normas, el administrador lo elimina del grupo.

Grupo de WhatsApp

Dentro del grupo de WhatsApp el cual será administrado sólo por los agentes de cambio, que forman parte de la representación de la campaña, deberán utilizarlo para gestionar lo relacionado a las charlas gratuitas, para compartir mensajes de avisos, links para registro el cual permite alimentar base de datos y link de acceso a las charlas vía zoom. También servirá como soporte a los beneficiarios que se unan a la campaña ya que podrán recibir información educativa de manera gráfica sobre la prevención de riesgos psicosociales el cual permita sensibilizar, concientizar y los acompañará en este proceso de mejora.

A continuación, se muestra cómo será el diseño del grupo de WhatsApp y el registro del formulario de Google:

Tabla 48 Grupo en WhatsApp y Formulario para inscripción

Medio Digital	Registro
	
Grupo de WhatsApp	Formulario de Google
https://chat.whatsapp.com/CmDVkgMf05jJGw9k6izOvF	https://forms.gle/furAr41QmvGU1QhdA

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A3:ES3:OE3 Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.

T1: Crear correo electrónico de Gmail para campaña.

Se recomienda utilizar una de las herramientas más poderosas de servicio electrónico: Gmail para la creación de los formularios y recolección de la base de datos con la información de los beneficiarios que participarán en la campaña, y gestionar adecuadamente todo lo relacionado con las actividades para realizar reuniones entre los participantes y enlazarlo con la aplicación de reuniones de zoom.

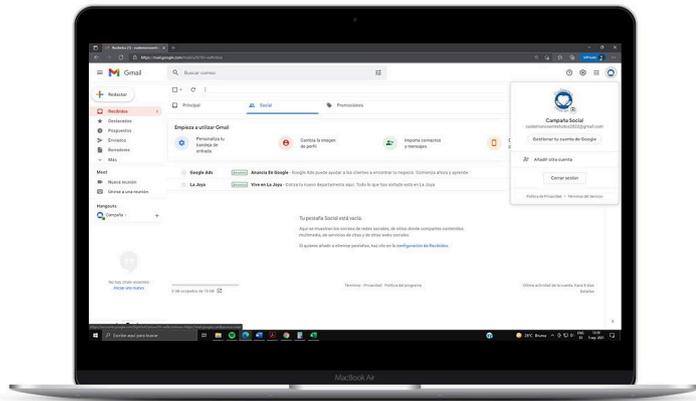


Figura 26 Cuenta de Gmail
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

T2: Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.

Para realizar las charlas, se recomienda crear cuenta en la aplicación de Zoom y realizar una suscripción mensual que según en la sección de (ZOOM) Soluciones la categoría PRO (Ideal para equipos pequeños) su licencia mensual está valorada por \$14,99 cuyos beneficios gratuitos son poder celebrar reuniones de hasta 100 participantes, reuniones de grupo ilimitadas y con opción de transmisión en streaming, que se refiere a la transmisión en vivo dentro de las redes sociales de Facebook e Instagram las cuales están integradas en la campaña, opciones que permiten tener un mayor alcance de la información al ser transmitida.

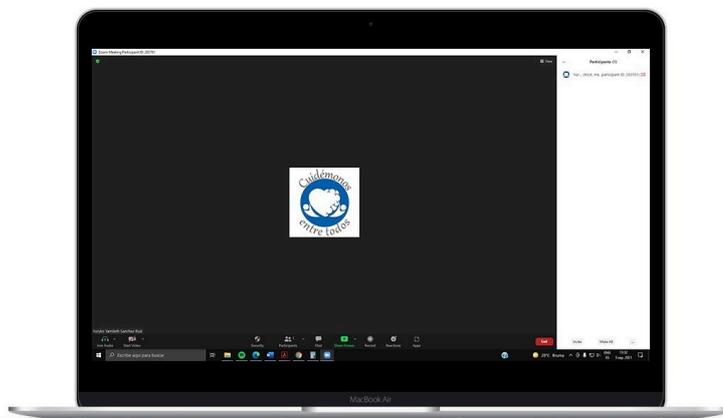


Figura 27 Cuenta de Zoom
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.5.4. Promoción

A1:ES4:OE4: Creación de mensaje

Para la creación del mensaje se establecen primero las ideas claves de lo que se requiere comunicar, debe estar alineado a la campaña y al eje de la misma, una vez que se tienen establecidas las ideas claves, es preciso realizar un “mapeo de mensaje” para identificar el mensaje idóneo que será utilizado en las piezas comunicacionales, para ello, Ver Tabla 49 y Tabla 50, las cuales sirven de guía.

Campaña: "Cuidémonos entre todos"

Eje. - Recordemos: Mayor prevención = Menor riesgo

Tabla 49 Ideas claves

IDEAS CLAVES: Prevención de riesgos psicosociales en pymes.	
Beneficios de la salud mental.	
Estrategias para gestionar el estrés en la empresa.	
Gestionar adecuadamente los factores de riesgos psicosociales: Carga y ritmo de trabajo, organización del trabajo, soporte y apoyo, acoso laboral.	
Mejorar el clima laboral.	
La importancia de escuchar a los demás.	
Beneficios de descansar.	
Tipos de liderazgo.	
Importancia de la comunicación asertiva y activa	
Carga horaria.	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 50 Creación de Mensaje

MAPEO DE MENSAJE			
Pregunta / preocupación		Tema	
¿Cómo impactan los riesgos psicosociales en las pymes?	Mapa No. 1	Disminución de los riesgos psicosociales en pymes. "Cuidémonos entre todos"	
Actores/audiencia	Categoría	Condición óptima para utilizar	
Empleadores, representantes legales, personal encargado del talento humano.	La ley de los programas de riesgos psicosociales.	Contenido en redes sociales y/o conferencias. EJE:	Recordemos: Mayor prevención = Menor riesgo
Mensaje Clave 1	Mensaje Clave 2	Mensaje Clave 3	Mensaje Clave 4
Prevenir los riesgos psicosociales está en tus manos.	Cumplir con la ley es deber de todos.	A menor estrés, mayor productividad.	Respetar el tiempo y el espacio de los demás, mejora el clima laboral.
Soporte 1.1	Soporte 2.1	Soporte 3.1	Soporte 4.1

Los empleadores están obligados a asegurar las condiciones óptimas a sus trabajadores.	Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2017-0082, Art. 9.-Las empresas del sector público o privado con más de diez trabajadores están obligadas de llevar a cabo y aplicar el Programa de Prevención de Riesgos Psicosociales (PPRP) cada año.	Los altos niveles de riesgos psicosociales percibidos en el trabajo, minoran el nivel de satisfacción laboral.	En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aún por concepto de trabajo a destajo.
Soporte 1.2	Soporte 2.2	Soporte 3.2	Soporte 4.2
Estudios demuestran que los riesgos psicosociales son influenciados por el apoyo de pares y gerenciales en empresas privadas y de servicios.	Reconocer los derechos de las personas y de los grupos de atención prioritaria y/o en condiciones de vulnerabilidad.	Los cambios psicológicos pueden incluir un aumento de la ansiedad, estado de ánimo bajo, motivación baja y pensamientos depresivos.	Estudios demuestran que la violencia y el acoso (físico y psicológico) pueden incrementar durante un brote, al igual que el estigma social y la discriminación.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A2:ES4:OE4: Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.

T1: Lanzamiento de campaña

El lanzamiento de campaña es recomendable realizarlo antes de empezar con los mensajes de difusión, ya que se busca generar expectativa para empezar con las demás actividades de difusión, por el cual se deberán usar los medios de Facebook e Instagram y compartirlo de forma orgánica para que se unan a la campaña y sean parte del cambio, para lograr que estén al tanto de lo que se realizará, se recomienda subir la información por dos semanas seguidas en los stories y en el feed de Instagram y Facebook para generar el alcance deseado.

Duración de publicación recomendada: el mensaje debe ser publicado en el feed la primera semana, y el storie las 3 veces en la semana tanto en Facebook como en Instagram.

A continuación, se muestran las piezas para el lanzamiento de campaña:

Tabla 51 Pieza de muestra para Feed de Facebook e Instagram: Lanzamiento

Pieza de Facebook e Instagram: Feed - Lanzamiento de campaña	
	<p>Logo RRSS Campaña de Prevención Isologotipo de campaña ¡Ponle un alto a los riesgos psicosociales! Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p> <p><i>-Descripción del post-</i></p> <p>#CuidémonosEntreTodos 🤝</p> <p><i>Se parte de nuestra campaña y acompáñanos a prevenir los riesgos psicosociales en todas las pymes.</i></p> <p>Ingresar al Link 📌</p> <p>https://chat.whatsapp.com/CmDVkgMf05jJGw9k6izOvE</p>
- IMAGEN lanzamiento de campaña -	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 52 Pieza de muestra para Storie de Facebook e Instagram: Lanzamiento

Pieza de Facebook e Instagram: Storie - Lanzamiento de campaña	
	<p>Isologotipo de campaña Campaña de Prevención ¡Ponle un alto a los riesgos psicosociales! Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p>
- IMAGEN lanzamiento de campaña -	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

T2: Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.

- La difusión de contenido educativo debe estar reflejado en el feed y en las stories de las redes sociales creadas para la campaña, sin embargo, el tiempo de publicación se recomienda que sea de 18h00 a 21h00, 1 vez por semana, 4 veces al mes en ambas redes sociales que son Facebook e Instagram de forma simultánea en el rango de tiempo que se propone para que haya un mejor alcance y pueda ser recibido el mensaje.
- Una vez que los grupos de WhatsApp y Facebook estén con las personas que ingresarán a las capacitaciones, se procede a enviar información educativa por ese medio para mantener informados a los participantes a que se unan a las charlas y estén pendientes a las novedades relacionadas con la prevención de riesgos psicosociales cuyo objetivo es que exista una comunicación bilateral de la gestión realizada.

A continuación, las propuestas de piezas para contenido:

Tabla 53 *Pieza 01 con descripción de contenido*

01 Pieza de Facebook e Instagram: Contenido educativo / concientizador	
	<p>Prevenir los riesgos psicosociales está en tus manos. Isologotipo de campaña Los empleadores están obligados a asegurar las condiciones óptimas a sus trabajadores Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p> <p><i>-Descripción del post-</i> #CuidémonosEntreTodos 🤝 ⚠️ Prevenir los riesgos psicosociales está en tus manos. Los empleadores están obligados a que los trabajadores desempeñen sus labores en condiciones óptimas. 📌 RECORDAMOS: Mayor prevención=Menor riesgo</p>
<p>- IMAGEN promocional de campaña -</p>	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 54 Pieza 02 con descripción de contenido

02 Pieza de Facebook e Instagram: Contenido educativo / concientizador	
 <p>The image shows a smartphone screen displaying a social media post from the account 'cuidemonos_todos_ec'. The post features a blue header with the text 'Cumplir con la ley es deber de todos.' Below this, it quotes Article 9 of a ministerial agreement, stating that companies with more than 10 employees must apply the PPRP program annually. A logo for 'Cuidémonos entre todos' is shown, along with the slogan 'Recordemos: Mayor prevención = Menor riesgo'. The post also includes a link to the ministerial agreement and a bio link for more information.</p>	<p>Cumplir con la ley es deber de todos. Art. 9.-Las empresas del sector público o privado con más de diez trabajadores están obligadas de llevar a cabo y aplicar el Programa de Prevención de Riesgos Psicosociales (PPRP) cada año. Isologotipo de campaña Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p> <p><i>-Descripción del post-</i> <u>#CuidémonosEntreTodos</u> 🤝 📄 Cumplir con la ley es deber de todos Si tienes más de 10 trabajadores debes aplicar el programa de riesgos psicosociales anualmente. [-]RECORDEMOS: Mayor prevención = Menor riesgo. Link del Acuerdo Ministerial vigente: https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/AM-82.-NORMATIVA-ERRADICACION-DE-LA-DISCRIMINACION-EN-EL-AMBITO-LABORAL.pdf?x42051 Para mayor información: Ingresa al link de muestra Bio. [J]</p>
- IMAGEN promocional de campaña -	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 55 Pieza 03 con descripción de contenido

03 Pieza de Facebook e Instagram: Contenido educativo / concientizador	
 <p>The image shows a smartphone screen displaying an Instagram post. At the top, the time is 9:27. The profile name is 'CUIDEMONOS_TODOS_EC' with a 'Seguir' button. The post features a blue banner with the text 'A menor estrés, mayor productividad.' and a logo for 'Cuidémonos entre todos'. The main text reads: 'Los altos niveles de riesgos psicosociales percibidos en el trabajo, menoran el nivel de satisfacción laboral. Recordemos: Mayor prevención = Menor riesgo'. Below the text is a photo of a woman holding her head in pain. The post includes a call to action: 'Ingresa al link de la Bio y se parte de pnuestra campaña.' and a link icon. The bottom navigation bar of the app is visible.</p>	<p>A menor estrés, mayor productividad. Isologotipo de campaña Los altos niveles de riesgos psicosociales percibidos en el trabajo, menoran el nivel de satisfacción laboral. Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p> <p><i>-Descripción del post-</i> #CuidémonosEntreTodos 🤝 <input checked="" type="checkbox"/> A menor estrés, mayor productividad. Evita que se desarrollen altos niveles de estrés en tu empresa y mejor la calidad y productividad. <input checked="" type="checkbox"/> RECORDEMOS: Mayor prevención=Menor riesgo <input checked="" type="checkbox"/> Ingresa al link de la Bio y se parte de pnuestra campaña. </p>
<p>- IMAGEN promocional de campaña -</p>	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 56 Pieza 04 con descripción de contenido

<p align="center">04 Pieza de Facebook e Instagram: Contenido educativo / concientizador</p>	
	<p>Respetar el tiempo y el espacio de los demás, mejora el clima laboral.</p> <p>Isologotipo de campaña</p> <p>En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aún por concepto de trabajo a destajo.</p> <p>Recordemos: Mayor prevención=Menor riesgo Logos RR.SS.</p> <p><i>-Descripción del post-</i></p> <p>#CuidémonosEntreTodos 🤝</p> <p>👉 <i>Respetar el tiempo y el espacio de los demás.</i> <i>En los días y horas de descanso del trabajador, el empleador no puede inferir en su tiempo para ninguna actividad.</i></p> <p>▶ RECORDEMOS: Mayor prevención=Menor riesgo</p> <p>✅ Ingresa al link de la Bio y se parte de nuestra campaña. ↗</p>
<p align="center">- IMAGEN promocional de campaña -</p>	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

T 2.1: Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: “Cuidémonos entre todos”

Una manera de llegar al público es realizar acciones interactivas para promover la comunicación directa con los beneficiarios, además de sentirse atendidos, se logrará generar una mayor conciencia al momento de realizar las asesorías gratuitas en estas fechas claves, por lo que permite la estimulación de recordación.

Para lo cual tendrá dos vías:

- Vía WhatsApp: Uso del link de WhatsApp para la campaña en el cual un agente de cambio estará brindando la asesoría.
- Zoom: Uso del link del grupo de WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram para compartir ID o link de acceso a la reunión de Zoom.

A continuación, se presentan las fechas y las acciones:

Tabla 57 *Fechas conmemorativas y acciones*

Fecha	Motivo	Acción	Lugar
07 de Abril	Día Mundial de la Salud	Asesorías Gratuitas Tema: La seguridad y salud en el trabajo y en la vida personal.	WhatsApp
28 de Abril	Día Mundial de la Seguridad y la salud en el trabajo	Asesorías Gratuitas Tema: Formas de prevenir riesgos psicosociales.	WhatsApp
		Foros con expertos en seguridad y salud en el trabajo. Tema: ¿Cómo prevenir enfermedades mentales en el trabajo?	Zoom
01 de Mayo	Día del Trabajador	Asesorías Gratuitas sobre la seguridad y salud en el trabajo y en la vida personal a empleadores y trabajadores/as.	WhatsApp
10 de Octubre	Día Mundial de la Salud Mental	Asesorías Gratuitas Tema: La importancia de la Salud Mental.	WhatsApp
		Asesorías Gratuitas Tema: Prevención de riesgos psicosociales.	WhatsApp
		Tema: Foros con Psicólogos	Zoom

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A continuación, se muestra un ejemplo del contenido de publicación para las acciones por las fechas conmemorativas.

Tabla 58 *Pieza muestra 01 de fechas conmemorativas y contenido*

01 Pieza de Facebook e Instagram: Acción por fechas conmemorativas	
	<p style="text-align: center;"><i>-Descripción de contenido-</i></p> <p>#CuidémonosEntreTodos 🤝</p> <p>👤 DÍA MUNDIAL DE LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO</p> <p>🔊 Para acceder a nuestros servicios gratuitos por este gran día, solamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresa al Link de nuestro grupo de WhatsApp o escríbenos por interno solicitando información para acceder a las dos actividades en las que desees participar. - Asesorías por WhatsApp. - Foros en Zoom. <p>▶ RECORDEMOS: Mayor prevención=Menor riesgo</p> <p>☑ Ingresa al link de la Bio y se parte de nuestra campaña.</p> <p>📄 https://chat.whatsapp.com/CmDVkgMf05jJGw9k6izOvF</p>
- IMAGEN promocional de campaña -	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A3:ES4:OE4: Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.

A través de conferencias web en vivo las cuales son una excelente forma de comunicar un mensaje con información validada, se pretende llevar el mensaje de concientización para fortalecer la cultura de prevención de los riesgos psicosociales en las pymes.

Plan de Charlas gratuitas.

Tomando consciencia sobre la necesidad de sensibilizar y generar fortalecimiento en la cultura preventiva, se presenta esta herramienta con temas de charlas para la prevención de riesgos psicosociales, con la finalidad de facilitar la labor preventiva a los empleadores de las pymes, de esa manera se espera mitigar los daños psicológicos que son causados en el lugar de trabajo, así como también evitar pérdidas dentro de la entidad comercial.

Esta campaña es para concientizar de que el capital humano es el activo máspreciado de la organización y si se tiene conocimiento de cómo evitar que se sienta influido por la insatisfacción laboral, se logrará realizar procesos productivos, seguros y con estándares altos de calidad el cual brindará un incremento en la productividad y competitividad de la organización.

La campaña “Cuidémonos entre todos” está enfocada en tomar medidas para mejorar la salud mental y prevenir los riesgos psicosociales dentro de las pymes en la ciudad de Guayaquil, por lo que a través de estas charlas se pretende sensibilizar y concientizar a los empleadores, representantes legales y personal administrativo del talento humano sobre la importancia que tiene gestionar adecuadamente los riesgos psicosociales en la empresa, y de la mejor manera que es a través de charlas gratuitas cuyo aporte es esencial para la sociedad.

Por lo tanto, estas charlas rápidas sobre la prevención de riesgos psicosociales son orientadas para que la organización pueda evitar daños derivados del trabajo y mantenga un equilibrio en el clima laboral y los stakeholders se sientan beneficiados.

Requisitos.

- Competencia lectora y de escritura en el idioma español.
- Conexión a internet.
- Dispositivo electrónico.
- Contar con un correo electrónico activo.

Campaña: “Cuidémonos entre Todos”

Eje: Recordemos: Mayor prevención = Menos riesgo

Charla 01: Programas de Prevención de riesgos psicosociales

Introducción

El propósito de esta charla es la comprensión por parte de los participantes en primer lugar de qué son los riesgos psicosociales y todos los factores que influyen en su desarrollo.

Información

- **Introducción**
- **Marco legal**
- **Contenido**
- ¿Qué son los riesgos psicosociales?
- ¿Qué es el programa de prevención de riesgos psicosociales?
- ¿Cuáles son los principales factores de riesgos psicosociales?
- Entorno de trabajo: clima laboral equilibrado
 - Explicación y ejemplos
- Organización de tareas: actividades por área de la empresa
 - Explicación y ejemplos
- Organización de tiempo: carga horaria de trabajo
 - Explicación y ejemplos
- Estructura de organización del trabajo.
 - Explicación y ejemplos
- Consecuencias y efectos.
- La evaluación.

Estrategia

Aplicación de dinámicas

Talleres de reflexión

Intercambio de ideas

Charla 02: Gestionar adecuadamente los riesgos psicosociales en la empresa.

Introducción

El propósito de esta charla es la comprensión por parte de los participantes de qué hacer para identificar, prevenir y gestionar los riesgos psicosociales más comunes que se enfrentan dentro de la empresa para permitir mitigarlo.

Información

- **Introducción**
- **Marco legal**
- **Contenido**
- Responsabilidad social empresarial
- ¿Cómo se pueden prevenir los riesgos psicosociales?
- Riesgos psicosociales más comunes en pymes:
- Estrés:
 - ¿Cómo reconocerlo a nivel individual y colectivo?
 - Estrategias para gestionar el estrés: horario de trabajo, participación y control, carga de trabajo, contenido de trabajo, entorno social, futuro.
 - Intervención de los mandos intermedios
 - Beneficios de una buena gestión de estrés
 - ¿Cómo aplicar las buenas prácticas?
- Mobbing o acoso laboral:
 - ¿Consecuencias psicológicas y laborales de mobbing?
 - Estrategias para gestionarlo.
 - Intervención de los mandos intermedios.
 - Beneficios de una buena gestión de mobbing.
 - ¿Cómo aplicar las buenas prácticas?

Estrategia

Aplicación de dinámicas

Talleres de reflexión

Intercambio de ideas

Charla 03: Liderazgo empresarial.

Introducción

El propósito de esta charla es de comprender la manera de cómo se comporta un líder y los beneficios que conlleva el poseer conocimientos sobre motivación, inteligencia emocional y otras actitudes de mejoras el cual permite afrontar retos y llevar a la productividad.

Información

- **Introducción**
- **Marco legal**
- **Contenido**
- ¿Quién es un líder?
- Poseer personalidad y ética de liderazgo.
- Motivación y comportamiento de un líder.
- Retos para lograr el liderazgo profesional.
- Tipos de liderazgo.
- Actitudes y aptitudes que debe poseer un buen líder.
- Recomendaciones.

Estrategia

Aplicación de dinámicas

Talleres de reflexión

Intercambio de ideas

Charla 04: La escucha activa clave para la comunicación asertiva.

Introducción

El propósito de esta charla es de comprender que la escucha activa es poner atención a lo que la otra persona dice, en toda empresa la comunicación es imprescindible, pues si no se llega a comprender, se estaría cometiendo un grave error. Aquí se aborda mucho la empatía, la comprensión y el respeto que se practica.

Información

- **Introducción**
- **Marco legal**
- **Contenido**
- Proceso de aprender a comunicarnos.
- ¿Qué es la escucha activa?
- Qué beneficios tiene practicar la escucha activa:
 - El en área personal.
 - En el ámbito laboral.
- ¿Cómo practicar la escucha activa?
- ¿Qué es la comunicación asertiva?
- Comunicación asertiva en el trabajo.
- Técnicas de comunicación asertiva
- Conductas que ayudan a la comunicación asertiva y empática.

Estrategia

Aplicación de dinámicas:

Talleres de reflexión

Intercambio de ideas

T1: Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.

- Los agentes de cambio, deben colocar el logotipo de su empresa o marca personal para que sea insertada en la publicación para difusión.
- El expositor, debe proporcionar su imagen fotográfica para que esta sea insertada en el anuncio diseñado para la difusión.
- La difusión de la charla a empleadores debe estar reflejado en el feed y en las stories de las redes sociales creadas para la campaña, sin embargo, el tiempo de publicación se recomienda que sea de 18h00 a 21h00, con un mes antes del día de la charla, teniendo coordinado previamente al expositor y el material que será diseñado para la presentación didáctica de la charla, las stories sobre la charla sí se debe subir 2 veces a la semana y 8 veces al mes en ambas redes sociales que son Facebook e Instagram de forma simultánea para que haya un mejor alcance y pueda ser recibido el mensaje.
- Se debe seguir los siguientes pasos:
 1. La difusión de la charla del primer mensaje es una imagen de expectativa y en la descripción el enlace del grupo de WhatsApp indicando fecha, hora y lugar.
 2. Una vez que se haya ingresado al grupo de WhatsApp, se procede a enviar el link de registro.
 3. Se envía un segundo mensaje al grupo de WhatsApp recordando que falta poco tiempo para la fecha de la charla agregando el link del registro.
 4. Se envía un segundo mensaje en imagen al grupo de WhatsApp indicando fecha, hora, lugar, link de registro y link del acceso a la capacitación.

Tabla 59 Muestra de Pieza 01 de Feed para difusión de charlas

01 Pieza de Facebook e Instagram: Difusión de charlas	
 <p>The image shows a smartphone screen displaying a Facebook post from the page 'CUIDEMONOS_TODOS_EC'. The post is for a webinar titled 'CHARLA 01: Prevención de riesgos psicosociales'. It features a circular profile picture of a woman, Dr. Ana Pinargotta, and a blue banner with the text 'TE INVITAMOS A PARTICIPAR CHARLA 01: Prevención de riesgos psicosociales'. Below the banner, there is a list of topics and a date 'Viernes 11 de MARZO EC: 17h00'. At the bottom of the post, there is a call to action '¡INSCRIBITE AQUÍ!' and a reminder 'Recordemos: Mayor prevención = Menor riesgo'.</p>	<p align="center"><i>-Descripción de contenido-</i></p> <p>#CuidémonosEntreTodos 🤝</p> <p>☑ Te invitamos a participar de la Charla 01: Prevención de riesgos psicosociales.</p> <p>Aprenderás y conocerás sobre qué son, cómo son, cuáles son y cómo mitigarlos.</p> <p>▶ RECORDAMOS: Mayor prevención=Menor riesgo</p> <p>☑ Ingresa al link de la Bio y se parte de nuestra campaña.</p> <p>📌 https://chat.whatsapp.com/CmDVkgMf05jJGw9k6izOvF</p>
<p align="center">- IMAGEN promocional de campaña -</p>	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Tabla 60 Muestra de Pieza 01 de Storie para difusión de charlas

<p align="center">01 Pieza de Stories Facebook e Instagram y Grupo de WhatsApp: Difusión de charlas</p>	
	<p align="center"><i>-Descripción de contenido-</i></p> <p>#CuidémonosEntreTodos 🤝</p> <p>☑ Te invitamos a participar de la Charla 01: Prevención de riesgos psicosociales.</p> <p>Aprenderás y conocerás sobre qué son, cómo son, cuáles son y cómo mitigarlos.</p> <p>▶ RECORDAMOS: Mayor prevención=Menor riesgo</p> <p>☑ Ingresa al link de la Bio y se parte de nuestra campaña.</p> <p>📄 https://chat.whatsapp.com/CmDVkgMf05jJGw9k6izOvF</p>
<p align="center">- IMAGEN promocional de campaña -</p>	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

T2: Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.

Para realizar las charlas se debe considerar que se realizarán cada 3 meses y se debe considerar los siguientes aspectos:

1. Se toma contacto con los expositores vía correo electrónico.
2. Se solicita la información del expositor para realizar el anuncio.
3. Se publica el anuncio sobre la Charla gratuita a empleadores en los canales digitales.
4. Se envía link de grupo de WhatsApp para coordinar el ingreso de los participantes a la charla.
5. Se envía link al grupo de WhatsApp con el formulario de Google para el registro de la charla.
6. Se envía el link de acceso a Zoom de la charla al grupo de WhatsApp y se socializa en los canales digitales el link y el ID de la reunión.
7. Se inicia la charla.
8. Entrega de certificado digital por participación: Antes de realizar cada charla, se debe tener listo el diseño de los certificados y la elaboración de los mismos para que sean entregados a quienes cumplieron con el registro y asistencia de la charla, el cual tendrá el isologotipo propuesto por la campaña y el logotipo de los organizadores de la campaña.



Figura 28 Propuesta para diseño de Certificado por asistencia a Charla.
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.5.5. Procesos

A1:ES5:OE5 Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.

Estructura Interna de Proceso

Para llevar el mensaje concientizador a los Beneficiarios, se deberá considerar este proceso para que la información llegue de forma óptima y se cumpla con lo fundamental de la campaña el cual consiste en brindar conocimiento apropiado a los representantes legales, empleadores y administrativos del talento humano de las PYMES; con la finalidad de que se logren disminuir los riesgos psicosociales en las empresas, ya que si los beneficiarios son conscientes sobre la importancia de la salud mental, podría mejorar en muchos aspectos la productividad y competitividad de la empresa.

Por esa razón, este sería el procedimiento para adquirir la información de la prevención de riesgos psicosociales usando los medios digitales:

1. Publicar contenido educativo en las Redes Sociales (Facebook e Instagram) habilitadas para la campaña.
2. Si el beneficiario muestra interés sigue con el proceso. Si no, el agente de cambio envía un correo y se repite todo el proceso.
3. El beneficiario ingresa a las Redes Sociales (Facebook e Instagram).
4. El beneficiario ingresa a los grupos de la campaña (Facebook y WhatsApp).
5. El beneficiario interactúa y realiza consultas.
6. El agente de cambio brinda soporte y apoyo al beneficiario.
7. El agente de cambio comparte información sobre charlas gratuitas.
8. El beneficiario si muestra interés, visualiza el contenido y se inscribe. Si no muestra interés, ingresa nuevamente a las Redes Sociales y repite el proceso.
9. El beneficiario asiste a la charla gratuita.
10. El agente de cambio brinda mayor información sobre la prevención de riesgos psicosociales.
11. Finalmente, el beneficiario obtiene el conocimiento sobre la prevención de riesgos psicosociales.

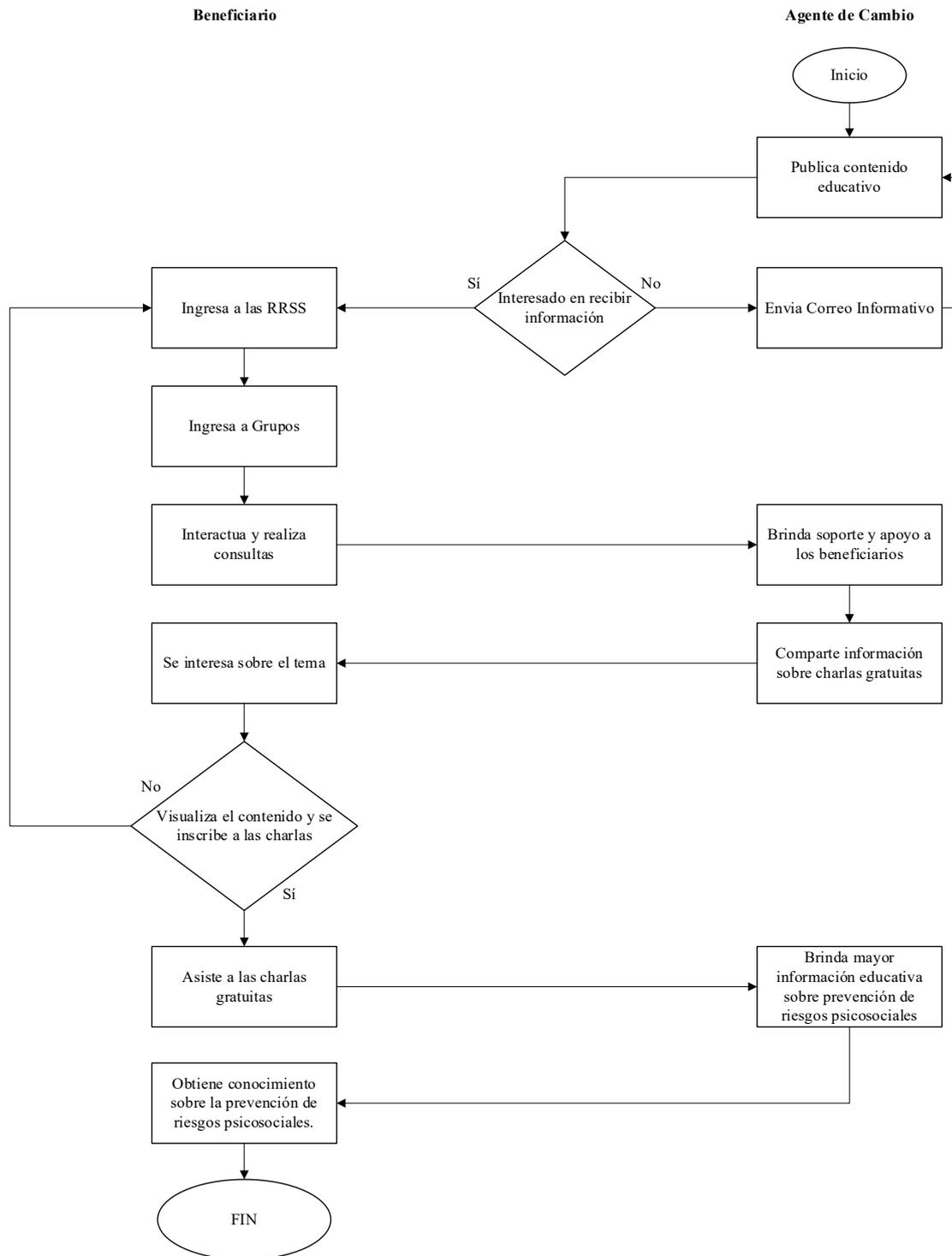


Figura 29 Procedimiento para servicio de información digital
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

A2:ES6:OE5: Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.

Estructura Externa de Proceso

Es importante establecer alianzas estratégicas con empresas y/o profesionales dedicados a la prestación de servicios en seguridad y salud u otras empresas públicas y/o privadas para generar un mayor valor social y beneficio a los beneficiarios, el cual permita la expansión y aporte en el comportamiento positivo a los beneficiarios, por lo que se presentan las posibles asociaciones para la campaña. (Ver Tabla 61)

Tabla 61 Asociaciones estratégicas

Organización	Contacto	Dedicación	Aporte
Asociación de Profesionales de la Seguridad y la Salud en el Trabajo - Ecuador (APSSTEC)	info@apsstec.com https://apsstec.com/mvc/paginas/iniciar/	Precursores de la generación de un cambio positivo en la gestión preventiva en Ecuador.	Facilitar el apoyo virtual de los profesionales en Seguridad y Salud Ocupacional para realizar la campaña social.
AFFOR <i>Prevención Psicosocial</i>	info@affor.es https://affor.es/	Consultora española especializada en prevención psicosocial con presencia en Argentina, Colombia, Ecuador , España, Chile, México, Panamá y Perú con el fin de mejorar la gestión de los riesgos psicosociales y promover la salud psicológica en las empresas.	Acompañamiento virtual en las actividades de la campaña.
OTECEL Telefónica Ecuador <i>Fundación Telefónica Movistar</i>	+593 999001140 (WhatsApp Movistar Ecuador) https://www.telefonica.com.ec/at.php	Servicio de Telefonía Mediante la fundación ofrece servicios de formación gratuitos.	A través de sus canales con sus clientes difundir el mensaje de prevención de riesgos psicosociales. Compartir y difundir las charlas gratuitas a empleadores.
Prevención y Seguridad contra riesgos laborales (PRESERISK)	info@preserisk.com https://www.linkedin.com/company/preserisk	Consultora que busca promover la cultura de la seguridad y salud ocupacional mediante asesorías, auditorías y capacitaciones	Acompañamiento virtual en las actividades de la campaña.
Mg. Tecn. SSO Richard Valenzuela	info@preserisk.com https://www.linkedin.com/in/richard-oswaldo-valenzuela-mendieta-4a9660168	Psicólogo y Técnico en Seguridad y Salud Ocupacional, dedicado a la prestación de servicios para evaluar las condiciones laborales.	Acompañamiento virtual en las actividades de la campaña especialmente para charlas virtuales.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Para la presente campaña “Cuidémonos entre todos”, es necesario contar con el siguiente personal básico para las actividades de la campaña:

- **El agente de cambio social.** - Debe realizar el acompañamiento para las actividades que se desarrollan en la campaña.
- **Capacitador.** - Deberá preparar el material, compartirlo y exponer en las charlas que se realicen en la campaña.
- **Diseñador Gráfico.** - Encargado de realizar el contenido multimedia con enfoque educativo para que sea posteoado en los medios digitales habilitados para la campaña.
- **Community Manager.** – Será el encargado de gestionar las alianzas estratégicas, la publicación y difusión del contenido en los medios digitales de la campaña.

A continuación, se presenta el personal requerido con el perfil a considerar.

Tabla 62 *Personal para actividades*

Personal	Cantidad	Perfil
Agente de cambio social	4	Empresas privadas y/o públicas, líderes, profesionales en seguridad y salud ocupacional.
Capacitador	3	Aliado de campaña / Técnico en seguridad y salud ocupacional.
Diseñador Gráfico	1	Freelance / Habilidades en Diseño Gráfico.
Community Manager	1	Freelance / Licenciado o Ingeniero en Marketing.

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.6. Plan de acción: Tácticas y Cronograma

Tabla 63 Tácticas y Cronograma

	Objetivos Estratégicos	Estrategia	Acciones y Tácticas	2022												RESPONSABLE				
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D					
PRODUCTO	OE1	Incrementar los conocimientos sobre temas de prevención de riesgos psicosociales.	ES1:OE1	Desarrollo de identidad de campaña	A1:ES1:OE1	Crear isologotipo ajustado al nombre de la campaña.												Diseñador Gráfico / Community Manager		
			ES2:OE1	Estrategia básica de desarrollo	A2:ES2:OE1	Servicios de información gratuita en canales digitales.													Agente de cambio social y Community Manager	
PRECIO	OE2	Establecer costos no monetarios.	ES2:OE2			A1:ES2:OE2	Tipo de costo: Tiempo y Psicológico.												Community Manager	
PLAZA	OE3	Fortalecer acciones que enseñen el beneficio del cambio de conducta a través de los canales de comunicación digitales.	ES3:OE3	Estrategia de comunicación usando recursos digitales para la promoción de hábitos y comportamiento.	A1:ES3:OE3	Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.												Diseñador Gráfico / Community Manager		
					A2:ES3:OE3	Crear grupo en Facebook para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales y crear grupo de Whats.App.													Diseñador Gráfico / Agente de cambio social	
					A3:ES3:OE3	Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.														Diseñador Gráfico / Community Manager
					T 1	Crear correo electrónico de Gmail para campaña.														Community Manager / Técnico en seguridad y salud ocupacional
					T 2	Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.														
PROMOCIÓN	OE4	Promover acciones para la participación de los empleadores para la creación de apoyo.	ES4:OE4	Estrategia de cambio social con la creación de mensaje con tono educativo.	A1:ES4:OE4	Creación de mensaje												Community Manager / Agente de cambio social		
					A2:ES4:OE4	Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.													Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social	
					T 1	Lanzamiento de campaña														Community Manager
					T2	Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.														Community Manager
					T2.1	Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: "Cuidémonos entre todos"														Community Manager / Agente de cambio social
					A3:ES4:OE4	Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.														Community Manager / Agente de cambio social
					T 1	Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.														Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social
					T2	Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.			11 mar		17 jun		16 sep		16 dic					Community Manager / Agente de cambio social
PROCESOS	OE5	Establecer procedimientos óptimos que permitan la difusión apropiada del mensaje.	ES5:OE5	Procedimiento para adquirir los servicios de información gratuita en canales digitales.	A1:ES5:OE5	Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.												Community Manager / Agente de cambio social		
			ES6:OE5	Realizar alianzas estratégicas.	A2:ES6:OE5	Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.												Community Manager / Agente de cambio social		

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.7. Presupuesto

Para realizar la presente campaña, se requiere un presupuesto de \$1.550,00, considerando que la cantidad asignada es anual y podría variar dependiendo de los precios establecidos en el mercado y del número de agentes sociales que estén involucrados.

La rentabilidad de la campaña es el número de beneficiarios que se generarán por la participación de la campaña. Se prevé que se obtenga un mínimo de **100** beneficiarios por cada charla que se realice en cada trimestre del año entre empleadores, representantes legales y administrativos encargados del talento humano en las pymes.

Tabla 64 Presupuesto para campaña

Objetivos Estratégicos		Estrategia		Acciones y Tácticas		Presupuesto		Responsable
PRODUCTO	OE1	Incrementar los conocimientos sobre temas de prevención de riesgos psicosociales.	ES1:OE1	Desarrollo de identidad de campaña	A1:ES1:OE1	Crear isotipo ajustado al nombre de la campaña.	\$ 250,00	Diseñador Gráfico / Community Manager
			ES2:OE1		A2:ES2:OE1	Servicios de información gratuita en canales digitales.		Agente de cambio social y Community Manager
PRECIO	OE2	Establecer costos no monetarios.	ES2:OE2	Estrategia básica de desarrollo	A1:ES2:OE2	Tipo de costo: Tiempo y Psicológico.	\$ -	Community Manager
PLAZA	OE3	Fortalecer acciones que enseñen el beneficio del cambio de conducta a través de los canales de comunicación digitales.	ES3:OE3	Estrategia de comunicación usando recursos digitales para la promoción de hábitos y comportamiento.	A1:ES3:OE3	Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.	\$ 150,00	Diseñador Gráfico / Community Manager
					A2:ES3:OE3	Crear grupo en Facebook y WhtasApp para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales.		Diseñador Gráfico / Agente de cambio social
					A3:ES3:OE3	Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.		Community Manager / Técnico en seguridad y salud ocupacional
					T 1	Crear correo electrónico de Gmail para campaña.	\$ -	Community Manager / Agente de cambio social
					T 2	Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.	\$ 179,88	
PROMOCIÓN	OE4	Promover acciones para la participación de los empleadores para la creación de apoyo.	ES4:OE4	Estrategia de cambio social con la creación de mensaje con tono educativo.	A1:ES4:OE4	Creación de mensaje	\$ 75,00	Community Manager / Agente de cambio social
					A2:ES4:OE4	Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.	\$ 75,00	Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social
					T 1	Lanzamiento de campaña		Community Manager
					T2	Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.	\$ 600,00	Community Manager
					T2.1	Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: "Cuidémonos entre todos"		Community Manager / Agente de cambio social
					A3:ES4:OE4	Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.	\$ 250,00	Community Manager / Agente de cambio social
					T 1	Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.		Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social
					T2	Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.		Community Manager / Agente de cambio social
PERSONAL	OE5	Establecer procedimientos óptimos que permitan la difusión apropiada del mensaje.	ES5:OE5	Procedimiento para adquirir los servicios de información gratuita en canales digitales.	A1:ES5:OE5	Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.	\$ -	Community Manager / Agente de cambio social
			ES6:OE5	Realizar alianzas estratégicas.	A2:ES6:OE5	Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.	\$ -	Community Manager / Agente de cambio social
TOTAL ANUAL							\$ 1.550,00	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.8. Control

Una vez establecida la campaña de marketing social para la prevención de riesgos psicosociales en las pymes de la ciudad de Guayaquil y para facilitar el control de las actividades específicas que se deben seguir para poner en ejecución la campaña, se presenta la siguiente matriz para controlar y evaluar las actividades que se desempeñarán para la campaña.

Las instrucciones para el uso de la plantilla son las siguientes:

1. La planilla de control está diseñada para verificar el cumplimiento de las acciones y tácticas definidas para la correcta implementación de la campaña.
2. Para esto se debe seleccionar en las casillas coloreadas la opción "SI", cuando se cumpla con las acciones y tácticas o en su defecto mantener la opción "NO" preestablecida, cuando la actividad no se realiza.
3. Una vez seleccionado automáticamente se calculará el porcentaje de cumplimiento de cada acción y tácticas definidas e incorporadas.

Para controlar la efectividad de la campaña también se sugiere que sea:

- Número de seguidores en las redes sociales de la campaña: Facebook e Instagram.
- Registro de la base de datos por charlas realizadas.

A continuación, se presenta el ejemplo de la matriz de control, además revisar el Anexo 6 para una visualización más detallada sobre la evaluación:

Tabla 65 Matriz de Control

			P R O D U C T O	P R E C I O	P L A Z A	P R O M O C I O N	P E R S O N A S	CUMPLIMIENTO TOTAL
PRODUCTO	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	
A1:ES1:OE1	Crear isotipo ajustado al nombre de la campaña.	Diseñador Gráfico / Community Manager	NO					0%
A2:ES2:OE1	Servicios de información gratuita en canales digitales.	Agente de cambio social y Community Manager	NO					
P1	CUMPLIMIENTO		0%	0%	0%	0%	0%	
PRECIO	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES2:OE2	Tipo de costo: Tiempo y Psicológico.	Community Manager		SI				100%
P2	CUMPLIMIENTO		0%	100%	0%	0%	0%	
PLAZA	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES3:OE3	Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.	Diseñador Gráfico / Community Manager			NO			0%
A2:ES3:OE3	Crear grupo en Facebook y WhasApp para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales.	Diseñador Gráfico / Agente de cambio social			NO			
A3:ES3:OE3	Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.	Diseñador Gráfico / Community Manager			NO			
T 1	Crear correo electrónico de Gmail para campaña.	Community Manager / Técnico en seguridad y salud ocupacional			NO			
T 2	Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.	Community Manager / Agente de cambio social			NO			
P3	CUMPLIMIENTO		0%	0%	0%	0%	0%	
PROMOCIÓN	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES4:OE4	Creación de mensaje	Community Manager / Agente de cambio social				SI		20%
A2:ES4:OE4	Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.	Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social				NO		
T 1	Lanzamiento de campaña	Community Manager				NO		
T2	Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.	Community Manager				NO		
T2.1	Diseño de capacitaciones a empleadores para charlas gratuitas trimestrales.	Community Manager / Agente de cambio social				NO		
T1	Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: "Cuidémonos entre todos"	Community Manager / Agente de cambio social				SI		
A3:ES4:OE4	Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.	Community Manager / Agente de cambio social				SI		
T 2	Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.	Diseñador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social				NO		
T 3	Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.	Community Manager / Agente de cambio social				NO		
P4	CUMPLIMIENTO		0%	0%	33%	20%	0%	
PROCESO	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES5:OE5	Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.	Community Manager / Agente de cambio social					NO	0%
A2:ES6:OE5	Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.	Community Manager / Agente de cambio social					NO	
P5	CUMPLIMIENTO		0%	0%	0%	0%	0%	

Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

4.3.9. Impacto – Beneficio Obtenido

Beneficiarios

- La propuesta de la campaña de marketing social para la prevención de riesgos psicosociales en las pymes de la ciudad de Guayaquil denominada “cuidémonos entre todos” brindará resultados positivos a los beneficiarios, debido a que tomarán conciencia sobre la cultura de prevención de riesgos psicosociales, ya que poseerán los conocimientos indispensables sobre la importancia de implementarlo en sus empresas con los mensajes de prevención que sean usados en la campaña.
- Con esta propuesta se pretende mejorar la parte de dirección y administrativa de la empresa, logrando así un incremento en la productividad, la competitividad y la calidad vida de la sociedad en un mediano y largo plazo, por lo que los recursos que eran utilizados para tratamientos, reemplazos de personal, entre otros, sean aprovechados para mejorar en la cultura de prevención y se logren mitigar los factores de riesgos psicosociales que se encuentran inmersos en las empresas.
- De cierta medida a mediano y largo plazo se logrará mitigar los riesgos psicosociales en las pymes de la ciudad de Guayaquil, mejorando la calidad de vida de las personas.

Agente de Cambio

- Los agentes de cambios que participen en la campaña tendrán una mejor visibilidad en las redes sociales en el área en que se desempeñan, debido a que están perteneciendo a una campaña de cambio para beneficio social que busca llegar en primera instancia a los beneficiarios que vienen siendo los empleadores, representantes legales de las pymes, considerando que solo en Guayaquil existen aproximadamente 68.229 pymes.
- Generar base de datos con los beneficiarios participantes para usos pertinentes de campaña y otras actividades relacionadas a la prevención de riesgos psicosociales en pymes.
- El reconocimiento de las actividades sociales en los medios digitales, incrementará el número de prospectos para que las empresas y/o profesionales dedicados a la prestación de servicios de seguridad y salud en el trabajo fomenten la importancia de adquirir sus servicios por parte de las pymes ya que son un mercado amplio.

Conclusiones

- Se concluye que los factores de riesgos psicosociales que inciden con mayor frecuencia en el comportamiento de los trabajadores están relacionados a la carga y ritmo de trabajo, organización del trabajo, soporte y apoyo y al acoso laboral, las cuales al estar mal gestionadas por los medios y altos mandos provocan directamente deficiencias en la empresa por lo que, si no existe un conocimiento de cómo gestionar de manera adecuada estos factores, se verá perjudicada la pyme.
- Con la investigación realizada se concluye que los riesgos psicosociales generan un impacto negativo en las pymes, ya que al estar mal gestionados afectan en gran escala a la productividad del trabajador por encontrarse en un ambiente no tan óptimo y a la competitividad de la empresa, debido a que si su cliente interno no está satisfecho, no podrá poseer calidad en su producción y los recursos que posee tendrá que gastarlos en otras actividades sin conocer realmente el problema que tiene dentro de la empresa.
- El diseño de la investigación fue realizado con un enfoque mixto, en el cual se involucra como actores principales a los empleadores, representantes legales y administradores encargados del talento humano, la opinión de expertos y la de los trabajadores; específicamente en las empresas de la Actividad de Comercio, grupo G debido a que reflejan el mayor porcentaje de la población trabajadora de la ciudad de Guayaquil y ayudó a obtener la información y el conocimiento para plantear las estrategias de mejora pertinentes para la campaña.
- De los resultados obtenidos durante la investigación realizada quedó demostrado que a los empleadores, representantes legales y el personal encargado del talento humano en las pymes desconoce sobre los programas de prevención de riesgos psicosociales que se deben realizar por obligación ministeriales, además de que carecen de los conocimientos legales y relacionados a la cultura de prevención, por lo que ponen en evidencia la poca o nula difusión y accionar de parte de las autoridades de trabajo en lo que respecta a los programas de prevención de riesgos psicosociales.
- La investigación demostró que sí es necesario proponer estrategias de marketing social, por lo que brindan la opción de ser adaptadas a la situación actual, en las cuales se integró las estrategias de marketing general: estrategia básica de desarrollo, estrategia de cambio social usando la herramienta de educación para lograr ese cambio de comportamiento y se torne voluntario, además con los medios de comunicación digitales que se planteó, se espera lograr obtener un mayor alcance de beneficiarios.

Recomendaciones

- Se sugiere que se continúe con la investigación referente a las soluciones que pueden aportar las empresas privadas y/o profesionales que se dedican a brindar asesorías e inspecciones sobre la prevención de riesgos laborales y más que todo psicosociales debido a que de esa forma puedan contribuir con la cultura de prevención y conocer hasta dónde podrían contribuir para que se logre gestionar adecuadamente la prevención de riesgos psicosociales en las pymes.
- Para realizar investigaciones sobre los temas sociales que afectan a la población, como lo es la escasa prevención de riesgos psicosociales, se recomienda contar con los criterios de personal experto en estos temas por lo que brindarán, adoptarán y emitirán juicios válidos en estos trabajos de investigación, ya que se requieren de un análisis psicológico y social con mayor plenitud.
- Se recomienda que se sigan realizando estudios y análisis sobre qué y cómo los riesgos psicosociales impactan negativamente a las pymes, los trabajadores y a la sociedad en general, ya que en el presente estudio solo se tomó en consideración a las empresas de la Actividad de Comercio, grupo G, debido a que no se cuenta con todos los recursos suficientes para realizar una investigación en mayor escala, además que tomando en consideración la situación actual, la actividad en mención fue una de las más afectados, sin embargo, sería apropiado contar con la información de una mayor parte del mercado.
- También se debería hacer un seguimiento a la ley En Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2017-0135, “Expedir la normativa para la erradicación de la discriminación en el ámbito laboral.” Art. 9.- Del programa de prevención de riesgos psicosociales; en el cual establece que las empresas con más de 10 trabajadores deben realizar los programas de prevención de riesgos psicosociales, para implementar campañas donde se recuerde la obligatoriedad de realizarlos, ya que por desconocimiento no se lo está llevando a cabo en la mayor parte de las pymes de la ciudad de Guayaquil.
- Se sugiere que se implementen programas dinámicos e interactivos para que los empleadores y los stakeholders participen de forma activa en los programas para la prevención de riesgos psicosociales, ya que ciertos riesgos como el estrés han sido normalizados por la población y es importante que logren ser prevenidos.

Bibliografía

- Aguilar, V., Cruz, V. H., & Jiménez, D. (2017). Bienestar social laboral desde la perspectiva de calidad de vida a partir de la producción escrita y la percepción de docentes especialistas: periodo 1995-2005 en Bogotá D.C. Estado del Arte. *Ciencia Unisalle*, 1-258. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/trabajo_social/64/?utm_source=ciencia.lasalle.edu.co%2Ftrabajo_social%2F64&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Álvarez, P., & Arias, R. (2016). *Desarrollo de Modelo de Plan de Marketing Social para las Pymes del sector industrial de la ciudad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5564>
- Amagua, M. (2017). *REFORMA AL ART. 43 DE LA LEY DE SEGURIDAD SOCIAL, A FIN DE INCORPORAR UN LITERAL PARA LOS RECLAMOS O QUEJAS DE LOS TRABAJADORES QUE HAN SUFRIDO RIESGO PSICOSOCIAL*. Retrieved from <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6349/1/TUSDAB024-2017.pdf>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo, S. L.
- Aponte B., N., & Laguna, E. (2016). *Plan de comunicación para el programa de responsabilidad social del Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de Universidad de Panamá: <http://up-rid.up.ac.pa/id/eprint/1736>
- Armínola, L., García, M. T., & Romero, G. (2020). La Comunicación Digital en las Micro y Pequeñas Empresas. 149-169. doi:<http://doi.org/10.15198/seeci.2020.52.149-169>
- Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de Asamblea Nacional República del Ecuador: <https://www.asambleanacional.gob.ec/es>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Ecuador.
- Asamblea Nacional. (25 de Septiembre de 2012). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Obtenido de https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf
- Asamblea Nacional. (26 de junio de 2019). *Código de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá D.C., Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Boada, J., & Pilar, F. (2012). *Salud y Trabajo los nuevos emergentes riesgos psicosociales*. UOC.
- Bosqued, M. (2008). *Quemados: El síndrome del Burnout: ¿Qué es y cómo superarlo?*
- Cox, T., Griffiths, A., & Starvoulas, L. (2014). La organización del trabajo y el estrés. *Organización mundial de la Salud*.
- Crane, A., & Matten, D. (2010). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (3era ed.). Oxford: Oxford University Press.
- DataReportal. (17 de Febrero de 2020). *Digital 2020: Ecuador*. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ecuador>
- David, F. (1997). *Conceptos de administración estratégica*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana. .

- De Miguel Badesa, S. (1995). *Perfil del animador sociocultural*. Madrid: NARCEA, S.A.
- Díaz, D. (23 de febrero de 2016). *Forbes México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/todos-podemos-ser-agentes-de-cambio/>
- Duarte, F. (2015). Responsabilidad social empresarial. *Revista Lidera*, 41-45. Retrieved from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/18221>
- El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores. (07 de Mayo de 2004). Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx>
- Espinoza, E. (2020, Mayo). RIESGOS PSICOSOCIALES Y SATISFACCIÓN LABORAL EN EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL: UN ESTUDIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. *PSICOLOGÍA*, 4, 21-39. Retrieved from <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1088/1121>
- Federación Española de Municipios y Provincias. (Octubre de 2007). *Guía para Sensibilizar y Prevenir desde las Entidades Locales la Violencia contra las Mujeres*. Obtenido de https://violenciagenero.igualdad.gob.es/profesionalesInvestigacion/intervencionLocal/recursos/docs/Guia_para_Sensibilizar_y_Prevenir.pdf
- Fernández, A., Gómez, C., Lago, M. I., Soto, J., & Vidal, R. A. (2015). *Análisis del estrés laboral (Burnout) del profesorado del ámbito sanitario de Formación Profesional del Ayuntamiento de Santiago de Compostela*. Lulu.com.
- Fernández, J. L., & Bajo, A. (julio-diciembre de 2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *ADResearchESIC*, 6(6), 130-143. doi:10.7263/ADR.RSC.006.07
- Fernández, L. (2013). *Síndrome Burnout en el personal sanitario*. Lulu.com.
- Fernández, R. (2013). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo*. Club Universitario.
- Figueroa, L., Aguirre, S., Wilches, M. J., & Rojas, M. V. (2012, Julio). Diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial en una empresa de consultoría a través de la aplicación del mercadeo social. *Dimensión Empresarial*, 10(2), 54-69. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4400375>
- Flores, O. (2018). *La comunicación organizacional en la prevención de riesgos laborales*. Retrieved from Tesis Doctoral: <https://drive.google.com/file/d/1BVvaLUB4q7jrEOmRhAQ0URIBtfVLI98y/view>
- Forero, J. (2018). Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3801/1/T-ULVR-3205.pdf>
- Gallardo, D., & Sánchez, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 14 - 31. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4288199>
- Gallego, A., Marquez, A., Millan, J., Moreno, N., Vida, R., Vida, J., & Viñas, J. (2006). *Manual para la formación en prevención de riesgos laborales*. LEX NOVA.
- García Izquierdo, B. (2000). *El valor de compartir beneficios*. España: Deusto.
- García, D. (15 de Junio de 2014). *La comunicación como factor clave en los riesgos psicosociales*. Obtenido de <https://prevencionar.com/2014/07/15/la-comunicacion-como-factor-clave-en-los-riesgos-psicosociales/>

- Gil-Monte, P. R. (Junio de 2012). *Scielo Perú*. Obtenido de Riesgos psicosociales en el trabajo y salud ocupacional: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s1726-46342012000200012&script=sci_arttext
- Gómez, A., Portalanza, A., Arias, C., & Espinoza, C. (December de 2020). Salaried Workers' Self Perceived Health and Psychosocial Risk in Guayaquil, Ecuador. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17 (23):9099, 1-10. doi:10.3390/ijerph17239099
- Guilen, G., & Espinosa, S. (2014). EN BUSCA DEL DESENREDOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. *Universidad de los Hemisferios*.
- Guzmán Jiménez, D. (2019). *Análisis Semiótico de Marketing Social Corporativo, Caso: COCA-COLA ("Camión Rojo", 2014)*. Obtenido de Unidad Nacional Autónoma de México: <http://132.248.9.195/ptd2019/febrero/0785296/Index.htmlTexto>
- Heller, E. (2008). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* (1era ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación. 4ta edición. Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista*. (6 ed.). México D.F.: McGRAW-HILL.
- Iles, A. (2008). Shifting to green chemistry: the need for innovations in sustainability marketing. *Business*(17), Business. doi:10.1002/bse.547
- INEC. (2019). Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>
- ISO 2015. (15, Septiembre 2015). *Norma Internacional ISO 9001 - 2015 Sistemas de gestión de la calidad*. Retrieved from Traducción Oficial: <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%209001-2015%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>
- Jefatura del Estado. (10 de noviembre de 1995). *Prevención de Riesgos Laborales*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-24292-consolidado.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11ava ed.). (G. D. Chávez, Ed.) México: Pearson Educación de México. Recuperado el 28 de enero de 2021
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & L. Roberto, E. (1993). *Mercadotecnia Social*. México: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Lee R., N. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (4th ed.). California, Los Angeles, Estados Unidos: SAGE Publications, Inc. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=NCoCYp-ZcR8C&printsec=frontcover&dq=Social+Marketing:+Influencing+Behaviors+for+Good&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi57qLRoo_wAhVTD1kFHXYCC4cQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=Social%20Marketing%3A%20Influencing%20Behaviors%20for%20Go
- López, C., & Enrique, M. (2016). Tipología de Mobbing - una mirada desde la responsabilidad de la empresa. *Sociologías*(43), 364-401.
- Mansilla, F. (2012). *Manual de Riesgos Psicosociales en el Trabajo: Teoría y Práctica: Cómo influyen los factores de riesgos psicosociales en el trabajo y su prevención*. ACADEMICA ESPAÑOLA.

- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de Mercados* (10ma ed.). México, D. F.: México: Cengage Learning.
- McGrath, S., & Whitty, J. (2017). Stakeholder defined. *International Journal of Managing Projects in Business*, 721-748. doi:0.1108/IJMPB-12-2016-0097
- McLean, G. (30 de Septiembre de 2010). Social Marketing. *Univerity of Wollongong Research Online*.
Obtenido de https://ro.uow.edu.au/sbshdr/2010/papers/16/?utm_source=ro.uow.edu.au%2Fsbshdr%2F2010%2Fpapers%2F16&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Mendoza, F., Terranova, J., Zambrano, V., & Macías, M. M. (2014). Estrategias de sensibilización y atención para la generación de interés en el aprendizaje de lengua. *nternational Journal of Developmental and Educational Psychology*, 17-30.
- Menéndez Diez, F. (2007). *Formación superior en prevención de riesgos laborales. Parte obligatoria y común*. LEX NOVA.
- Ministerio de Salud. (18 de Diciembre de 2015). *Ley Orgánica de Salud*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2019). *Política Nacional de Salud en el Trabajo 2019 -2025*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/10/MANUAL-DE-POLITICAS-final.pdf>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2020). *Protocolo de Prevención del Riesgo Psicosocial en intervinientes Operativos y Administrativos*. Obtenido de https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/protocolo-de-prevenci%C3%93n-de-riesgos-psicosoc-mtt2-_2020_2.pdf
- Ministerio de Telecomunicaciones. (26 de Agosto de 2013). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-mipymes-en-el-ecuador-utilizan-internet/>
- Ministerio de Trabajo. (2020). *Programas*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/programas/>
- Ministerio del Trabajo. (2017). *No. MDT-2017-0082*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/AM-82.-NORMATIVA-ERRADICACION-DE-LA-DISCRIMINACION-EN-EL-AMBITO-LABORAL.pdf?x42051>
- Ministerio del Trabajo. (14 de Septiembre de 2020). *ACUERDO MINISTERIAL Nro. MDT-2020-181*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/AM-MDT-2020-181-TELETRABAJO-14.09.2020-signed.pdf?x42051>
- Moreno, B., & Baez, C. (2010). *Factores y Riesgos Psicosociales, formas, consecuencias, medidas y buenas practicas*. Madrid.
- Navas, N. (2017). Marketing Social como elemento a considerar en la intervención social. *Unirevista. es*, 66-74.
- OIT. (2020). *Frente a la pandemia: garantizar la seguridad y salud en el trabajo*. Ginebra: OIT.
- OMS. (2020). *Promoción de la salud*. Obtenido de https://www.who.int/health-topics/health-promotion#tab=tab_1
- ONU. (12 de Agosto de 2015). *Seguimiento de los resultados de la Cumbre del Milenio*. Obtenido de https://www.cooperacionspanola.es/sites/default/files/agenda_2030_desarrollo_sostenible_cooperacion_espanola_12_ago_2015_es.pdf

- ONU. (18 de Abril de 2019). Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454601>
- OPS. (2020). *Promoción de la Salud*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/temas/promocion-salud>
- OSALAN. (Noviembre de 2014). *Guía de Prevención de Riesgos Psicosociales*. Obtenido de https://www.osalan.euskadi.eus/libro/guia-de-prevencion-de-riesgos-psicosociales-dirigida-al-delegado-o-delegada-de-prevencion/s94-osa9999/es/adjuntos/guia_riesgos_psicosociales_para_delegados_y_delegadas.pdf
- OSHA. (2020). *Enfermedades relacionadas con el trabajo*. Obtenido de <https://osha.europa.eu/es/themes/work-related-diseases>
- PCET-MALUR. (Abril de 2011). *Manual básico en salud, seguridad y medio ambiente de trabajo*. Obtenido de <https://odon.edu.uy/sitios/cosset/wp-content/uploads/sites/59/2018/06/Manual-basico-en-salud-seguridad-y-medio-ambiente-de-trabajo.pdf>
- Peiró, J. (2009). *Estres Laboral y Riesgos Psicosociales*. Universitat de Valencia.
- Pérez, L. (2004). *Marketing Social Teoría y Práctica*. Mexico: Pearson.
- Pérez, L. A. (2004). *Marketing Social. Teoría y práctica*. (1era ed.). México: Pearson.
- Ponce, H. (enero - junio de 2007). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12, 113 - 130. doi: ISSN 16968360
- Pozo, C. (2018). *Factores de riesgo psicosocial y desempeño laboral: el caso del área administrativa de la empresa Revestisa Cía. Ltda., de la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6165/1/T2592-MDTH-Pozo-Factores.pdf>
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la Lengua española*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Rahbar, & Wahid. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behaviour. *Business Strategy Series*, 78-83. doi:10.1108/17515631111114877
- Ramos, J. (2016). *Marketing de contenidos. Guía práctica*. XinXii.
- Reyes, J. (2019). Mercadotecnia con Beneficio Social. *IDEA RSE*, 1-7.
- Robalino Zumba, J. A. (28 de Julio de 2020). *EVALUACIÓN DE LOS FACTORES PSICOSOCIALES ANTE EL COVID19 EN EL PERSONAL DE UN SUPERMERCADO DE LA CIUDAD DE QUITO-ECUADOR*. Obtenido de https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/3861/2/Tesis-Alejandro%20Robalino_compressed.pdf
- Rodrigo Argullo, J. (2015). *Prevención de riesgos laborales. Nivel básico*. Ediciones Paraninfo, SA.
- Rojo, J. V., & Cervera, A. M. (2005). *El mobbing o acoso laboral*. Tebar.
- San Martin Love, V. (2019). *Evaluación de la cultura preventiva en seguridad y salud ocupacional en centro odontológico catedral ubicado dentro de la región Metropol*. Obtenido de USM: <https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/48311/3560901064768UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Secretaria Andina. (12 de Marzo de 2008). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>

- Secretaría de Salud. (Julio de 2010). *Manual de Mercadotecnia Social en Salud*. Obtenido de https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Manual_Mercadotecnia.pdf
- Seguí, G., & Pérez, H. (Mayo de 2016). Plan de Marketing Social para el proyecto de transferencia de los sistemas de riego estatales a los usuarios - Caso Sistema de Riego Cebadas. *Journal of Communication*, 1-42. Obtenido de https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142497/Estrategia_de__Marketing_Social_propuest.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SER. (28 de Abril de 2016). Obtenido de https://cadenaser.com/emisora/2016/04/28/radio_madrid/1461827901_070536.html
- SNAE. (s.f.). *Comunidad Andina (CAN)*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/comunidad-andina-can/#:~:text=SIGNIFICADO%20DE%20LA%20CAN.&text=Los%20pa%C3%ADses%20que%20conforman%20son,diversidad%20cultural%2C%20%C3%A9tnica%20y%20ling%C3%BC%C3%ADstica>
- SRI. (2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/catastros>
- SUPERCIA. (07 de Octubre de 2011). *RESOLUCIÓN No. SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- Tandalla, S. (2018, Junio). *CULTURA PREVENTIVA: ESTRATEGIAS DE CAMBIO CULTURAL DE OBLIGATORIEDAD A CONCIENCIACIÓN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA GENERAR EXCELENCIA, SALUD EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD*. Catalunya: Escuela Politécnica Superior d'Edificació de Barcelona. Retrieved from https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/133780/Mem%3%b2ria_TandallaSandra%20Marcela.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- UISEK. (Diciembre de 2017). *I Encuesta sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo: Quito (I-ECSST)*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/I_Encuesta_sobre_Condiciones_de_Seguridad_y_Salud_.pdf
- UISEK. (2018). *Primera Encuesta sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo en Micro y Pequeñas Empresas*. UISEK. Quito: Santillana S. A.
- Uleviciute, R. (21 de Mayo de 2021). *Los principales canales de comunicación que se utilizarán en 2021*. Obtenido de <https://atlasmic.com/es/blog/communication-channels>
- ULVR. (2019). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.ulvr.edu.ec/academico/unidad-de-titulacion/proyecto-de-investigacion>
- Verona, M. C., & Santana, R. (Julio-Diciembre de 2012). El Mobbing: ¿El crimen perfecto? No, Qué más quisieran "algunos". *Criterio Libre*, 10(17), 147-176.
- Vidal, M. d. (2006). El mobbing en el trabajo. *Revista General Informática de Derecho*(1), 27-44.
- Vidal, V. (2019). *El Estrés Laboral: Análisis y Prevención*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Warrink, D. (2018). The Marketing Mix in a Marketing 3.0 Context. *ResearchLeap*, 1-15.
- Zarza, J. D. (2019). *Mobbing, Burnout y Estrés Laboral Guía para mejorar la salud*. Ediciones Diference.
- ZOOM. (2021). *Zoom Soluciones*. Obtenido de <https://zoom.us/pricing>

Anexos

Anexo 1 Guía de preguntas para la Entrevista a Expertos en Seguridad y Salud en el Trabajo.

Provincia:	Guayas
Ciudad:	Guayaquil
Lugar:	Plataforma Google Meet
Entrevistado/a:	
Introducción:	Entrevista dirigida a expertos en seguridad y salud ocupacional en PYMES dedicadas al Comercio.
Duración	1 hora
P.1 Según su experiencia en las PYMES que ha evaluado, ¿Cómo los riesgos psicosociales impactan en las empresas?	
P.2 Acorde a las empresas que usted ha evaluado, ¿Cuál es su apreciación sobre la escasa o nula prevención de riesgos psicosociales que existe en las PYMES?	
P.3 Considera usted que los empleadores/representantes legales de las PYMES necesitan poseer conocimiento sobre la prevención de riesgos psicosociales. ¿Por qué?	
P.4 ¿Qué recomendaría usted como profesional en Seguridad y Salud Ocupacional, deberían hacer los empleadores/representantes legales para reducir los casos de riesgos psicosociales en las PYMES?	
P.5 ¿Considera usted que una campaña dirigida a los empleadores/representantes legales de las PYMES ayudaría a prevenir los riesgos psicosociales?	

**Anexo 2 Cuestionario de Encuestas a Empleadores – Representantes Regales –
Administrativos RRHH**

Provincia:	Guayas					
Ciudad:	Guayaquil					
Actividad económica:	Comercio					
Instrucción:	<p>Los empleadores/representantes legales que fueron seleccionados para el presente estudio no se eligieron por su nombre sino al azar. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales. Te pedimos que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas.</p> <p>Lee las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción y otras son de varias opciones.</p> <p>¡Muchas gracias por tu colaboración!</p>					
1) DATOS GENERALES						
P1. Género del encuestado						
a) Masculino:		b) Femenino:				
P2. Edad						
Edad		25-34 años	35-44 años	45-54 años	Igual o mayor a 55 años	
		a)	b)	c)	d)	
P3. ¿Cuál es su nivel más alto de estudios? (marque una opción)						
Nivel de estudios		Educación básica	Artesano	Educación media (Bachiller)	Tercer nivel (Técnico / Licenciatura / Ingeniería)	Cuarto nivel (Magister / Doctorado)
		a)	b)	c)	d)	e)
P4. ¿Cuántas personas aproximadamente trabajan en la empresa?						
Nº de Trabajadores		10-49	50-100	100 - 199		
		a)	b)	c)		
2) CONDICIONES DE TRABAJO						
P.5 ¿Cuántas horas semanales cumplen los trabajadores y/o colaboradores de la empresa?						
Horas de trabajo semanal		menos de 20 horas	20 horas	40 horas	más de 40 horas	
		a)	b)	c)	d)	
P.6 Califique del 1 al 5 (1 si está Completamente en Desacuerdo y 5 si está Completamente de Acuerdo) cada uno de los siguientes criterios.						
FACTORES	Dimensiones	(1) Completamente en Desacuerdo	(2) En Desacuerdo	(3) Parcialmente de Acuerdo	(4) De Acuerdo	(5) Completamente de Acuerdo
CARGA Y RITMO DE TRABAJO	a) Se establecen y se respetan las horas de trabajo según lo que dispone la Ley a los trabajadores.					

CARGA Y RITMO DE TRABAJO	b) Cuento con trabajadores satisfechos y productivos.					
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	c) En la empresa se realizan capacitaciones y/o entrenamientos al personal de trabajo sobre la prevención de riesgos psicosociales.					
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	d) Existe un buen clima laboral dentro de la empresa.					
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	e) Se utiliza formas de comunicación accesibles y adecuadas para la comprensión de los trabajadores.					
SOPORTE Y APOYO	f) En la empresa se brinda toda la información relacionada a los programas de prevención de riesgos psicosociales.					
SOPORTE Y APOYO	g) En la empresa las actividades y funciones de cada trabajador son específicas de tal manera que no generan ningún tipo de inconvenientes.					
ACOSO LABORAL	h) Si se detecta algún tipo de discriminación o acoso en el trabajo, se aplican las sanciones pertinentes.					
ACOSO LABORAL	i) En la empresa se respetan las limitaciones y condiciones de las personas con discapacidad.					
ACOSO SEXUAL	j) La empresa está libre de acoso sexual.					
3) PERCEPCIÓN DE CONOCIMIENTO						

P.7 ¿Realiza usted el Programa de Riesgos Psicosociales que deben cumplir obligatoriamente las empresas?					
a) Sí		(Pasar a la pregunta P.8)	b) No		(Pasar a la pregunta P.7.1)
P.7.1 ¿Por qué no?					
a) Desconocimiento		b) No lo considera necesario		c) No lo considera importante	
P.8 ¿Sabía usted que según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) las empresas gastan más recursos económicos en la recuperación de la salud de los trabajadores en vez de prevención?					
a) Sí			b) No		
P.9 Entonces, ¿Participaría en una campaña que le ayude a prevenir los riesgos psicosociales en la empresa?					
a) Sí		(Pasar a la pregunta P.10)	b) No		(Pasar a la pregunta P.9.1)
P.9.1 ¿Por qué?					
a) Falta de tiempo		b) No cuenta con personal especializado		c) Recursos económicos no disponibles	
P.10 ¿Qué medios de comunicación considera idóneos para recibir información sobre la prevención de riesgos psicosociales?					
Medios de comunicación	Correo electrónico	Grupo de WhatsApp	Canal de Telegram	E-Learning (Plataforma Moodle)	Redes Sociales (Cuentas de Facebook, Instagram, Twitter)
	a)	b)	c)	d)	e)

Anexo 3 Guía de preguntas para el Grupo de Enfoque a Representantes de trabajadores.

Provincia:	Guayas			
Ciudad:	Guayaquil			
Sector:	Comercio			
1) DATOS GENERALES				
P1. Género del entrevistado				
a) Masculino:		b) Femenino:		
P.2 ¿Cuántos años tiene de experiencia dentro de la empresa?				
Indicar tiempo de experiencia	2-9 años	10-20 años	Igual o mayor a 21 años	
	a)	b)	C)	
2) CONDICIONES DE TRABAJO				
P.3 ¿Cuántas horas semanales cumplen para desarrollar sus actividades laborales?				
Horas de trabajo semanal	menos de 20 horas	20 horas	40 horas	más de 40 horas
	a)	b)	c)	d)
3) EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES LABORALES A TRABAJADORES				
FACTORES	P4. Factores de riesgos psicosociales que inciden en los trabajadores			
CARGA Y RITMO DE TRABAJO	a) Se establecen y se respetan sus horas de trabajo según lo que dispone la Ley.			
	b) Tiene suficiente tiempo para realizar todas las actividades asignadas.			
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	c) Las formas de comunicación en su trabajo son adecuados, accesibles y fáciles de comprender.			
	d) Existe un buen clima laboral en la empresa donde usted labora.			
SOPORTE Y APOYO	e) Si se detecta algún tipo de discriminación o acoso en el trabajo, se aplican las sanciones pertinentes.			
	f) En el trabajo realizan capacitaciones y/o entrenamientos sobre la prevención de riesgos psicosociales.			
	g) Todos los días siente que ha descansado lo suficiente y posee la energía para iniciar su trabajo en las diferentes actividades diarias.			
	h) En la empresa se respetan las limitaciones y condiciones de las personas con discapacidad.			
	i) En el trabajo tienen opción para crecer profesionalmente.			
ACOSO LABORAL	j) En el trabajo se siente libre de conflictos estresantes, rumores maliciosos o calumniosos sobre mi persona.			
	k) La empresa está libre de acoso sexual.			
P.5 ¿Qué sugerirían para prevenir los riesgos psicosociales dentro de la PYME donde trabaja?				

Anexo 4 Base de datos extraída del SRI

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ACTIVIDAD_ECONOMICA	(Varios elementos)						
2	ESTADO_CONTRIBUYENTE	ACTIVO						
3	ESTADO_ESTABLECIMIENTO	ABI						
4								
5	Cuenta de ACTIVIDAD_ECONOMICA	Etiquetas de columna						
6	Etiquetas de fila	TARQUI	Total general					
7	ACKER S.A.	1	1					
8	ACOSTA QULLI LOURDES IVONNE	1	1					
9	AGUACALLO MOROCHO OLGA MARIA	1	1					
10	AGUIRRE VACA MARIO CHRISTIAN	1	1					
11	ALAVA LIMONGI JACINTO RAFAEL	1	1					
12	ALMACENES LEON S.A.	1	1					
13	ALMESPANA CÍA. LTDA.	2	2					
14	ALQUINGA CATAGÑA JORGE MANUEL	1	1					
15	ALVARADO VARGAS ANA MIRIAM	1	1					
16	ALVAREZ VERGARA MANUEL EMILIANO	1	1					
17	ANDRADE MOLINA LUIS EDUARDO	2	2					
18	ANGULO JEREMIAS ROSWIN FERNANDO	1	1					
19	ARAMBULO ALVAREZ GALO PATRICIO	1	1					
20	ARAUZYUNGAICELA JOSUE GABRIEL	1	1					
21	ARELLANO CANALES MARITZA DANIELA	1	1					
22	ARIAS ESPINOZA DAVID OMAR	1	1					
23	ARIAS VEGA JORGE ARMANDO	1	1					
24	ARROBA SORIA VICENTE ANDRES	1	1					
25	ARTECRIL S.A.	1	1					
26	ARTELEN ARTEFACTOS ELECTRICOS ENSAMBLADOS S.A.	1	1					
27	ASANTECORP S.A.	2	2					
28	AUDIO CENTRO	1	1					
29	BACO INTERNACIONAL S.A. BACOINTERSA	2	2					
30	BALLADARES PALOMEQUE NORMA VICTORIA	1	1					
31	BAQUERIZO SOTOMAYOR OMAR HUMBERTO	1	1					
32	BARBERAN GUILLEN JOSE MARTIN	1	1					
33	BARRERA MURILLO BRYAN ALEXANDER	1	1					
34	BARRERA MURILLO JORGE ENRIQUE	1	1					
35	BERRONES HERNANDEZ JORDY NOE	1	1					
36	BLACK & DECKER DELECUADOR S.A.	1	1					
37	BOLAÑOS VERA ROBERTO CARLOS	1	1					
38	BORBOR GONZALEZ SHIRLEY DENISSE	1	1					
39	BRAVISICORP S.A.	1	1					
40	BRIONES GERMAN SANDRA MARILU	1	1					
41	BSELECTRODOMESTICOS SAC S.A.	1	1					
42	BURGOS GONZALEZ JULIO CESAR	1	1					
43	CABELLO SIGUENZA JENNY ELISA	2	2					
44	CALDERON CEDEÑO MERCEDES MARILU	1	1					
45	CALLE MARTINEZ ALEXANDRA DEL ROCIO	1	1					
46	CALLE MIELES CESAR STEVEN	1	1					
47	CALVA GUAYANAY MARIA JIMENA	1	1					
48	CAMPUZANO SANTILLAN JAVIER ALBERTO	1	1					
49	CANDO PAZMIÑO LUIS CRISTIAN	2	2					
50	CARRIO CAMBA DIEGO IGNACIO	1	1					
51	CARRIEL VERA MANUEL IGNACIO	1	1					
52	CASGUZ S.A. CASA GUZMAN	1	1					
53	CASTILLO NAVARRETE JORGE MIGUEL	1	1					
54	CASTRO CARVAJAL MARCO ANTONIO	1	1					
55	CASTRO GUAMBAÑA WILLIAM MARCELO	1	1					
56	CAXA, AROSEMENA & COMPAÑIA S.A.	1	1					
57	CELLNEL S.A.	5	5					
58	CHAMBA LUIS FERNANDO	1	1					
59	CHANG SEGURA YINSAN MANPIO	1	1					
60	CHAVEZ CORDERO JUAN CARLOS	1	1					
61	CHEUNG CHEUK SHING	2	2					
62	CHICHOS CHILLAGANA CECILIO	1	1					

Figura 30 Base de datos del SRI
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Anexo 5 Pymes para el muestreo aleatorio

A	B	C	D	E	F	G	H
MUESTREO ALEATORIO SIMPLE							
1	ACKER S.A.	1	39	CALLE MARTINEZ ALEXANDRA DEL			
2	ACOSTA GUILLO LOURDES IVONNE	2	246	FROYA S.A.			
3	AGUAGALLO MOROCHO OLGA MARIA	3	43	CANDO PAZMIÑO LUIS CRISTIAN			
4	AGUIRRE VACA MARIO CHRISTIAN	4	158	IMPORTADORA RIVALTON S.A.			
5	ALAYZA LIMONGI JACINTO RAFAEL	5	272	SALAS ZAPATA CLIMACO ANTONIO			
6	ALMAGENES LEON S.A.	6	191	MARIN RIVERA FREDDY OMAR			
7	ALMESPANA CIA. LTDA.	7	124	GAMBOA GARCIA ERNESTO			
8	ALQUINGA CATAÑA JORGE MANUEL	8	256	REPRESENTACIONES YOLANDITA S.A. REPEYOLSA			
9	ALVARADO VARGAS ANA MIRIAM	9	280	SARMIENTO VIVEROS ALEXANDRA ELIZABETH			
10	ALVAREZ VERGARA MANUEL EMILIANO	10	323	VOR ALLEN S.A.			
11	ANDRADE MOLINA LUIS EDUARDO	11	195	MEDINA YEPEZ GREGORIO			
12	ANGULO JEREMIAS ROSVIVY FERNANDO	12	104	ESCOBAR CASTRO BLANCA			
13	ARAMBULO ALVAREZ GALO PATRICIO	13	173	KANGLE ENSAMBLADORA DE ARTEFACTOS ELECTRICOS S.A.			
14	ARAUZ YUNGAICELA JOSUE GABRIEL	14	103	ENSATYE ENSAMBLADORA ELECTRONICA S.A.			
15	ARELLANO CAÑALES MARITZA DANIELA	15	125	GANADERIA EL PORCEL S.A.			
16	ARIAS ESPINOZA DAVID OMAR	16	281	SENNI S.A. "EN LIQUIDACION"			
17	ARIAS VEGA JORGE ARMANDO	17	156	IMPORTADORA DIMID S.A.			
18	ARROBA SORIA VICENTE ANDRES	18	295	TAY LEE CASTILLO RAQUEL			
19	ARTECIBIL S.A.	19	190	MARCIMEX S.A.			
20	ARTELEN ARTEFACTOS ELECTRICOS ENSAMBLADOS S.A.	20	87	DISTRIBUIDORA MUSICAL PENTAGRAM CIA. LTDA.			
21	ASANTECORP S.A.	21	160	IMPORTADORA VARGAS S.A. EN LIQUIDACION			
22	AUDIO INTERNACIONAL S.A. BACOMINTERSA	22	2	ACOSTA GUILLO LOURDES IVONNE			
23	BACD INTERNACIONAL S.A. BACOMINTERSA	23	60	COMERCIAL VACA, VACOMERCIAL			
24	BALABARADO PALOMIE NORRIA VICTORIA	24	71	CORREA DELGADO JOSE FABRICIO			
25	BAQUERIZO SOTOMAYOR OMAR HUMBERTO	25	75	CORTEZ VILLAMAR EDWIN ABEL			
26	BARBERAN GUILLEN JOSE MARTIN	26	266	POSE PETRILLI CHRISTOPHER			
27	BARRERA MURILLO BRYAN ALEXANDER	27	87	DISTRIBUIDORA MUSICAL PENTAGRAM CIA. LTDA.			
28	BARRERA MURILLO JORGE ENRIQUE	28	267	ROSSY-FASHION INTERNACIONAL RINTECO REPRESENTACIONES INDUSTRIALES Y SERVICIO TECNICO CIA. LTDA.			
29	BERRONES HERNANDEZ JORDY NOE	29	258	GUERRERO AGURTO RICARDO LUIS			
30	BLACK & DECKER DEL ECUADOR S.A.	30	138	MORAN HUERTA WENDY RAQUEL			
31	BOLAÑOS VERA ROBERTO CARLOS	31	206	DULCEMAR S.A.			
32	BORBOR GONZALEZ SHIRLEY DENISSE	32	83	ZAMBRANO RONQUILLO MARIA AUXILIADORA			
33	BRAVISICORP S.A.	33	328	MEDINA YEPEZ GREGORIO			
34	BRIONES GERMAN SANDRA MARILU	34	195	PALACIOS MARTINEZ JONATHAN NAPOLEON			
35	BSH ELECTRODOMESTICOS SAC S.A.	35	227	IMPORTADORA SUNEY SOCIEDAD ANONIMA			
36	BURGOS GONZALEZ JULIO CESAR	36	159	TECNO GLOBAL IMPORTADORA			
37	CABELLO SIGUENZA JENNY ELISA	37	297	HERNANDEZ FONSECA CARLOS			
38	CALDERON CEDENO MERCEDES MARILU	38	144	GUTIERREZ ALCIVAR JAMMO			
39	CALLE MARTINEZ ALEXANDRA DEL ROCIO	39	140	VINTIPARTES CIA. LTDA.			
40	CALLE MIELES CESAR STEVEN	40	320	MORAN SALAZAR ALEX JESSI			
41	CALVA GUAYANAY MARIA JIMENA	41	208	CASTILLO NAVARRETE JORGE			
42	CAMPUZANO SANTILLAN JAVIER ALBERTO	42	47	PROAÑO SANCHEZ FELIX JAVIER			
43	CANDO PAZMIÑO LUIS CRISTIAN	43	244	KHAYRI S.A.			
44	CARPIO CAMBA DIEGO IGNACIO	44	174	MITE REGATTO CARMEN JANETH			
45	CARRIEL VERA MANUEL IGNACIO	45	201	SOLEDISPA RODRIGUEZ TITO WASHINGTON			
46	CASQUIZ S.A. CASA GUZMAN	46	291	BARBERAN GUILLEN JOSE MARTIN			
47	CASTILLO NAVARRETE JORGE MIGUEL	47	26	CORREA DELGADO JOSE FABRICIO			
48	CASTRO CARVAJAL MARCO ANTONIO	48	73	BLACK & DECKER DEL ECUADOR			
49	CASTRO GUAMBAÑA WILLIAM MARCELO	49	30	SILVA QUINDE SAMUEL IGNACIO			
50	CAXA, AROSEMERA & COMPAÑIA S.A.	50	288	ELECTROHERNANDEZ S.A.			
51	CELINEL S.A.	51	98	TORAL ABAD GEOVANNY			
52	CHAMBA LUIS FERNANDO	52	303	RODIMUS S.A.			
53	CHANG SEGURA YINSAN MAMPIO	53	261	ARAUZ YUNGAICELA JOSUE			
54	CHAVEZ CORDERO JUAN CARLOS	54	14	TKYELECTROS S.A.			
55	CHUNG CHEUK SHING	55	233	GANADERIA EL PORCEL S.A.			
56	CHOCHOS CHILLAGANA CECILIO	56	125	AGUAGALLO MOROCHO OLGA PROYECTOS Y SERVICIOS GLOBACIENCIA S.A.			
57	CHUN S.A.	57	3	COMERCIAL IMPORTADORA QUALIMAX S.A.			
58	COMERCIAL IMPORTADORA QUALIMAX S.A.	58	250	ROJAS PONCE ANDREA MICHAEL			
59	COMERCIAL MELVILLE S.A. MELVILLASA	59	58	MONKAR S.A.			
60	COMERCIAL VACA, VACOMERCIAL S.A.	60	263				
61	COMERPEL S.A.	61	218				
62	COMPAÑIA GENERAL DE COMERCIO Y	62	222				
63		63	222				
64		64	222				
65		65	222				
66		66	222				
67		67	222				
68		68	222				
69		69	222				
70		70	222				
71		71	222				
72		72	222				
73		73	222				
74		74	222				
75		75	222				
76		76	222				
77		77	222				
78		78	222				
79		79	222				
80		80	222				
81		81	222				
82		82	222				
83		83	222				
84		84	222				
85		85	222				
86		86	222				
87		87	222				
88		88	222				
89		89	222				
90		90	222				
91		91	222				
92		92	222				
93		93	222				
94		94	222				
95		95	222				
96		96	222				
97		97	222				
98		98	222				
99		99	222				
100		100	222				

Figura 31 Pymes para el muestreo aleatorio
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Anexo 6 Matriz de Evaluación completa



Prevenir los riesgos psicosociales está en tus manos.

@cuidemonos-todos

INSTRUCCIONES PARA EL USO DE PLANTILLA

1. La planilla de control está diseñada para verificar el cumplimiento de las acciones y tácticas definidas para la correcta implementación de la campaña.
2. Para esto se debe seleccionar en las casillas coloreadas la opción "SI", cuando se cumplió con las acciones y tácticas o en su defecto mantener la opción "NO" preestablecida, cuando la actividad no se realizó.
3. Una vez seleccionado automáticamente se calculará el porcentaje de cumplimiento de cada acciones y tácticas definidas e incorporados.

PRODUCTO	Acciones y Tácticas	Responsable	P R O D U C T O					CUMPLIMIENTO TOTAL
			1	2	3	4	5	
A1:ES1:OE1	Crear logotipo ajustado al nombre de la campaña.	Diseador Gráfico / Community Manager	NO					0%
A2:ES2:OE1	Servicios de información gratuita en canales digitales.	Agente de cambio social y Community Manager	NO					
P1 CUMPLIMIENTO			0%	0%	0%	0%	0%	
PROCESO	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES2:OE2	Tipo de costo: Tiempo y Psicológico.	Community Manager	SI					100%
P2 CUMPLIMIENTO			0%	100%	0%	0%	0%	
PLAZA	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES3:OE3	Diseño de Fan Page en redes sociales: Facebook e Instagram, para difusión de las actividades de la campaña.	Diseador Gráfico / Community Manager			NO			0%
A2:ES3:OE3	Crear grupo en Facebook y WhusApp para consultas sobre prevención y riesgos psicosociales.	Diseador Gráfico / Agente de cambio social			NO			
A3:ES3:OE3	Crear correo electrónico y cuenta en aplicación para videoconferencias.	Diseador Gráfico / Community Manager			NO			0%
T1	Crear correo electrónico de Gmail para campaña.	Community Manager / Técnico en seguridad y salud ocupacional			NO			
T2	Crear cuenta en Zoom (pagada) para videoconferencias.	Community Manager / Agente de cambio social			NO			0%
P3 CUMPLIMIENTO			0%	0%	0%	0%	0%	
PROMOCIÓN	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES4:OE4	Creación de mensaje	Community Manager / Agente de cambio social				SI		20%
A2:ES4:OE4	Diseño de contenido de cambio social (educativo) para la prevención de riesgos psicosociales usando herramientas gratuitas.	Diseador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social				NO		
T1	Lanzamiento de campaña	Community Manager				NO		20%
T2	Difusión de contenido educativo / concientizador en los medios digitales de la campaña.	Community Manager				NO		
T2.1	Diseño de capacitaciones a empleadores para charlas gratuitas trimestrales.	Community Manager / Agente de cambio social				NO		20%
T1	Aprovechar fechas conmemorativas para realizar acciones educativas y concientización: "Cuidémonos entre todos"	Community Manager / Agente de cambio social				SI		
A3:ES4:OE4	Diseño de charlas gratuitas educativas / concientizadoras trimestrales.	Community Manager / Agente de cambio social				SI		20%
T2	Difusión de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.	Diseador Gráfico / Community Manager / Agente de cambio social				NO		
T3	Desarrollo de las charlas gratuitas educativas / concientizadoras.	Community Manager / Agente de cambio social				NO		20%
P4 CUMPLIMIENTO			0%	0%	33%	20%	0%	
PROCESO	Acciones y Tácticas	Responsable	1	2	3	4	5	CUMPLIMIENTO TOTAL
A1:ES5:OE5	Plantear el procedimiento para adquirir información directa e indirecta.	Community Manager / Agente de cambio social					NO	0%
A2:ES6:OE5	Asociación con organización y/o profesionales técnicos que se dedican a la prestación de servicios de asesorías para la seguridad y salud en el trabajo.	Community Manager / Agente de cambio social					NO	
P5 CUMPLIMIENTO			0%	0%	0%	0%	0%	

	SI NO										Porcentaje de cumplimiento		
	S1	S3	S5	S7	S9	TOTAL	SI	NO	SI	NO			
P1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100%
	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0%
P2	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100%
P3	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	25%
P4	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	25%
P5	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P6	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P7	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P8	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P9	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P10	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P11	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P12	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P13	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P14	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%
P15	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%

Figura 32 Matriz de Evaluación
Elaborado por: Sánchez & Vera (2021)

Anexo 7 Evidencia de investigación

LinkedIn

Mensajes

Buscar mensajes

18:35
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:32
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:31
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:31
Tú: Te agradezco de antemano tu respuesta a mi encuesta. 🙏

18:30
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:30
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:29
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:29
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:29
Tú: 🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

Registro de Respuesta

WhatsApp 09:26 90%

docs.google.com

Sres. EMPLEADORES / REPRESENTANTES LEGALES / ADMINISTRATIVOS

Se ha registrado tu respuesta. Agradezco tu colaboración.

[Enviar otra respuesta](#)

Este formulario se creó en Universidad Laica Vicente Rocafuerte. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

WhatsApp

Archivados

18:54
¡Muchas Gracias por su colaboración!

18:53
¡Muchas Gracias!

18:39
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:39
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:38
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:38
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:38
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:38
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:38
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:37
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:37
Hola !! Gracias por comunicarte con sushi_fresh c...

18:37
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

18:36
🙋 Es un gusto saludarte: Soy estudiante de la...

en línea

18:38
Sres. EMPLEADORES / REPRESENTANTES LEGALES / ADMINISTRATIVOS
Es un gusto saludarlos. Soy estudiante de la Universidad docs.google.com

🙋 Es un gusto saludarte:

Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de Riesgos Psicosociales en las PYMES de la Ciudad de Guayaquil.

Te pido que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

Lee las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción y otras son de varias opciones.

Duración Aproximada: 3 minutos

LINK del formulario: <https://forms.gle/Hc5BhwwHictpbkg96>

18:38

Gracias por comunicarte con tapas gourmet 🍷. Por favor, haznos saber cómo podemos ayudarte. @gourmettapas.ec 18:38

👍 18:43

Tú
🙋 Es un gusto saludarte:
Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil ...
Estoy atento. Me interesa mucho, 18:51

¡Muchas Gracias! 18:53

Correo electrónico



Sanchez Ruiz, Yuryko Yamileth - ysanchez@ulvr.edu.ec
para cndelcorp -

15:47 (hace 3 horas) ☆ ↶

Es un gusto saludarte

Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de Riesgos Psicosociales en las PYMES de la Ciudad de Guayaquil.

Te pido que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

Lee las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción y otras son de varias opciones.

Duración Aproximada: 3 minutos

LINK del formulario: <https://forms.gle/Hc6BHWfHctpbkg96>

ENCUESTA A EMPLEADORES / REPRESENTANTES LEGALES DE PYMES SOBRE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES



<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para healyhmozo	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imuz	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh.recut	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para proceso.mh	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para moogingm92	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para senlec_gm	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para seleccopar.2	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para telestomyc.2	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para Ropez	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para dominicapi.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para gonzalecp.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para telestomaj.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para seleccojm.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para amancero.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para abgrenorio.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para huring.m	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para vacamagye	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh.sewico	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para seleccomh.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para gestonecc.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para rocalogaj.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para seleccion	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para telestomajm.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para selecconap.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para selecciom	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para meagpa	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para bahavado	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para epicomea2	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para mana.aad2	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para ocaador.2	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para eddyrosato	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para amantec	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para versanoraso	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para contabilidad	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imataca	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para humano.vac	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para claudia.vi	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para selecconec	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para oc.cabab	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para recoopar	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para telestomajm.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para 01m.see	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para telestomajm.	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando una encuesta sobre la Prevención de
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para avallatieri	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para imh	👍 Hola! Es un gusto saludarte. Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y por efectos académicos de Proyecto de Titulación estoy realizando