

Plan de Endomarketing en la Seguridad y Salud en el Trabajo para Reducir los Riesgos y Accidentes en la Empresa de COMTECO R.L.

Rodrigo Ruiz Andia

Universidad Católica Boliviana San Pablo
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1831-6631>
email: rodrigo.ruiz@ucb.edu.bo

Virginia Mercedes Fernández Daza

Universidad Católica Boliviana San Pablo
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0305-0663>
email: virginiafernandez@ucb.edu.bo

Jorge Valverde Cazano

Universidad Católica Boliviana San Pablo
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4676-967X>
email: jvalverdec@ucb.edu.bo

Recepción: 15 de marzo del 2025

Aceptación: 09 de julio del 2025

Resumen: El artículo desarrolla un plan de Endomarketing orientado a mejorar la seguridad y salud en el trabajo dentro de la empresa COMTECO R.L., ubicada en Cochabamba. La investigación surge de la necesidad de reducir la frecuencia de accidentes laborales y fortalecer la cultura preventiva entre los trabajadores, identificando debilidades en la capacitación, señalización, comunicación interna y uso de equipos de protección personal (EPP). Se realizó un diagnóstico basado en encuestas a 253 trabajadores, entrevistas y análisis documental, evidenciando que solo el 40% está completamente informado sobre los riesgos laborales y que existe un bajo nivel de motivación y compromiso con la seguridad. Entre los hallazgos más relevantes, se identifican accidentes recurrentes como fatiga postural, contactos eléctricos y caídas, especialmente en los predios

Administrativo, Muyurina y Técnico. Las causas principales incluyen escasa señalización, comunicación ineficiente, cronogramas deficientes de formación, y programas de seguridad poco dinámicos. Para enfrentar esta problemática, el estudio propone estrategias de Endomarketing como boletines informativos, capacitaciones interactivas con storytelling, talleres, simulacros, incentivos no económicos, campañas visuales y uso de medios digitales para reforzar el mensaje preventivo. Se plantea involucrar a todos los niveles de la empresa, incluyendo liderazgo activo y participación de empleados en comités de seguridad.

La propuesta busca transformar la seguridad y salud en el trabajo en un valor organizacional, promoviendo la fidelización del empleado, su compromiso con la prevención de riesgos y un entorno laboral más motivado. El plan incluye indicadores de seguimiento, metas anuales y un presupuesto de implementación. Se concluye que el Endomarketing es una herramienta eficaz para incrementar la satisfacción laboral, reducir accidentes y fortalecer la imagen institucional. Se recomienda monitorear constantemente los resultados, incentivar la participación y adaptar los recursos según las necesidades detectadas, logrando así una mejora sostenible en la cultura de seguridad laboral

Clasificación JEL: J28, M32, M54

Palabras clave: Endomarketing, Seguridad laboral y Concientización



Licencia: Cc By

Tipo de Licencia: Attribution 4.0 International

Referencia: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

Endomarketing Plan for Occupational Health and Safety to Reduce Risks and Accidents at COMTECO R.L.

Abstract: This article develops an endomarketing plan aimed at improving occupational health and safety within COMTECO R.L., a company located in Cochabamba. The research arose from the need to reduce the frequency of workplace accidents and strengthen the preventive culture among workers, identifying weaknesses in training, signage, internal communication, and the use of personal protective equipment (PPE). A diagnosis was conducted based on surveys of 253 workers, interviews, and documentary analysis, revealing that only 40% are fully informed about occupational hazards and that there is a low level of motivation and commitment to safety. Among the most relevant findings, recurring accidents such as postural fatigue, electrical contacts, and falls were identified, especially in the Administrative, Muyurina, and technical areas. The main causes include poor signage, inefficient communication, deficient training schedules, and sluggish safety programs. To address this problem, the study proposes endomarketing strategies such as newsletters, interactive training with storytelling, workshops, drills, non-financial incentives, visual campaigns, and the use of digital media to reinforce the preventive message. It is proposed to involve all levels of the company, including active leadership and employee participation in safety committees. The proposal seeks to transform occupational health and safety into an organizational value, promoting employee loyalty, commitment to risk prevention, and a more motivated work environment. The plan includes monitoring indicators, annual goals, and an implementation budget. It concludes that endomarketing is an effective tool for increasing job satisfaction, reducing accidents, and strengthening the corporate image. It is recommended to constantly monitor results, encourage active participation, and adapt resources according to identified needs, thus achieving a sustainable improvement in the workplace safety culture.

JEL classification: J28, M32, M54

Keywords: Endomarketing, Workplace Safety, and Awareness

Introducción

La seguridad y salud en el trabajo son fundamentales para prevenir accidentes y proteger a los trabajadores en los ámbitos físico, mental y emocional, garantizando un ambiente laboral adecuado (Cuesta Santos, 2019). Aunque muchas empresas han incorporado esta filosofía en su cultura organizacional, reduciendo accidentes y la probabilidad de fatalidades, aún es necesario realizar enfoques innovadores en este campo. Este estudio analiza la importancia de la seguridad laboral en las empresas, identificando estrategias para minimizar riesgos y mejorar el bienestar de los empleados, a un nivel propositivo y recomienda la posterior implementación a detalle, lo que requerirá el diseño de recursos específicos. Además, se evaluará cómo la seguridad influye en la productividad y satisfacción del personal, así como el papel del marketing en la promoción de prácticas seguras y la mejora continua dentro de la organización. La particularidad de esta investigación radica en la aplicación de este enfoque de marketing para la promoción de la seguridad, siendo esta una iniciativa sin precedentes en la Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba (COMTECO R.L).

2. Contexto institucional

COMTECO R.L, la principal empresa de telecomunicaciones en Cochabamba (fundada en 1944), brinda servicios de televisión por cable e internet, telefonía móvil, telefonía fija y banda ancha, con aproximadamente 120,000 suscriptores. Entre 1997 y 2007, experimentó un crecimiento significativo gracias a su estrategia de expansión y diversificación. En febrero de 2021, lanzó su plataforma de Streaming Go on TV, permitiendo a los usuarios personalizar su experiencia con acceso a contenidos como Disney+, Amazon Prime, HBO GO y Spotify. La empresa cuenta con varios predios, distribuidos entre sus trabajadores y algunos también accesibles a clientes externos. Los predios más grandes incluyen Muyurina (donde se encuentran las áreas administrativa y técnica) e Hipódromo sumando un total de aproximadamente 815 trabajadores distribuidos en tres turnos. Los otros predios son Sud, Norte, Quillacollo.

En los últimos años, COMTECO R.L. ha implementado ideas para la sección de protección y bienestar en el trabajo para todas sus instalaciones. Sin embargo, a pesar del entusiasmo inicial, estos esfuerzos han tenido una baja

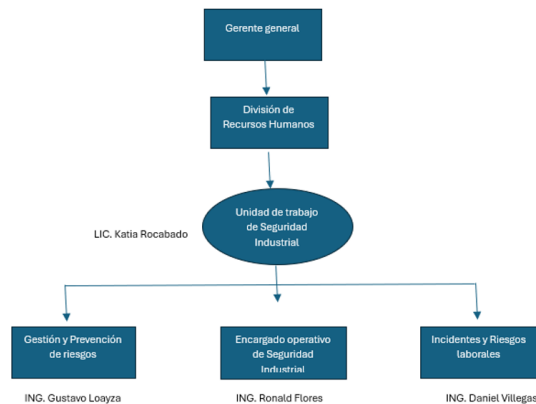
sostenibilidad, ya que los riesgos y peligros persisten con el tiempo. La presente investigación busca establecer un mecanismo que permita internalizar en los empleados la filosofía de seguridad y salud laboral, garantizando su integridad en todas las áreas y niveles de la empresa. (Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba, R.L. 2021).

El departamento de seguridad y salud industrial de COMTECO R.L. monitorea los riesgos en las áreas de trabajo, gestionando su reducción a través de medidas formales y no formales. A lo largo de la vida de la empresa, ha implementado diversas estrategias, como el Manual de Seguridad Industrial (elaborado en 1944), el Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional (implementado en 2001), los Comités Mixtos (establecidos en 2003), la Norma de Higiene y Salud Ocupacional (introducida en 2009) y los Protocolos de Bioseguridad (desarrollados en 2020). (COMTECO R.L., 2021).

Si bien estas medidas han contribuido a mejorar la seguridad, siguen registrándose incidentes que afectan tanto a los trabajadores como a la productividad de la empresa.

Figura 1

Organigrama de Departamento de Seguridad y Salud en el Trabajo COMTECO RL.



Fuente: Departamento de seguridad y salud en el trabajo COMTECO R.L., 2021.

La figura 1 muestra la composición del departamento de Seguridad y Salud de Trabajo donde se realizó la investigación, la cual se centra netamente en el predio principal administrativo técnico de COMTECO R.L. (ubicado en

Cercado, Cochabamba, calle La Paz 713 y Muyurina en J. de la Cruz Torres), esto por requerimientos de la empresa. Se analizaron sus necesidades, percepciones y satisfacción laboral para implementar estrategias de Endomarketing que mejoren la comunicación, el conocimiento de normas y el plan de seguridad. Teóricamente el estudio se orienta a desarrollar un programa de Endomarketing en el área de seguridad industrial para concienciar sobre los riesgos laborales. Temporalmente, la investigación inició en marzo de 2024 y tendrá una duración de 10 meses, finalizando en diciembre de 2024. El objeto de estudio son los accidentes laborales en la empresa, evaluando su frecuencia, causas y consecuencias para identificar patrones y factores de riesgo, con el fin de mejorar las condiciones de trabajo y reducir la incidencia de incidentes.

2.1 Propósito de la investigación

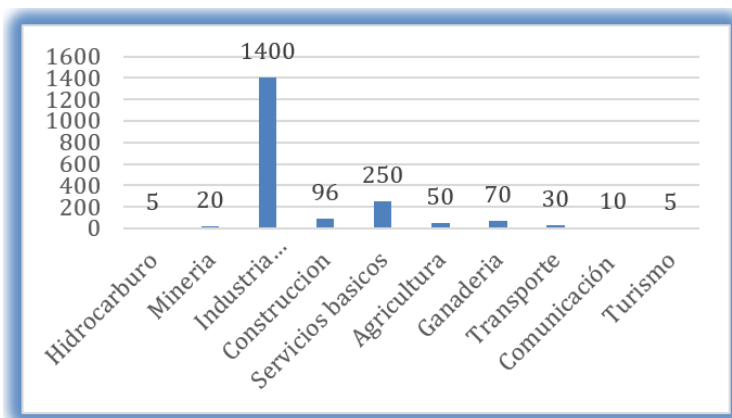
El propósito de la investigación es desarrollar un Plan de Endomarketing en la seguridad y salud en el trabajo para reducir los riesgos y accidentes laborales en COMTECO R.L. Para este efecto se procedió a: Diagnosticar el nivel de conciencia sobre seguridad y salud en el trabajo en los predios, analizar la percepción de los trabajadores respecto a la comunicación interna en materia de seguridad y salud, promover estrategias de optimización del programa Seguridad de Salud en Trabajo (SST) a través del Endomarketing y proponer un programa de Endomarketing para fortalecer la concienciación en seguridad y salud laboral.

2.2 Antecedentes

Los hombres han enfrentado riesgos laborales desde la antigüedad; por ejemplo, en la edad del bronce se dedicaban a la agricultura y las artes, exponiéndose a peligros por guerras y expansión. La Revolución Industrial y la invención de la máquina de vapor por James Watt en 1776, el trabajo artesanal se transformó en industria manual, aumentando los accidentes laborales. Esto llevó a la implementación de leyes de protección, y la creación de entes institucionales como la primera oficina de estadística en EE. UU. en 1870 y la ley de seguro laboral en Wisconsin en 1911. Hoy en día, la seguridad y salud en el trabajo son campos reconocidos y formalizados, resultado del trabajo interdisciplinario a nivel mundial (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2001).

En este contexto global, la situación de los accidentes laborales a nivel nacional también presenta particularidades. Según datos más recientes y fidedignos a nivel nacional los sectores de manufactura y comercio concentran el 65,55% de los accidentes laborales reportados en 2017. Sin embargo, el área de la construcción presenta la mayor cantidad de accidentes, aunque su registro es bajo debido a la informalidad de muchas empresas. Entre enero y septiembre de 2017, se reportaron 2142 accidentes laborales a nivel nacional, de los cuales 1404 ocurrieron en manufactura y comercio. Los accidentes pueden ser denunciados por trabajadores, sus familias o las propias empresas, y el Ministerio de Trabajo verifica los casos en un plazo máximo de cinco días (Instituto Nacional de Estadística, 2017).

Figura 2
Accidentes de trabajo nacionales, Gestión 2017



Fuente: Elaborado en base a datos del INE, 2017.

Entre 2020 y 2023, el Ministerio de Trabajo registró un total de 37.347 accidentes laborales a nivel nacional, siendo el 2023 el año con mayor cantidad de casos reportados (12.869). Del total, 28.572 incidentes correspondieron a trabajadores varones y 8.775 a mujeres. La mayor concentración de accidentes se dio entre los 29 y 44 años, con 19.855 casos. Esta situación evidencia la persistencia de riesgos laborales significativos en el país y la necesidad de políticas preventivas más efectivas. (Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social, 2024).

Internacionalmente, el Endomarketing ha sido estudiado en distintas empresas para evaluar sus beneficios en la relación entre empleados y la organización. Rosales (2015) investigó su impacto en colegios privados de Santo

Tomás la Unión, Suchitepéquez, concluyendo que mejorar el dialogo interno, el compromiso del personal y la capacitación son claves para optimizar el servicio al cliente. Sin embargo, el Endomarketing sigue siendo una estrategia poco utilizada, lo que puede generar desmotivación en los empleados. Hernández (2014) diseñó un plan de Endomarketing para Annar Diagnostica Import S.A.S., enfocándose en fidelización y reconocimiento de marca. Encuestas aplicadas a 235 empleados, identificaron problemas en la comunicación y gestión de recursos humanos, a pesar del alto compromiso del personal. Su propuesta abarcó imagen corporativa, motivación, satisfacción laboral y trabajo en equipo.

Sevilla (2013) analizó el Endomarketing en Confía S.A. con el fin de mejorar su competitividad en el mercado local. Aplicando un enfoque cualitativo y descriptivo, encuestó y entrevistó a 17 empleados, concluyendo que la estrategia debía centrarse en la satisfacción del cliente interno y el fortalecimiento del vínculo entre trabajadores y la empresa. En general, estos estudios resaltan la importancia de implementar programas de Endomarketing para mejorar la comunicación, motivación y compromiso dentro de las organizaciones, lo que repercute positivamente en la productividad y satisfacción laboral (Rosales, 2015; Hernández, 2014; Sevilla, 2013).

En contraste con los estudios internacionales, el Endomarketing en el contexto boliviano se presenta como una estrategia innovadora que busca fortalecer la motivación y el compromiso de los trabajadores dentro de las empresas. Mamani (2019) desarrolló un plan de Endomarketing en la pizzería «El Pizarrón» de Potosí, con el objetivo de fidelizar a la clientela interna. A través de cuestionarios, entrevistas y observación, se evaluó el estado actual de la fidelización y se propusieron estrategias alineadas con la alta dirección, objetivos claros y planificación para futuras implementaciones. Los resultados mostraron que aplicar Endomarketing en empresas bolivianas puede generar un efecto positivo en la satisfacción laboral y el crecimiento de la organización.

A nivel local, en Cochabamba el Endomarketing es una herramienta clave para que las empresas destaquen en el mercado, ya que fortalece la relación con los trabajadores y mejora su compromiso organizacional. Claros (2022) señala que, en un mundo saturado de publicidad, muchas empresas aún no aprovechan el potencial del Endomarketing para impulsar su éxito. Mientras que grandes

compañías como Coca-Cola, Toyota y Sony utilizan estrategias de marketing bien definidas, las microempresas deben recurrir a métodos más directos como volantes y anuncios. En este contexto, el Endomarketing surge como una estrategia interna que motiva a los empleados a involucrarse más con la empresa y ofrecer un mejor servicio al cliente.

Aplicar estrategias de Endomarketing en sectores específicos, como la seguridad industrial, representa una oportunidad innovadora. En COMTECO, por ejemplo, se busca fijar la seguridad en la mente de los trabajadores a través del marketing interno, promoviendo mayor compromiso y una conexión más estrecha con el área. Cuando los empleados están satisfechos y confían en los productos o servicios de su empresa, pueden transmitir esa seguridad al cliente externo, fortaleciendo la imagen corporativa y el éxito del negocio (Claros, 2022).

2.3 El Endomarketing en la seguridad y salud en el trabajo

Todos los trabajadores tienen derecho a la salud y seguridad en el trabajo, con el objetivo de prevenir enfermedades y accidentes laborales. Sin embargo, muchas veces el uso del equipo de protección personal (EPP) se percibe como una obligación y no como una necesidad, ya que algunos trabajadores confían en su experiencia o lo consideran incómodo. A pesar de las campañas y capacitaciones, estas medidas resultan insuficientes para generar una verdadera concientización en los empleados (Chirinos, Pinto & Salgado, 2006).

El Endomarketing en seguridad y salud laboral juega un papel clave al mejorar la comunicación entre los trabajadores y el prevencionista, yendo más allá de las campañas tradicionales al enfocarse en la experiencia del empleado y su motivación intrínseca, fortaleciendo la cultura organizacional y la conciencia sobre la importancia de la prevención. Además de reducir accidentes, esta estrategia fomenta un ambiente de trabajo seguro y confiable. De este modo, el Endomarketing contribuye a la fidelización y bienestar de los trabajadores, consolidando una verdadera cultura de prevención.

2.4 Unidad de trabajo de seguridad industrial

El área de seguridad y salud en el trabajo de COMTECO R.L. supervisa la implementación de procesos técnico-administrativos, define políticas y normas, y gestiona actividades preventivas en cumplimiento de regulaciones oficiales.

Las acciones clave incluyen la gestión y prevención de riesgos mediante medidas técnicas y administrativas, el control de pérdidas accidentales por parte del encargado operativo de seguridad, la aplicación de instancias que controlen pérdidas accidentales por parte del encargado operativo de seguridad, y la identificación y reducción de riesgos laborales para disminuir accidentes. A pesar de contar con implementos de seguridad, la cultura preventiva es baja debido a la falta de tiempo para capacitaciones, escaso interés en seguridad y débil responsabilidad de los trabajadores en salud ocupacional.

3. Problema o desafío

COMTECO R.L. es una empresa con trayectoria en el mercado cochabambino, pero enfrenta desafíos en la concientización sobre seguridad y salud en el trabajo. Es crucial establecer un método con estrategias organizadas y dinámicas que mejoren la respuesta de los trabajadores ante riesgos laborales, protegiendo tanto los bienes de la empresa como el entorno que la rodea.

3.1 Identificación del problema

El diagnóstico logró identificar que si bien existe la capacitación necesaria departe del departamento de seguridad y salud en el trabajo, de parte de la empresa COMTECO R.L a sus trabajadores, no se observan criterios claros de aplicabilidad por parte de los trabajadores, ya que prima el conocimiento autodidacta frente al conocimiento brindado por parte de la empresa que permite actuar de forma eficiente y eficaz en el momento en el que exista una emergencia o accidente de trabajo y así poder evitar pérdidas que sean materiales, bajas médicas, no solo por un motivo de requerimiento legal sino también por un motivo económico y social. En resumen, existen altas frecuencias de incidentes laborales en COMTECO R.L

3.2 Contexto del problema

La Tabla 1 que se presenta a continuación ha sido proporcionada por la empresa COMTECO R.L., en el formato establecido. A pesar de la implementación de diversos mecanismos de Seguridad y salud en el trabajo el comportamiento histórico de accidentes laborales en COMTECO R.L, en los últimos tres años es el siguiente:

Tabla 1
Registro Histórico de Accidentes en el Predio 1, Sucursal Prado. (Adminis.)

ACCIDENTES	2021	2022	2023	PROM
Caídas al mismo nivel	3	0	0	1
Caídas de altura	0	2	1	1
Contactos eléctricos	1	3	4	2
Cortes y pinchazos	5	2	7	4
Incendios	3	2	1	2
Fatiga postural	45	30	25	33
Golpes (cabeza, espalda)	22	20	15	19
Subtotales	79	58	53	63

Fuente. Elaboración propia sobre la base de datos de una comunicación personal con personal de COMTECO en fecha 24 de octubre de 2024

Se demuestra que en el predio 1; Visto en tabla 1, perteneciente al sector administrativo de COMTECO R.L se logró identificar que la mayor afluencia de accidentes corresponde a la categoría ergonómica donde presentan fatiga postural en los puestos de trabajo, debido a que en esta área se encuentran los trabajadores de la corporación donde sus actividades principales corresponden a oficina o administración, de igual forma se identificó que los trabajadores perteneciente a esta área cuentan con un promedio de edad mayor a 40 años.

Tabla 2
Registro Histórico de Accidentes en el Predio 2, Sucursal Muyurina.

ACCIDENTES	2021	2022	2023	PROM
caídas al mismo nivel	3	2	1	2
caídas de altura	8	5	1	6
contactos eléctricos	10	7	5	7
cortes y pinchazos	17	15	10	14
incendios	1	1	1	1
fatiga postural	20	15	10	15
golpes(cabeza,espalda)	12	15	12	13
subtotales	71	60	40	58

Se demuestra en el predio 2; visto en la tabla 2, perteneciente al sector Muyurina de COMTECO R.L se logró identificar que las mayores afluencias de accidentes son de mayor gravedad corresponde a instalaciones eléctricas y

caídas a desnivel, debido a que en esta área se encuentran los trabajadores que se encargan de hacer instalaciones a nivel general y se identificó que los trabajadores pertenecientes a esta área cuentan con un promedio de edad mayor a 25 años.

Tabla 3
Registro Histórico de Accidentes en el Predio 3 (Técnico)

ACCIDENTES	2021	2022	2023	PROM
caídas al mismo nivel	2	1	0	1
caídas de altura	3	0	1	1
contactos eléctricos	5	3	2	3
cortes y pinchazos	2	5	6	4
incendios	1	1	1	1
fatiga postural	10	7	12	9
golpes (cabeza, espalda)	17	15	12	15
subtotales	40	36	34	37

Se demuestra en el predio 3; visto en la tabla 3, perteneciente al sector Técnico de COMTECO R.L se logró identificar que tiene una variedad de accidentes, que son de gravedad media, lo cual en esta área se encuentran los trabajadores de corporación y los que son encargados soluciones técnicas e instalaciones dentro de la empresa, los accidentes de este predio cuentan con menor grado de gravedad.

Tabla 4
Registro Histórico de Accidentes TOTALES en los 3 últimos años

ACCIDENTES	2021	2022	2023	PROM
Caídas al mismo nivel	8	3	1	4
Caídas de altura	11	7	3	7
Contactos eléctricos	16	13	11	13
Cortes y pinchazos	24	22	23	23
Incendios	5	4	3	4
Fatiga postural	75	52	47	58
Golpes (cabeza, espalda)	51	20	39	37
Subtotales	190	121	127	146

En la tabla 4, se demuestra de manera general que los accidentes continúan, se puede observar el promedio y el total de accidentes en los 3 últimos años, donde cada año se nota de manera mínima que va reduciendo el número de accidentes debido a las normas y a los planes de emergencia que se fueron implementando y aplicando año tras año. Causas más probables

Tabla 5
Riesgos y accidentes laborales en la Empresa COMTECO R.L

CAUSA 1 Insuficientes medidas y usos de EPPS	CAUSA 2 Falta de concientización y comunicación de los trabajadores
CAUSA 5 Persistentes riesgos y peligros laborales en COMTECO R.L	
CAUSA 3 Insuficientes medidas de señalización	CAUSA 4 Cronogramas deficientes de seguridad y salud en el trabajo

Fuente: Elaboración propia, 2024.

3.3 Identificación y descripción de las causas más probables

Las principales causas de la baja cultura de seguridad y salud en el trabajo incluyen el uso insuficiente de equipos de protección personal (EPP), comunicación deficiente, falta de concientización, señalización insuficiente y programas de seguridad inadecuados.

3.3.1 Causa1: Insuficientes Medidas y Uso de EPP

En COMTECO R.L., el incumplimiento del uso de equipos de protección personal (EPP), exigidos por la Ley General de Higiene y Seguridad Ocupacional, ha sido una causa recurrente de accidentes. Además, la falta de compromiso con los implementos de bioseguridad, como barbijos y alcohol, contribuyó a contagios de COVID-19 y pérdidas para la empresa.

3.3.2 Causa 2: Comunicación Escasa y Falta de Concientización

La falta de comunicación entre trabajadores y prevencionistas, especialmente entre empleados de mayor antigüedad, afecta la concientización sobre seguridad. La omisión de medidas preventivas no solo representa una pérdida para la empresa ante accidentes laborales, sino que también impacta a las familias de los empleados.

3.3.3 Causa 3: Insuficientes Medidas de Señalización

La señalización es fundamental para advertir riesgos y promover medidas de seguridad en el entorno laboral. No obstante, en COMTECO R.L., la insuficiencia o ineficacia de la señalización actual dificulta la prevención de accidentes, al no proporcionar información clara y oportuna a los trabajadores. A continuación, se verá algunas señalizaciones en los diferentes predios:

Figura 3

Predio Administrativo



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura 4

Predio Técnico



Fuente: Elaboración propia, 2024.

La empresa cuenta con insuficientes medidas de señalización o simplemente medidas de señalización comunes poco genéricas o poco visibles , lo cual quiere decir que su implemento de señalización no logra captar la atención de los trabajadores y con esto proceder a implementar diferente señalización , que llegue a la conciencia del trabajador de COMTECO R.L y eso produce que pasen de largo algunas señalizaciones y se produzca un accidente en los diferentes predios, se identificó en la figura 3 ubicada en el patio el sector administrativo, ilustra la escasez de medidas de señalización en dicha área.

Se logró captar en la figura 4 que solo existen conos y poca señalización en el predio técnico lo cual en dicho lugar se realizó un simulacro y los trabajadores no tenían una idea clara de cómo realizar sus actividades correspondientes.

Figura 5
Predio Muyurina



Fuente: Elaboración propia, 2024.

En la figura 5 se puede identificar que no existe la señalización adecuada, por lo se recomienda que debe de existir señalización en lugares más estratégicos dentro de la empresa en el predio Muyurina.

Como se observa en la Figura 6, la falta de atención de los trabajadores a las señalizaciones es consecuencia directa del exceso de texto o la obsolescencia de las mismas. Esta ineficacia en la señalización contribuye significativamente a la ocurrencia de accidentes y riesgos laborales.

Figura 6
Señalizaciones

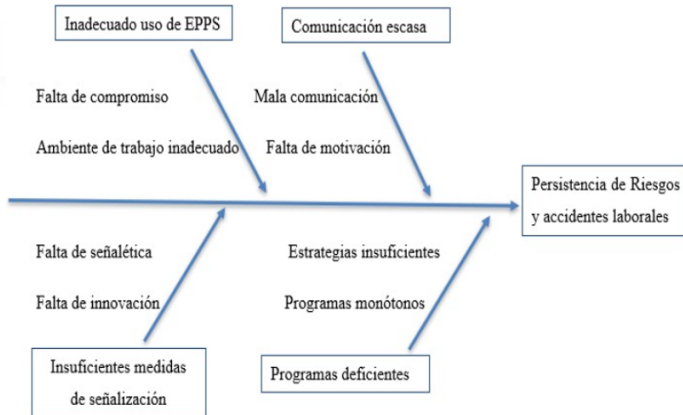


Fuente: : Elaboración propia sobre la base de COMTECO, 2009

3.3.4 Causa 4: Programas Deficientes de Seguridad y Salud en el Trabajo

En la empresa COMTECO R.L., los medios y técnicas empleados para brindar información sobre seguridad industrial resultan ser deficientes, insuficientes y monótonos. Esta situación ha generado un bajo nivel de involucramiento por parte del personal, lo cual limita su participación en las capacitaciones y

Figura 7
Consistencia con los Datos De la Situación Actual de COMTECTO R.L



Fuente: Elaboración propia, 2024.

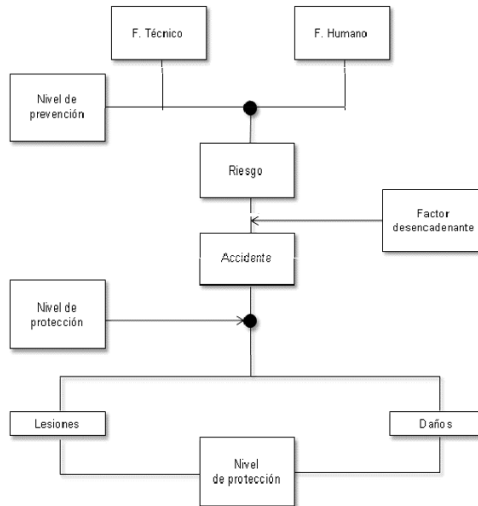
reduce su conocimiento sobre cómo actuar ante situaciones de emergencia o eventos inesperados en la vida real. Como consecuencia, se incrementa el riesgo de que continúen ocurriendo accidentes laborales, lo que puede traducirse en mayores pérdidas para la empresa y la persistencia de condiciones inseguras.

El diagrama de espina de pescado (Figura 7) describe la situación actual de COMTECO R.L por lo cual se destacan algunos factores o causas más probables e importantes por lo cual dan origen a la persistencia de riesgos y accidentes laborales.

4. Marco Teórico y Conceptual

La salud es un concepto integral que incluye el bienestar físico, mental y social, en interacción con el entorno (Salvador, 2010). El trabajo no solo satisface necesidades materiales y culturales, sino que también impacta el bienestar personal (Ballesteros y Garcia, 2010). La prevención es una responsabilidad legal del empleador para reducir riesgos laborales que afectan la salud. Las condiciones de trabajo son clave en la seguridad, pues deficiencias en infraestructura o ambiente pueden generar peligros (Ballesteros y Garcia, 2010). (Figura 8)

Figura 8
Origen de Accidentes de Trabajo



Fuente: Tomado de Ballesteros y Garcia, 2010.

La seguridad laboral (Figura 8) se define como el conjunto de métodos no médicos destinados a identificar, analizar y corregir circunstancias que pueden provocar accidentes, con el fin de prevenir o reducir perjuicios a la salud (Ballesteros y Garcia, 2010). Los riesgos laborales surgen de errores humanos o técnicos y pueden generar accidentes de diversa gravedad, desde heridas leves hasta situaciones mortales. Estos incidentes no solo afectan al trabajador, sino que también implican costos sociales y económicos para su familia, la empresa y la sociedad en general (Ballesteros y Garcia, 2010).

4.1 Enfermedades profesionales e higiene industrial

La enfermedad laboral se refiere a cualquier condición patológica causada por la exposición continua a factores originados en el entorno de trabajo (Ballesteros y Garcia, 2010). La higiene industrial es un conjunto de métodos para identificar y corregir condiciones laborales que podrían provocar enfermedades laborales, con el objetivo de prevenirlas (Ballesteros y Garcia, 2010). Dentro de la higiene teórica, se categoriza a los contaminantes en tres tipos: químicos, físicos y biológicos, como factores clave en la aparición de enfermedades laborales (Ballesteros y Garcia, 2010).

Los contaminantes (Tabla 6) en la higiene laboral se clasifican en químicos, físicos y biológicos, según su origen y efectos en la salud. Los químicos incluyen sustancias que pueden ingresar al cuerpo por distintas vías y causar enfermedades. Los físicos son factores energéticos del entorno que pueden provocar daños como degeneraciones y neoplasias. Los biológicos, por su parte, consisten en microorganismos que generan enfermedades infecciosas y parasitarias. La higiene operativa busca reducir estos contaminantes mediante medidas correctivas y monitoreo de la salud. Además, la fatiga y la ergonomía influyen en la seguridad laboral, ya que la carga de trabajo puede reducir la capacidad de reacción y aumentar el riesgo de accidentes. En Bolivia, la Resolución Ministerial N° 1411/18 y la Norma Técnica de Seguridad NTS-009/18 regulan los Programas de Seguridad y Salud Laboral (PSST), estableciendo su implementación obligatoria en todas las empresas para prevenir riesgos y garantizar condiciones laborales seguras (Ministerio de Trabajo, empleo y Previsión Social, 2018).

Tabla 6
Clasificación de Contaminantes en la Higiene Teórica

TIPO	ESTADO DE FORMA	AGREGACIÓN
Contaminantes químicos		Polvos
	Sólidos	Fibras
		Humos, etc.
	Líquidos	Pulverizados Aerosoles Lluvias, etc.
	Gaseosos	Gases Vapores Humos
Contaminantes físicos (energías)		Ruidos
		Vibraciones
		Radiaciones electromagnéticas
		Radiaciones corpusculares
		Golpe de calor/frío
		Presión/depresión Campos magnéticos, etc.
Contaminantes Biológicos		Parásitos
		Virus
	Origen animal	Bacterias Protozoos Etc.
		Hongos
	Origen vegetal	Líquenes Etc.

Fuente: Recomendaciones de Seguridad Aplicadas en Ballesteros y Garcia (2010)

El marketing, según Kotler y Armstrong (2011), es una filosofía de gestión orientada a satisfacer las necesidades del mercado de manera eficiente. Stanton, Etzel y Walker (2010) destacan su enfoque en la orientación al cliente. Wilensky (2000) enfatiza el posicionamiento de productos en la mente del consumidor, incluyendo estrategias como el marketing de influencers y la comunicación en espacios públicos. Además, el marketing genera demanda a partir de necesidades y deseos específicos, atrayendo y manteniendo clientes mediante una oferta de valor diferenciada (Chirinos, Pinto, & Salgado, 2006).

4.2 Proceso del Marketing

El marketing estratégico busca alinear los recursos de una empresa para lograr una ventaja competitiva y garantizar la satisfacción del consumidor a largo plazo. Hernández y García (2000) destacan su orientación hacia la competitividad sostenida, mientras que Escudero y Múnuera (2010) lo definen como un conjunto de estrategias adaptadas al entorno empresarial. En el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo, el marketing se aplica para mejorar productos, servicios y procesos en función de las necesidades humanas, que varían según el contexto laboral. Por ejemplo, un trabajador de la construcción requiere protección contra caídas y polvo, mientras que un oficinista debe cuidar su postura y visión. La seguridad y la prevención se vinculan con el autocuidado y el uso adecuado de equipos de protección (Chirinos, Pinto & Salgado, 2006).

4.3 Principios de marketing aplicados en prevención

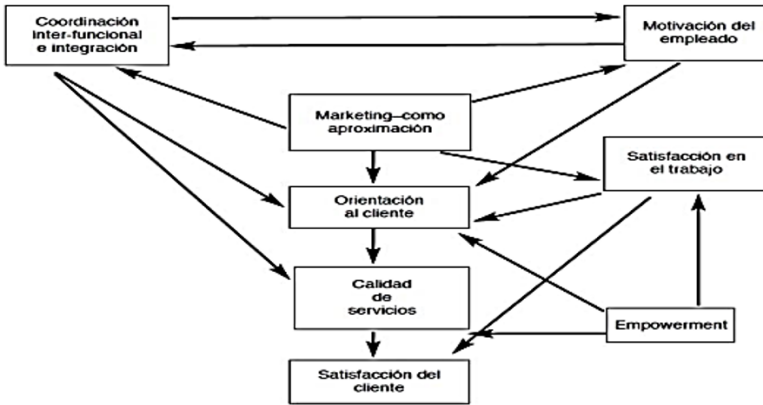
Los principios del marketing pueden aplicarse a la prevención laboral a través de estrategias como la identificación con trabajadores protegidos (principio de similitud), el compromiso mediante acuerdos formales (principio de compromiso y coherencia) y el respaldo normativo de expertos (principio de autoridad). Además, la escasez motiva el cumplimiento de medidas resaltando riesgos, mientras que la popularidad y la belleza influyen en la adopción de conductas seguras (Chirinos, Pinto & Salgado, 2006). Para difundir estos mensajes se emplean señalización, afiches, redes sociales y otros medios corporativos (Chirinos, Pinto & Salgado, 2006).

4.4 Modelos de Endomarketing

Según Leonard Berry, el empleado debe ser considerado un cliente interno, y su satisfacción representa una ventaja competitiva para la organización (citado en Arca, 2020)

Christian Grönroos, a través de su modelo (Figura 10), plantea que para mantener motivados a los empleados es fundamental brindarles desarrollo y una adecuada información previa. Para ello, propone el uso del marketing externo, interno e interactivo como elementos clave para lograr una comunicación transparente entre la empresa y sus clientes, tanto internos como externos (Figura 9).

Figura 11
Modelo de Endomarketing de Rafiq y Ahmed



Fuente: Arca, D, 2020.

El Endomarketing busca motivar a los empleados, fortalecer la comunicación interna e integrarlos como embajadores de la empresa. Para lograrlo, se utilizan diversas herramientas, entre las cuales destaca el Marketing de Contenidos, que, según Giraldo (2020), fomenta la lealtad y expande la base de clientes mediante contenido valioso.

Figura 12
Los Empleados como Embajadores de Marca. Emprendedor en la nube.



Fuente: Medina, 2019.

Según un análisis reciente de Knoesen (2020), las necesidades humanas se organizan en una jerarquía que, una vez satisfechas, dejan de ser prioritarias. Estas incluyen: necesidades fisiológicas, que están relacionadas con la supervivencia; necesidades de seguridad, que emergen cuando las primeras son cubiertas; necesidades de afiliación, que involucran el amor y la pertenencia a una sociedad, cuya frustración puede causar inadaptación; necesidades de reconocimiento, vinculadas a la autoestima y el respeto, fundamentales para evitar sentimientos de inferioridad; y, finalmente, necesidades de autorrealización, que buscan la autosatisfacción y el desarrollo personal para llegar a ser la mejor versión de uno mismo.(Figura 12)

Figura 13

La Pirámide de Maslow. Las necesidades humanas para triunfar.



Fuente: Maslow,1943

La experiencia del trabajador en la organización incrementa la felicidad y la productividad, permitiendo alcanzar hasta un 40% más de rendimiento y un 80% más de creatividad e innovación, además de fomentar un compromiso total y reducir hasta en un 60% la rotación de empleados. La satisfacción laboral, definida como la realización óptima de tareas gratificantes y remuneradas, puede mejorar con el aumento de responsabilidades y tareas complejas. Esta es crucial, ya que reduce la posibilidad de abandono, mejora el desempeño y fortalece la fidelidad del empleado. Según Fernández (2020), la verdadera satisfacción en el trabajo está relacionada con las oportunidades de crecimiento, la calidad del liderazgo y las

gratificaciones en tiempo o dinero, lo que, al ser más gratificante, incrementa la dedicación del trabajador. De acuerdo con investigaciones los expertos clasifican diferentes niveles de satisfacción laboral: (Figura 13).

Figura 14
Satisfacción Laboral, Guía para mejorarla



Fuente: Fernández, 2020.

La satisfacción laboral puede evaluarse a través de diversos indicadores, como el trabajo en equipo, la relación con los superiores, la naturaleza del trabajo, las condiciones laborales y el bienestar del empleado. Conocer la situación del trabajador en términos emocionales, profesionales y económicos permite comprender su grado de satisfacción, lo que influye directamente en su productividad y eficiencia dentro de la organización. Los empleados motivados y comprometidos alcanzan mayores niveles de desempeño, fortaleciendo así el crecimiento empresarial.

Para medir la satisfacción en el entorno laboral, los expertos recurren a distintos métodos de encuesta, como el índice global único, la medición global y el puntaje por facetas, además de entrevistas personales en ciertos

casos (Fernandez, 2020). Las organizaciones de alto rendimiento realizan al menos una encuesta anual, aunque las evaluaciones constantes son consideradas más precisas para mejorar la experiencia del empleado. La escala de Likert es la herramienta más utilizada en estos estudios, ya que permite recopilar información clave sobre la percepción de los trabajadores y facilita la toma de decisiones para optimizar su rendimiento y bienestar en la empresa. (Figura 14).

4.5 Ventajas del Endomarketing

El Endomarketing ofrece múltiples beneficios para las organizaciones, entre los que destacan la reducción de costos, la fidelización del cliente interno y la mejora en la toma de decisiones Moreira Mero et al. (2020). Además, permite medir el efecto de las actividades de bienestar y capacitación, facilitando la reorientación de los programas formativos. También contribuye al conocimiento de los objetivos del negocio y la cultura organizacional, promoviendo una mayor alineación entre los colaboradores. Asimismo, fomenta la confianza, mejora la eficiencia operativa y reconoce los logros individuales y colectivos, fortaleciendo la entrega y la motivación dentro de la empresa.

Los procesos, definidos como un conjunto de etapas organizadas con lógica para alcanzar un resultado concreto, son fundamentales en diversos ámbitos, incluido el empresarial. Estos procedimientos están diseñados para incrementar la productividad, establecer un orden y optimizar la gestión de recursos.

La fidelización de clientes es un proceso complejo que depende de la conexión emocional y el comportamiento del consumidor (Berdugo Romero & Payares Jiménez, 2017). Barquero (2007) sostiene que programas adecuados fomentan la retención.

4.6 Variable Dependiente: Satisfacción del Cliente

El concepto de servicio ha sido definido por Betancourt y Mayo (2010) como la prestación humana que satisface una necesidad social. En cuanto a la calidad del servicio, los autores explican que es el juicio global del consumidor basado en la comparación entre expectativas y percepciones. Kotler, P., & Keller, K. L. (2013) define la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación entre el desempeño percibido de un producto o servicio y sus expectativas.

5. Metodología

La investigación asume un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para analizar la seguridad y salud en el trabajo en COMTECO R.L. Se efectuó un estudio descriptivo y exploratorio, basado en encuestas aplicadas a los trabajadores, entrevistas con los responsables del área de seguridad y un análisis documental de los registros de accidentes laborales. Además, se realizó un diagnóstico organizacional para evaluar el nivel de concientización y el impacto de las estrategias implementadas en la prevención de riesgos. Los datos fueron analizados empleando estadística descriptiva y análisis de contenido, lo que permitió identificar patrones, deficiencias y oportunidades de mejora en la ejecución de las medidas de seguridad.

5.1 Hipótesis

Debido al descuido, la falta de capacitación y la escasa comunicación entre los trabajadores y el departamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, la persistencia de riesgos y accidentes en la empresa COMTECO R.L continua, impidiendo que haya un cambio progresivo en los trabajadores. Sin embargo, mediante la optimización de los programas en el sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, a través del plan de Endomarketing basado en las necesidades de los trabajadores de COMTECO R.L, se podrá mejorar la prevención y reducir, o incluso evitar, los accidentes y riesgos que siguen persistiendo en la empresa. (Tabla 7)

De este modo se identifica como variable dependiente a la propuesta del Plan de Endomarketing y como variable independiente a la satisfacción, comunicación y seguridad en los ambientes de trabajo.

6. Análisis y resultados

El análisis de datos sobre la concientización en seguridad laboral permite identificar deficiencias, evaluar la efectividad de la capacitación, prevenir accidentes y garantizar el cumplimiento normativo. Además, facilita la promoción de una cultura de seguridad, fomentando la responsabilidad en el entorno laboral. Para ello, se aplicó una encuesta a los trabajadores de distintos predios de COMTECO R.L., supervisada por el encargado operativo de seguridad industrial.

Para el análisis del predio respectivo en la empresa se aplicó un muestreo probabilístico ya que contamos con el marco muestral de los trabajadores de la empresa. Se tiene una población total de 451 personas que trabajan en el predio respectivo, y para tal efecto aplicando la técnica de muestreo por juicio utilizando encuestas digitales se logró ejecutar un total de 253 encuestas para el estudio.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

- n = tamaño de la muestra
- z^2 = Nivel de significacion
- P = probabilidad de exito
- Q = probabilidad de fracaso
- N = poblacion
- E = error estadistico

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.6 \times 0.4 \times 451}{1.96^2 \times 0.6 \times 0.4 + 451 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.6 \times 0.4 \times 451}{3.84 \times 0.6 \times 0.4 + 451 \times 0.025}$$

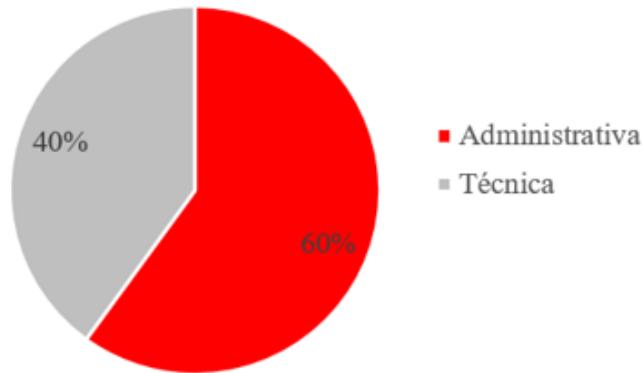
$$er = \frac{ea}{p} = \frac{0.05}{0.6} \times 100 = 10\%$$

La información de las variables p y q proviene de la prueba piloto realizada a través de una encuesta a los trabajadores, lo que constituye nuestra pregunta principal en el tema de seguridad y salud en el trabajo.

Se utilizó un nivel de confianza del 95% porque, al aumentar al 99%, el tamaño de la muestra se incrementa considerablemente. Por otro lado, al disminuir al 90%, el margen de error aumenta de manera significativa. Por estas razones, se optó por un 95%, ya que representa un equilibrio adecuado entre precisión y tamaño de muestra.

El margen de error obtenido es del 5%, lo que nos lleva a un tamaño de muestra de 253 encuestas en total. Estas encuestas se llevarán a cabo en los diferentes predios de la empresa COMTECO. Cabe destacar que el error relativo, como se observa, es inferior al 10%. Este resultado se deriva del cálculo del error relativo basado en los datos obtenidos de la prueba piloto.

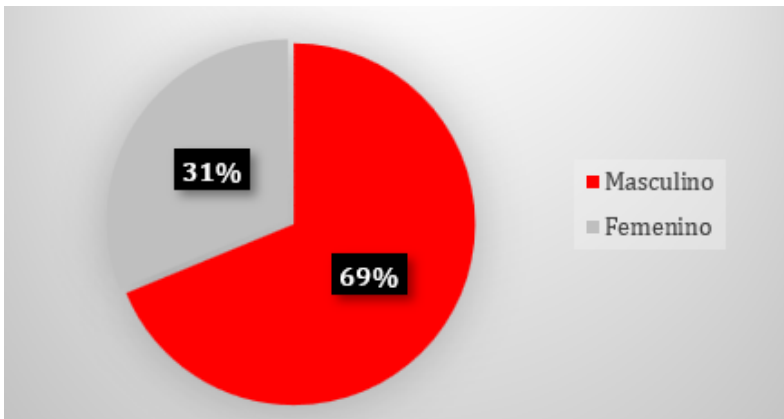
Figura 15
Áreas de trabajo



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

Se observa en la Figura 15, de un total de 253 personas encuestadas, que corresponden a la población en estudio, el 60% pertenece al área administrativa y el 40% restante al área técnica.

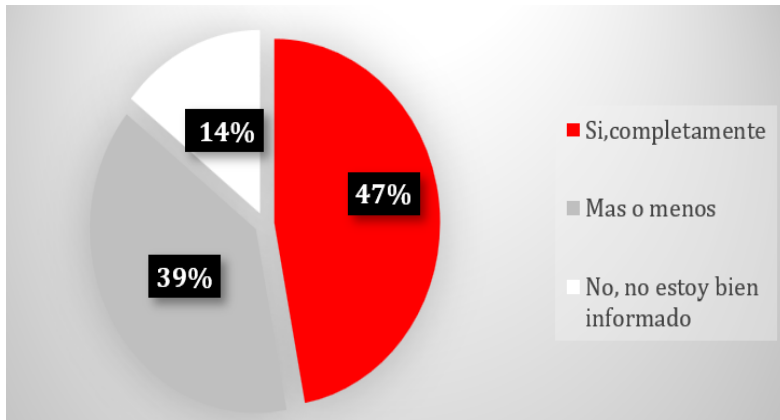
Figura 16
Tipo de Genero



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

En la Figura 16 se puede detallar que del total de encuestados el 31 % son de género femenino, y el 69% representa al género masculino.

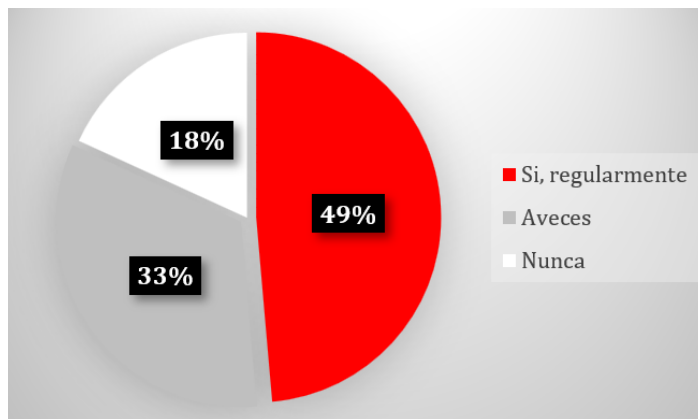
Figura 17
Concientización de los trabajadores



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La Figura 17 revela que solo el 47 % de los trabajadores se completamente informado sobre los riesgos de seguridad, mientras que el 39 % más o menos y el 14 % no ha recibido información.

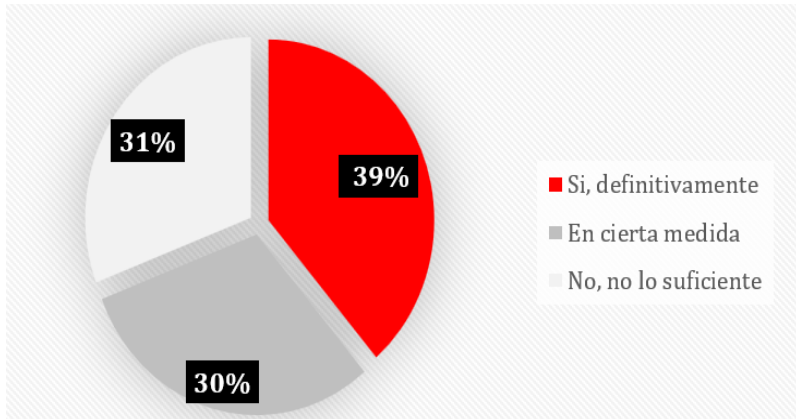
Figura 18
Información, Entrenamiento de seguridad



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

El 49 % de los encuestados recibió regularmente capacitación en seguridad laboral, el 33% lo recibió a veces y el 18% nunca fue capacitado en este ámbito. (Figura 18)

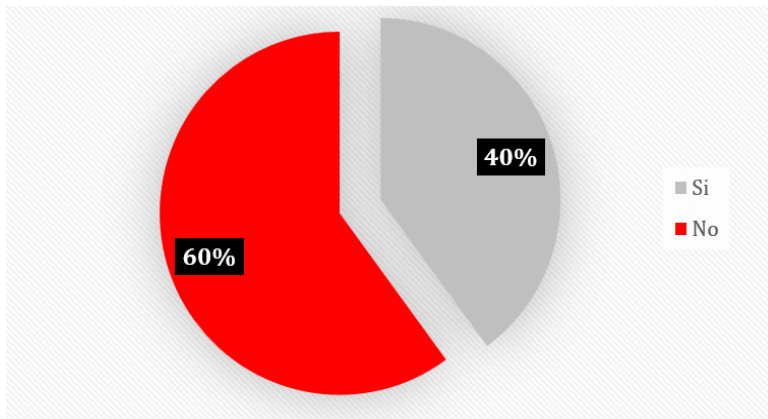
Figura 19
Prioridad de seguridad



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La Figura 19 indica que el 39 % de los encuestados prioriza definitivamente la seguridad en el trabajo, el 31 % lo hace en cierta medida y el 30 % no la considera suficiente.

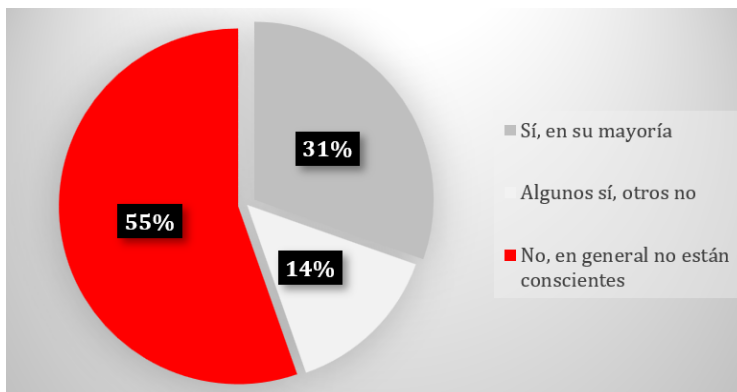
Figura 20
Incidencias y medidas después del accidente



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La Figura 20 revela que el 40 % de los encuestados, si ha presenciado un accidente laboral, destacando que se implementaron medidas correctivas, mientras que el 60 % no ha presenciado ninguno.

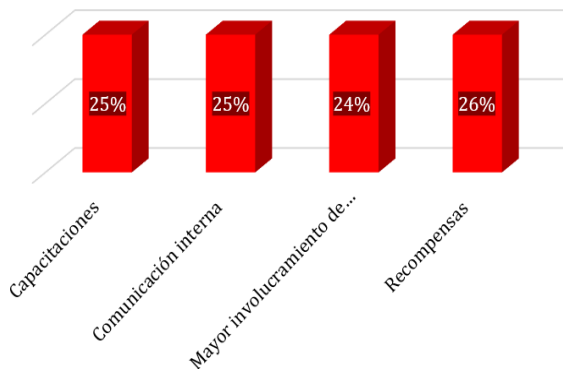
Figura 21
Concientización de los riesgos de seguridad



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La figura 21 muestra que el 55 % no están conscientes de los riesgos de seguridad y salud en el trabajo, mientras que el 31 % afirma que algunos si en su mayoría. El 14 % restante considera que, algunos si y otros no están conscientes de estos riesgos.

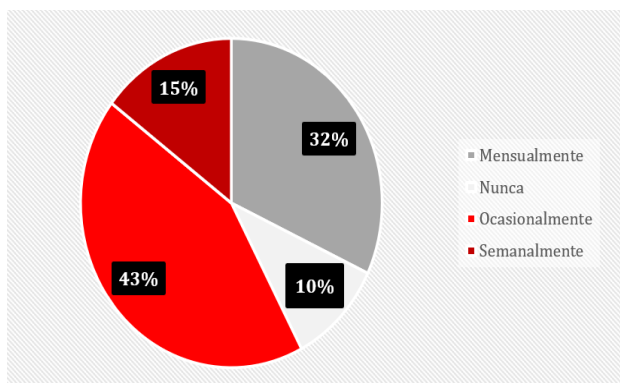
Figura 22
Medidas adicionales en el lugar de trabajo



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

También se observa que la mayoría de los encuestados sugirieron la implementación de medidas tales como: capacitaciones más didácticas, mayor involucramiento de los empleados y una comunicación interna más efectiva para mejorar la concientización en seguridad y salud en el trabajo. (Figura 22)

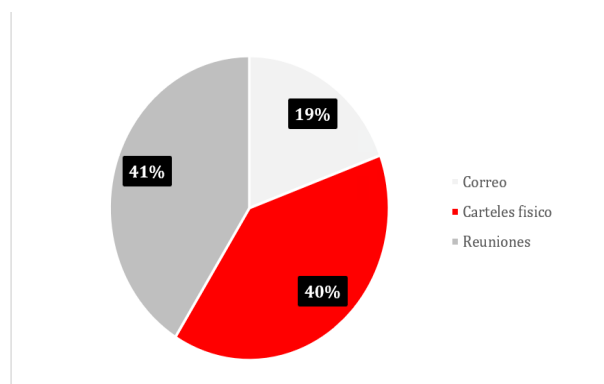
Figura 23
Comunicación interna



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La Figura 23 muestra que el 32% de los encuestados recibe información sobre medidas de seguridad mensualmente, mientras que el 15% la recibe semanalmente. La mayoría, un 43%, indica que solo la recibe ocasionalmente, y el 10% afirma no haber recibido información nunca.

Figura 24
Canales de comunicación interna

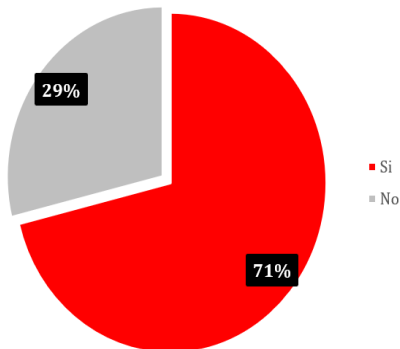


Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

Se observa en la Figura 24, que el canal de comunicación interna más efectivo para los trabajadores en materia de seguridad y salud en el trabajo varía según sus preferencias. El 41% considera que las reuniones son el medio más eficaz

por su carácter práctico y didáctico. Un 40% prefiere los carteles físicos, ya que en ocasiones no dispone de tiempo para asistir a reuniones. Finalmente, el 19% señala que el correo electrónico es la opción más conveniente debido a sus agendas ocupadas.

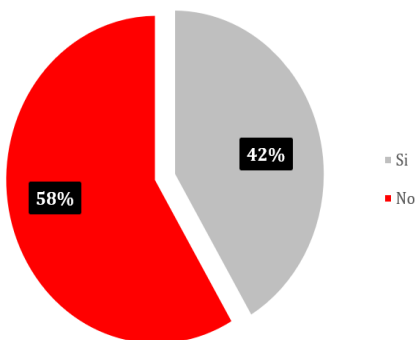
Figura 25
Percepción de la información



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

En la Figura 25 se muestra que el 71% considera que la información proporcionada por la empresa sobre seguridad y salud en el trabajo sí, es clara y comprensible, mientras que el 29% opina que no.

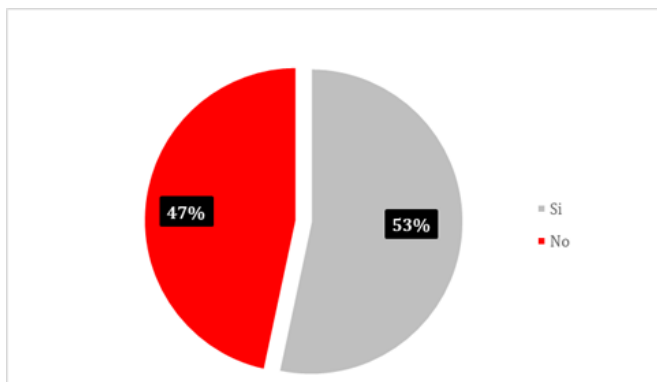
Figura 26
Capacitaciones en percepción de la información



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

El 58% de los encuestados (Figura 26) indica que la empresa no ofrece suficiente capacitación e información sobre cómo mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable, mientras que el 42% restante afirma lo contrario.

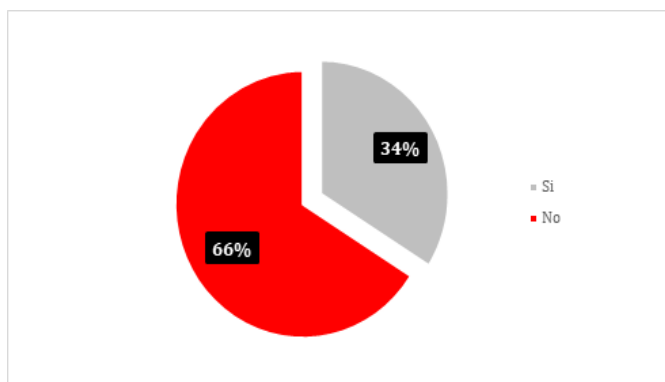
Figura 27
Inquietudes de la información



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

Se indagó si hubo dudas o inquietudes no resueltas sobre el tema con la seguridad en el trabajo, encontrando que el 54% sí las tuvo y el 46% no. (Figura 27)

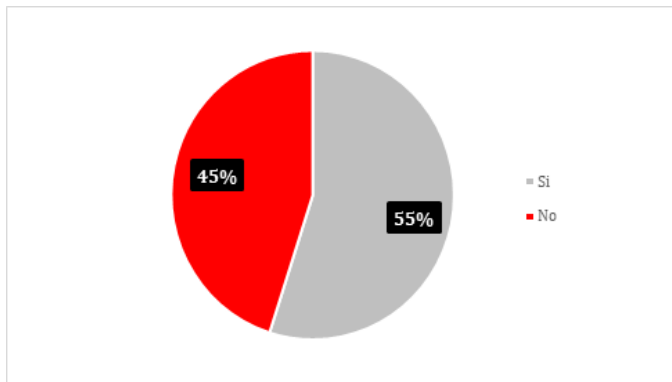
Figura 28
Participación y Feedback



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

En la Figura 28 se evidenció que, del total de encuestados, el 66% no se siente motivado para participar en actividades relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo, mientras que el 34% tiene una opinión favorable en este sentido.

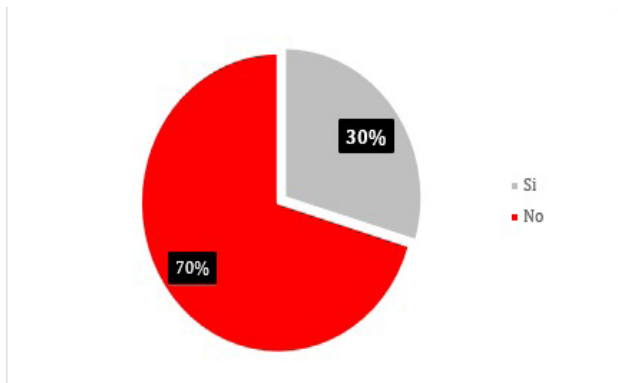
Figura 29
Participación de empleados



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

Asimismo, se destaca que el 55% de los encuestados considera que la empresa promueve activamente la participación de los empleados, mientras que el restante 45% tiene una percepción contraria. (Figura 29)

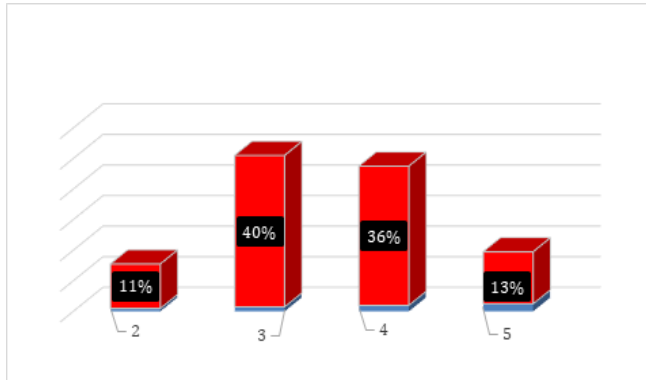
Figura 30
Políticas y prácticas de seguridad



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

Finalmente, se observa que el 25% ha tenido la oportunidad de proporcionar retroalimentación sobre las políticas o prácticas relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo, mientras que el 75% no ha tenido esta oportunidad. (Figura 30).

Figura 31
Satisfacción y Percepción General



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta a Trabajadores, 2024.

La Figura 31 refleja que la percepción de los trabajadores sobre la comunicación interna en seguridad y salud en el trabajo es mayormente neutra, con 40% que la consideran así, seguida por 36% que la califican como satisfactoria. Solo 13% la perciben como muy satisfactoria, mientras que 11% la consideran insatisfactoria. Estas opiniones pueden estar relacionadas con una comunicación interna poco eficiente, la falta de participación y la insuficiencia de información o capacitación.

6.1 Estrategias de Endomarketing

Las estrategias de Endomarketing para mejorar la seguridad y salud en el trabajo son las siguientes:

Comunicación clara y constante: Implementar canales efectivos como reuniones, boletines y carteles para difundir información sobre seguridad y salud en el trabajo de manera continua.

Educación y capacitación: Brindar formación periódica en prácticas de seguridad, identificación de riesgos y procedimientos de emergencia.

Involucramiento de los empleados: Fomentar su participación en la detección de riesgos y en la búsqueda de soluciones mediante equipos de trabajo.

Reconocimiento y recompensas: Destacar y premiar a los empleados que demuestren un alto compromiso con la seguridad y la salud en el trabajo.

Liderazgo comprometido: Asegurar que los líderes de la organización apoyen activamente las iniciativas de seguridad y salud en el trabajo.

Cultura organizacional: Integrar la seguridad y la salud en el trabajo como un valor fundamental en la empresa.

Feedback y evaluación: Recoger opiniones de los empleados para mejorar continuamente las estrategias implementadas.

Integración en la cultura corporativa: Convertir la seguridad y la salud en el trabajo en un principio esencial de la empresa. La aplicación de estas estrategias fortalece la cultura de seguridad y contribuye a un ambiente laboral más seguro y comprometido.

7. Propuesta de implementación de un plan de Endomarketing

El análisis de resultados evidenció que la falta de capacitación, el bajo nivel de concientización, la deficiente comunicación interna y el escaso involucramiento del personal afectan el cumplimiento de los objetivos de seguridad y salud en el trabajo en COMTECO R.L. La ausencia de incentivos y el limitado reconocimiento del desarrollo profesional desmotivan la participación en actividades, capacitaciones y comités, generando desinformación y aumentando los riesgos laborales. Además, los canales formales de comunicación no transmiten información útil y oportuna, lo que refuerza la difusión de rumores. Ante esta problemática, la presente propuesta busca mejorar la satisfacción laboral a través de estrategias de Endomarketing que fomenten el compromiso del trabajador, optimicen la comunicación interna, refuercen la imagen de la empresa y reduzcan los accidentes en el trabajo.

7.1 Comunicación Interna Efectiva

- **Boletines Informativos:** Se propone la creación de boletines periódicos que informen sobre normativas de seguridad, buenos hábitos y casos de éxito, a nivel anual, para tener información actualizada en cada gestión.
- **Canales Abiertos:** Se propone el establecimiento de canales de comunicación donde los empleados puedan expresar inquietudes o sugerencias sobre la seguridad laboral, por medio de buzones, grupos focales y encuestas digitales para poder recabar la información.

Figura 32
Comunicación interna Efectiva



Fuente: Elaboración propia, Gestión 2024.

7.2 Capacitación y Formación

- **Talleres Interactivos:** Se propone la organización de talleres sobre prácticas seguras, primeros auxilios y manejo de emergencias, las cuales se ejecutarán en cada gestión de trabajo.
- **Simulacros:** Se propone la realización de simulacros regulares para preparar a los empleados ante situaciones de riesgo, los cuales se ejecutarán de forma anual.

En la capacitación y formación de los trabajadores se aplicará una técnica innovadora que es el storytelling. Storytelling es una forma de comunicación entretenida que sirve para transmitir el conocimiento de una persona a otra, permite enganchar a la audiencia y hacer del contenido mucho más fácil de digerir, agradable de consumir y fácil de recordar lo cual se lograra que los trabajadores se interesen más en los temas que queremos transmitirles, lo más importante que el mensaje quede grabado en sus mentes.

En la capacitación se realizará lo siguiente:

- En lugar de decirle al trabajador la importancia de utilizar el EPI/EPP, se contará un caso de un accidente real ocurrido en la empresa, en el que el trabajador se vio afectado por no utilizarlo, esto hará que el trabajador se sienta identificado, preste más atención y haga más amena la charla.
- En vez de mencionar las consecuencias de cometer actos inseguros, se contará una anécdota personal en el que uno mismo cometió un error y tuvo resultados negativos. Esto además de ejemplificar el mensaje, hace que la audiencia sienta que nos estamos confesando o confiando en ellos y eso genera gran empatía. También invitar a algún trabajador que sufrió o tenga alguna anécdota.
- En vez de explicar los pasos a seguir para realizar un trabajo de forma segura, se presentará un video en el cual se cuente un relato en el que un trabajador se le encomienda hacer una labor que conlleva un riesgo, pero no sabe cómo hacerla y alguien con más experiencia lo ayudará en cada paso y le explicará porque debe hacerlo de esa forma.

7.3 Incentivos y Reconocimientos

- **Programa de Reconocimiento:** Se establecerá un sistema de premios para aquellos que demuestren comportamientos proactivos en seguridad. Estos reconocimientos serán no económicos a través de reconocimientos por parte de la empresa, capacitación y días libres para los operadores de la empresa.

Figura 33

Reconocimiento Laboral







Fuente: Elaboración propia, 2024.


7.4 Cultura de Seguridad

- **Involucra a Todos:** Se fomentará una cultura donde cada empleado sea responsable de la seguridad, no solo los de mantenimiento o seguridad. Para tal efecto, se dará más relevancia a los comités de seguridad industrial, los cuales tienen la función de gestionar e informar, delegando funciones específicas a todo el personal de la empresa.
- **Videos de concientización:** Se Incorporará videos sobre la importancia de que el personal operativo de la empresa tenga que volver sano y salvo a sus hogares, los cuales serán difundidos de forma interna por la empresa y también a través de sus redes sociales.

7.5 Visualización y Señalización

Figura 34
visualización y señalización

Color de seguridad	Color de Contraste	Color del Símbolo	Forma Geométrica	Significado
ROJO	BLANCO	NEGRO		PROHIBICIÓN
AMARRILLO	NEGRO	NEGRO		ADVERTENCIA
VERDE	BLANCO	BLANCO		SALVAMENTO
AZUL	BLANCO	BLANCO		OBLIGACIÓN



Fuente: Elaboración propia, 2024.

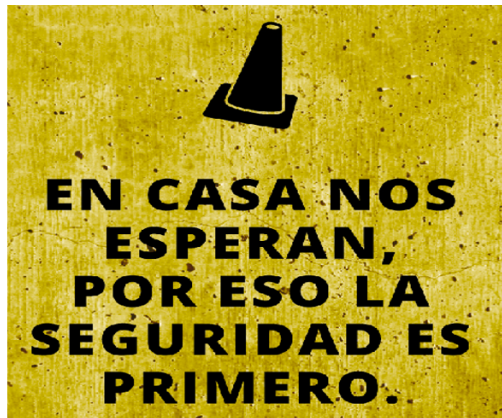
- **Carteles y Recordatorios:** Se colocará señalizaciones visibles sobre normas de seguridad en puntos estratégicos de la empresa, para que se genere la concientización por parte del personal de trabajo de la empresa.
- **Infografías:** Se usará infografías atractivas que resuman prácticas seguras y las muestren en áreas comunes. Se utilizará señalizaciones motivacionales o carteles que conecten con el trabajador para hacer que la prevención tenga más atracción.

Figura 35
Carteles y recordatorio



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura 36
Feedback Constante



Fuente: Elaboración propia, 2024.

- **Encuestas de Clima Laboral:** Se realizará encuestas digitales periódicas en cada gestión, para medir la percepción sobre la seguridad y la salud en el trabajo.
- **Reuniones de Retroalimentación:** Se organizará reuniones al finalizar cada gestión para analizar los resultados y la búsqueda de mejora constante en el tema de seguridad ocupacional dentro de la empresa.

7.7 Eventos y Actividades

- **Días de Seguridad:** Se Organizará días específicos en cada gestión dedicados a la seguridad con charlas, talleres y actividades lúdicas, invitando a expertos en temas de seguridad industrial, cuyo objetivo es la capacitación constante, donde la participación del personal de la empresa es totalmente obligatoria. Las actividades lúdicas, tienen el objetivo de mostrar la importancia de cuidar a todo el personal de accidentes de trabajo.
- **Participación en Ferias:** Se Participará en ferias de salud y seguridad laboral para promover la importancia de estas áreas. Estas ferias son organizadas por la Alcaldía de la ciudad de Cochabamba, el objetivo es mostrar las estadísticas y cuidados respecto a la Seguridad Industrial en la empresa.
- **Charlas de Gerencia:** Se fomentará que los gerentes realicen charlas sobre la importancia de la seguridad y salud en el trabajo para implementar estas estrategias de Endomarketing puede ayudar a crear un ambiente más seguro y saludable, aumentando la percepción positiva entre los empleados y fomentando una cultura de seguridad en la organización, una vez que termine cada gestión.

Tabla 7

Fases de la propuesta del plan de Endomarketing:

FASES	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	META	PERIODO	RESPONSABLE
EMPLEA- DO	Mejorar los niveles de percepción y concientización para el desempeño laboral y bienestar del trabajador	Identificación del nivel de concientización y satisfacción laboral	Porcentajes de concientización, satisfacción, percepción y motivación y compromiso	90%	1 año	Gerencia de recursos humanos
		Motivación laboral Compromiso organizacional				
EMPRESA	Fomentar la participación activa de los empleados en las iniciativas de seguridad y salud	Organizar actividades participativas como simulacros de emergencia	Porcentaje de empleados que participan en los simulacros.	80%	1 año	Gerencia de recursos humanos
		Establecer un sistema de sugerencia para mejoras en SST				
COMUNI- CACIÓN INTERNA	Mejorar el plan de comunicacional interna, con un feedback que permita reestructurar la información	Comunicación descendente	Número de actividades y reuniones	75%	1 año	Gerencia de Comunicaciones Community Manager

		Comunicación horizontal				
		Comunicación ascendente				
	Reforzar el compromiso de los empleados con la seguridad y salud en el trabajo.	Reconocer y premiar a aquellos empleados que contribuyen a la mejora de la SST.	Número de reconocimientos otorgados.	80%	1 año	Gerencia general Gerencia de recursos humanos
EQUIPO DIRECTIVO		Realizar encuestas de satisfacción y compromiso laboral enfocadas en SST.	Puntuación de satisfacción y compromiso laboral en relación con SST.			
		Implementar un programa de mentoría para nuevos empleados en materia de SST.	Número de empleados nuevos que participan en el programa de mentoría.			

Fuente: Elaboración propia en base a Sarmiento, 2021.

7.8 Presupuesto propuesto

El presupuesto que se requerirá para la propuesta de plan de Endomarketing se elabora para desarrollarlo en un año, es la siguiente:

Tabla 8
Presupuesto de implementación

RECURSO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO Bs.	SUB TOTAL Bs.
Diseño de materiales informativos	8 unidades	100	800
Creación de contenido Digital	12 unidades	100	1.200
Encuestas de clima laboral	1 unidad	500	500
Análisis de resultado	1 unidad	300	300
Sesiones de Capacitación en Seguridad y Salud	4 unidades	375	1.500
Talleres de Concienciación	4 unidades	250	1.000
Plataforma de Comunicación	1 unidad	600	600
Costos de Publicidad Interna	20 unidades	20	400
Día de la Salud y Seguridad	1 día	1.200	1.200
Concursos y Reconocimientos	1 día	500	500
Encuestas Post-Implementación	1 unidad	300	300
Análisis de Resultados y Ajustes	1 unidad	400	400
Total Bs.	4.645	8.700	

Fuente: Elaboración propia, 2025

Conclusiones

La baja concientización sobre riesgos laborales es un problema evidente, ya que solo el 40% de los trabajadores reconoce los peligros y está familiarizado con la cultura de seguridad, mientras que el 60% restante no lo está. Esto resalta la necesidad urgente de fortalecer las políticas y programas de prevención, implementando estrategias que mejoren la concientización y garanticen un entorno de trabajo más seguro.

El 66% de los trabajadores no se sienten motivados por la cultura de seguridad de la empresa, debido a factores como la falta de percepción sobre su importancia y la ausencia de retroalimentación, mientras que el 34% restante está plenamente involucrado en la comunicación interna y seguridad.

Se identificaron áreas clave para mejorar el programa de seguridad y salud en el trabajo mediante Endomarketing. Los trabajadores destacaron la necesidad de mejorar las capacitaciones, fortalecer la comunicación interna con el prevencionista y aumentar el involucramiento y compromiso, sugiriendo recompensas por su participación activa. Estos cambios contribuirían a una mayor satisfacción laboral y un ambiente más seguro y motivado. Las estrategias clave a implementar incluyen: comunicación clara y constante, educación y capacitación, involucramiento de empleados, reconocimiento y recompensas, y feedback y evaluación.

Tras realizar un diagnóstico sobre el nivel de concientización y percepción de los trabajadores, se propone implementar un plan de Endomarketing enfocado en la seguridad y salud en el trabajo. Este plan tiene como objetivo reforzar la cultura de seguridad interna y promover un entorno laboral más comprometido con la prevención de riesgos. Se busca mejorar la información proporcionada a los empleados a través de canales efectivos como reuniones periódicas, boletines y carteles. Además, se ampliarán las capacitaciones para hacerlas más didácticas, fomentando la participación activa de los empleados en la identificación de riesgos y soluciones. Se implementarán incentivos, como bonos, por el involucramiento en seguridad, y se promoverá la comunicación y el trabajo en equipo, lo que resultará en un mejor desempeño laboral y un ambiente más motivado. Las estrategias clave incluyen capacitaciones didácticas, reuniones de retroalimentación, motivación e incentivos, y fortalecimiento del trabajo en equipo.

Recomendaciones

- Monitoreo constante de la efectividad del plan de seguridad y ajustes según resultados, gestión tras gestión para tener datos actualizados en temas de seguridad industrial.
- Ampliar la participación de los empleados en la identificación de riesgos, con participaciones obligatorias, pero realizando actividades de concientización y premios.
- Refuerzo de la cultura organizacional sobre seguridad a todos los niveles.
- Uso de tecnología para capacitaciones más interactivas y accesibles.
- Evaluación de incentivos para garantizar su efectividad en motivar el compromiso con la seguridad.
- Para proceder a la implementación se deben diseñar recursos específicos en cada estrategia que no han sido diseñados en la presente investigación.

Referencias bibliográficas

- Arca, D. (2020). *Modelo de Endomarketing de Rafiq y Ahmed*.
- Ballesteros Reyes, P. R., y García Rivera, F. N. (2010). *Seguridad y salud en la construcción, caso de estudio: Recomendaciones de seguridad aplicadas en el P.H. La Yesca* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ingeniería. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/3468280>
- Barquero, J. (2007). *Quién se ha llevado a mi cliente: Fidelización de clientes*. McGraw-Hill.
- Berdugo Romero, A. de J., y Payares Jiménez, K. M. (2017). *Endomarketing y la calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud de Barranquilla* (Tesis de maestría). Universidad de la Costa.
- Betancourt, Y, y Mayo, J. (2010). La evaluación de la calidad de servicio: EconPapers. https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y_3a2010_3ai_3a2010-01_3a8.htm
- Chirinos, J., Pinto, P., y Salgado, R. (2006). *Marketing aplicado en la seguridad industrial* (1.ª ed.). Publicado de forma independiente.
- Claros, E. (2022). Marketing interno, una herramienta. *Marketing Interno*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (1944). *Manual de seguridad industrial*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (2001). *Sistema de seguridad y salud ocupacional*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (2003). *Informe de constitución de comités mixtos de seguridad y salud laboral*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (2009). *Norma de higiene y salud ocupacional*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (2020). *Protocolos de bioseguridad*.
- Cooperativa Mixta de Telecomunicaciones Cochabamba R.L. (2021). *Informe de gestión 2021*. https://www.comteco.com.bo/pdfs/infGESTION/informe_gestion2021.pdf

- Cuesta Santos, A. (2019). *Gestión del talento humano y del conocimiento* (2.^a ed.). Ecoe Ediciones.
- Escudero, A., y Munuera, J. (2010). *Estrategias de marketing*. ESIC.
- Fernández, T. (2020, 30 de enero). Los motores de la satisfacción laboral. *Expansión Empleo*. <https://www.scribd.com/document/544693227/estres-y-nivel-de-satisfaccion-PERU>
- Giraldo, V. (2020). Marketing digital: La estrategia digital que debes conocer a profundidad. *Blog Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital>
- Hernández, C. (2014). *Diseño de un plan de endomarketing como estrategia de fidelización y de reconocimiento de marca en los colaboradores de Annar Diagnóstica Import S.A.S* (Trabajo de grado). Universidad Libre.
- Hernández, C., y García, J. (2000). *El plan de marketing estratégico*. Ediciones Gestión 2000.
- Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Instituto Nacional de Estadística*.
- Knoesen, M. (2020). The updated hierarchy of human needs: A comprehensive analysis. *Journal of Human Motivation*, 55(3), 123–134.
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (14.^a ed.). Pearson.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2006). *Marketing interno*. Pearson Educación.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2011). *Marketing*. Pearson Educación.
- Mamani, R. (2019). *Estrategia de endomarketing para fidelizar a los clientes internos de una empresa de pizza* (Tesis de licenciatura). Universidad Privada Domingo Savio.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Medina, J. (2019). Endomarketing en la era digital: El empleado también merece beneficiarse. *Endomarketing Digital*. <https://marketing4ecommerce.co/el-endomarketing-en-la-era-digital/>
- Merodio, J. (2014). Endomarketing Digital, una estrategia a seguir para el éxito de la empresa. *Juan Merodio*. <https://www.juanmerodio.com/tag/endomarketing/>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social. (2024). *Boletín estadístico 2024: Accidentes laborales*. https://www.mintrabajo.gob.bo/?page_id=4406

- Ministerio de Trabajo. (2018). *Normativa boliviana: Normas técnicas de SST*. https://www.mintrabajo.gob.bo/?page_id=434
- Moreira Mero, N., Hidalgo Fernández, A., Llor Alcívar, M. I., y González Santa Cruz, F. (2020). Influence of Internal Marketing Dimensions on Organizational Commitment: An Empirical Application in Ecuadorian Co-operativism. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020945712>
- Organización Internacional del Trabajo. (2001). *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* (4.^a ed.).
- Reyes Benítez, S., Mayo Alegre, J. C., y Loredó Carballo, N. A. (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (113).
- Rosalés, M. (2015). *Endomarketing para mejorar el servicio al cliente en los colegios privados del municipio de Santo Tomás La Unión, Suchitépéquez* (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar.
- Salvador, J. (2010). Gestión sanitaria integral: Pública y privada. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/gestion-sanitaria>
- Sevilla Pérez, M. J. (2013). *Diseño de un plan de endomarketing en la empresa Confía S.A. para lograr competitividad en el mercado local* (Disertación de Ingeniería Comercial, mención en Marketing). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2010). *Fundamento de marketing: Desde el punto de vista al cliente*. Ricardo A. del Bosque.
- Wilensky, A. (2000). Posicionar los productos en las mentes de los consumidores. *Marketing Estratégico*

