

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ**

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña comunicacional para la prevención y socialización
del alcoholismo laboral**

Daniela Estefanía Jacome Nolivos

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 21 de diciembre de 2020

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ**

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña comunicacional para la prevención y socialización del alcoholismo
laboral**

Daniela Estefanía Jácome Nolivos

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 21 de diciembre de 2020

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Daniela Estefanía Jácome Nolivos

Código: 00132886

Cédula de identidad: 1725867426

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a todas las personas que me han acompañado durante el proceso de este trabajo. Dedico también este trabajo a toda mi familia en especial a mis padres quienes han sido la luz y mi apoyo incondicional desde el inicio hasta el final de mi carrera. También quiero dedicar este trabajo a la Universidad San Francisco de Quito la cual me ha permitido hacer mis sueños realidad, y aprender todos los días algo nuevo. En especial quiero dedicar este trabajo a mi tutora de tesis María José Enríquez quien ha estado presente durante todo este proceso entregando todo su conocimiento y paciencia para hacerlo realidad. Reconozco con mucha gratificación la enseñanza de cada uno de mis docentes durante esta carrera.

Finalmente, quiero dedicar este trabajo a todas las empresas que me han dado la apertura para implementar mi proyecto y a todas las organizaciones que han sido mi apoyo para llevar a cabo este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios quien me ha dado la salud, la fuerza y la inteligencia para llegar hasta aquí y porque el ha sido mi guía para poder cumplir mis metas y poner personas llenas de luz y de amor en mi vida.

A mi mamá, Margarita quien con su tiempo y paciencia ha sabido estar a mi lado durante todas las etapas de mi carrera y quien ha estado pendiente de mí en cada momento y que hasta el día de hoy sigue siendo mi apoyo y mi ejemplo a seguir.

A mi padre, Víctor quien con consejos sabios y mucha paciencia ha sabido ser un ejemplo de esfuerzo y dedicación. También agradecerle, por ser quien me ha demostrado el valor de los estudios y de la paciencia para conseguir mis metas.

A mis abuelitos, quienes con su amor me han sabido demostrar que la paciencia lleva al éxito y que con esfuerzo los sueños se vuelven cercanos. Gracias por estar escuchándome durante esta etapa.

Eduardo, por ser mi compañero y mi ayuda idónea, por su amor, y por no permitirme rendir ante las adversidades. Gracias por tu paciencia durante esta etapa de mi vida.

A Majo, quien con su forma de ser me ha enseñado la importancia del esfuerzo y de siempre ser mejor. Gracias por todos tus conocimientos y consejos.

Finalmente, quiero agradecer a todos quienes fueron parte de este trabajo y que con su apoyo han hecho de este trabajo mucho más fácil.

RESUMEN

Dentro de este texto se abarca como tema principal el alcoholismo en las organizaciones y como esta se ve vinculada con la cultura organizacional de las mismas. Dentro del mismo se busca comprender algunos factores considerables acerca del tema y contextualizar el origen de este problema social. Por otro lado, es necesario enfatizar acerca de los riesgos laborales que tiene el tema principal de esta investigación. Tomando en cuenta estos aspectos, se busca vincular con la comunicación y la importancia que tiene esta en la prevención del alcoholismo a nivel laboral. La comunicación y el alcoholismo son los temas principales por tratar dentro de este texto, tomando como motivación la importancia de la prevención de este problema para un mejor funcionamiento de las empresas.

Palabras clave: Alcoholismo, relaciones laborales, riesgos, comunicación interna, cultura organizacional, prevención.

ABSTRACT

The main point of this text, is to understand how alcoholism affect organizations, taking in account the organization culture of enterprises. The main purpose of this investigation is to give some important definitions about alcoholism, but also focusing it as social problem that also occurs at enterprises. This text is also focused in the risks that alcoholism could provoke inside organization. The main topics that are going to take in account in this work is alcoholism and communication, focusing in the importance that communication has with aim of prevent this problem inside of organizations.

Key words: Alcoholism, work place relations, risks, internal communication, organization culture, prevention.

TABLA DE CONTENIDO

<i>JUSTIFICACIÓN DE TESIS</i>	12
<i>INTRODUCCIÓN</i>	13
<i>CAPITULO I</i>	15
1.1 ¿Qué es el alcoholismo?.....	15
1.2 Historia del alcoholismo mundial	18
1.3 Alcoholismo en el Ecuador	20
<i>CAPÍTULO II</i>	23
2.1 El alcoholismo en el trabajo	23
2.2 Causas de alcoholismo laboral	25
2.3 Alcoholismo y riesgos laborales	27
<i>CAPÍTULO III</i>	30
3.1. Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional y Comunicación Interna 30	
<i>CAPÍTULO IV: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN</i>	36
4.1 Presentación de la campaña.....	36
4.2 Pertinencia del tema	36
4.3 Problema social	37
4.4 Territorio de acción	37
4.5 Alcance de la causa social.....	38
4.6 Diagnóstico de comunicación	38

	10
4.6.1 Análisis FODA.....	38
4.6.2 Eje de la campaña.....	39
4.6.3 Concepto de la campaña.....	40
4.6.4 Nombre de la campaña.....	40
4.6.5 Misión	40
4.6.6 Visión.....	40
4.6.7 Logo de campaña	40
4.7 Públicos	41
4.7.1 Públicos beneficiados.....	41
4.7.2 Públicos estratégicos	41
4.8 Objetivos	42
4.8.1 Objetivo general.....	42
4.8.2 Objetivos específicos	42
4.9 Fases y estrategias de la campaña	42
4.9.1 Fase informar	43
4.9.2 Fase difundir.....	47
4.9.3 Fase comunicar.....	51
4.9.4 Fase cierre	54
4.10 Tácticas	57
4.11 Presupuesto	57
4.12 Logros alcanzados.....	58
4.12.1 Capacitaciones digitales	58
4.13 Indicadores de gestión.....	60
4.13.1 Medios de comunicación.....	60

4.14 Metas inesperadas	62
<i>CONCLUSIONES</i>	64
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	66

JUSTIFICACIÓN DE TESIS

Dentro del ámbito laboral existe un tema que no es tratado con normalidad, y este es el alcoholismo laboral puesto que, el consumo de alcohol es normalizado dentro de la cultura ecuatoriana. Es importante mencionar que el alcoholismo laboral es un problema que aqueja tanto a las empresas como a sus colaboradores. “En 2014, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó un estudio que ubica al Ecuador en el noveno lugar, en América Latina, con mayor consumo de bebidas alcohólicas.” (Braganza E. , 2017) este dato mencionado permite comprender que el consumo de alcohol dentro de la cultura ecuatoriana es latente y merece ser tratado a profundidad. “Las adicciones en el trabajo y su impacto en el bienestar de la empresa” se menciona que: “El número de accidentes de trabajo entre personas alcohólicas es de dos a tres veces mayor que el número de accidentes que padecen los demás trabajadores” (Salazar, 2012,p.94) Este dato demuestra que el alcoholismo laboral puede afectar tanto a los colaboradores como la empresa puesto que, este puede causar problemas graves dentro de las organizaciones y afectar la reputación de la empresa. Estos datos son los que me han llevado a tratar este tema y buscar difundir la importancia de concientizar acerca de este.

INTRODUCCIÓN

El alcoholismo es un tema que se ve vinculado con varios otros problemas, es por esto por lo que es necesario mencionar que este trabajo será enfocado en como el alcoholismo afecta al ámbito laboral. Para dar inicio es importante conocer lo que menciona el autor Donald M.Lazo en su libro “Alcoholismo”: “La dependencia es progresiva, lo incita a dar prioridad cada vez mayor a la bebida, por encima de otras responsabilidades” (Lazo, 1994,p.56) esta frase hace una breve referencia a como el alcoholismo se torna más fuerte hasta llegar al punto de ponerlo sobre otras responsabilidades, es importante tomar en cuenta esta frase puesto que, muestra una razón para la investigación del tema. Dentro de este texto se presentarán algunas definiciones relacionados con el alcoholismo con la finalidad de dar profundidad al tema principal. Por otro lado, también se relatará la historia del alcoholismo mundial y el alcoholismo en el Ecuador, puesto que es importante contextualizar el origen del alcoholismo y por otro lado, la relevancia que tiene en la cultura ecuatoriana. Dentro del libro “El alcoholismo laboral” se menciona que: “hay que establecer si el consumo excesivo de bebidas alcohólicas, que es lo repetimos, la gran causa sin la cual no se produciría la enfermedad, se encuentra o no ligado o determinado por el trabajo” (Naveillan,1992,p.54) esta cita se vincula con como el ambiente laboral o cultura organizacional influye en el problema del alcoholismo, sin embargo es importante mencionar que también pueden existir factores externos que puedan ser los causantes de este problema social, dentro de este trabajo se presentaran algunas de las principales causas de alcoholismo en el ámbito laboral tanto internas como externas. Basándose en fuentes importantes dentro de este texto se busca comprender como el alcoholismo dentro de las organizaciones juega un rol importante en cuanto a ciertos factores importantes a tomar en cuenta haciendo énfasis en las causas de este, dentro de las

organizaciones. Los riesgos del alcoholismo a nivel laboral son un tema importante que tomar en cuenta dentro de este texto, puesto que es el que nos vincula directamente con como la comunicación es una herramienta importante para el mejoramiento de este problema social dentro de las organizaciones. Es importante hacer énfasis en la comunicación ya que, este el tema principal de estudio de esta investigación. El propósito de este texto es conocer como el alcoholismo afecta la relaciones laborales, y vincularlo con la comunicación para que esta sea una herramienta de solución al problema.

En este primer capítulo se hablará acerca de algunas definiciones importantes que se encuentran vinculadas al alcoholismo, tomando como eje principal la relaciones laborales el cual es nuestro campo de estudio y considerando al alcoholismo como problema social. En este primer capítulo se dará una definición de alcoholismo y bebedor patológico, definiciones que son necesarias para entender los aspectos más importantes de la investigación, esta información se plantea en base algunas organizaciones y textos importantes que son referentes para tener una clara comprensión del tema que se tratará.

CAPITULO I

1.1 ¿Qué es el alcoholismo?

Es importante para comenzar este capítulo tomar en cuenta el concepto de alcoholismo como tal, con el fin de comprender y tener una perspectiva clara del tema, según la revista de ciencia mexicana “Academia Mexicana de Ciencias” el alcoholismo es definido como:

El alcoholismo o trastorno del uso del alcohol (TUA) es una enfermedad recidivante (que reaparece algún tiempo después de padecida) y que, según el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (dsm-iv-tr), se sustenta en el abuso y la dependencia del alcohol. (Prospero, 2014, p.32)

Lo que nos quiere decir el autor en esta frase es que el alcoholismo inicia de una manera donde el problema se considera manejable, y por ende se da la abstinencia; sin embargo este después puede crear una dependencia más fuerte y de esta manera llegar al alcoholismo. Al mismo tiempo, se dice que el alcoholismo es una enfermedad y un trastorno que se da por la dependencia y el abuso de la sustancia, esta definición coincide con la que plantea la Organización Panamericana de la Salud donde menciona que : “En general se refiere al consumo crónico o periódico de alcohol, caracterizados por la imposibilidad de controlar la ingesta, frecuentes episodios de intoxicación y la falta de preocupación con respecto al alcohol, a pesar de sus consecuencias adversas.” (Anderson P, 2008) en una definición de más fácil comprensión Reinel Ustrariz Castillo en su tesis de maestría de la universidad FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) plantea que:

El alcoholismo es un problema que tiene poco que ver con el tipo de alcohol que se consume, cuanto tiempo se ha estado bebiendo, o la cantidad exacta de

alcohol que se consume. Sin embargo, el alcoholismo tiene mucho que ver con la necesidad incontrolable de beber de la persona. (Ustariz,2005,p.9)

Estas definiciones se vinculan en el aspecto de las consecuencias que puede tener el consumo excesivo de esta sustancia y como estas pueden perjudicar a la persona que se encuentre vinculada con la sustancia y para hacer énfasis en lo explicado previamente es importante tomar en cuenta la definición establecida por la Fundación RECAL ¹(clínica de tratamiento de adicciones) la cual define que: “El alcoholismo es una enfermedad crónica, progresiva y en muchos casos mortal producida por el consumo incontrolado de bebidas alcohólicas, que interfieren en la salud física, mental, social y/o familiar así como en las responsabilidades laborales.” (RECAL, 2019) esta última definición dada por RECAL nos permite vincularnos con el tema principal de estudio, puesto que esta hace mención a como la sustancia afecta las responsabilidades laborales. Tomando en cuenta estas definiciones se puede deducir que estas se ven vinculadas puesto que se complementan entre sí, para sacar como conclusión que el consumo excesivo de alcohol es determinado como un trastorno o enfermedad que puede tener repercusiones en varios ámbitos de la vida y la salud de persona que se ve vinculada con la sustancia. Por otro lado, también es importante conocer los tipos de bebedores y hacer énfasis en el que es denominado alcohólico, según Pedro Naveillan (Naveillan, Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana, 1992) existen cuatro tipos de bebedores: abstemios, bebedores moderados, bebedores excesivos, y alcohólicos. Naveillan define a los abstemios como: “quienes solo por excepción, y en general sin que se trate de una cantidad importante, ingieren bebidas alcohólicas a causa de situaciones sociales o culturales en donde ello es inevitable.” (Naveillan,1992,p.344)

¹ Fundación RECAL: La Fundación Recal es una institución privada sin ánimo de lucro, creada en Madrid en 2001 por Maximiliano de Habsburgo, con el objetivo principal de ayudar a reinserirse en la sociedad a aquellas personas, y a sus familias, afectadas por la enfermedad de la adicción a cualquier tipo de sustancia y/o comportamiento.

mientras que los bebedores moderados son definidos por el autor como: “quienes hacen un uso más o menos regular del alcohol, pero sin excederse en la cantidad que beben...” (Naveillan, 1992, p.344) los bebedores excesivos son: “quienes hacen un uso más o menos regular del alcohol, pero habitualmente exceden los límites señalados para el grupo anterior.” (Naveillan, 1992, p.344) Por último los alcohólicos son descritos por el autor como: “quienes presentan síntomas de dependencia física con respecto al alcohol una vez que lo han ingerido...” (Naveillan, 1992, p.345) es importante tomar en consideración estas definiciones para comprender como determinar a una persona como alcohólica y de la misma manera saberla reconocer dentro del ámbito laboral. Es importante conocer otra definición del término alcohólico/a, puesto que es una de las definiciones importantes a tomar en cuenta para esta investigación. Según la revista científica medica Cienfuegos un bebedor patológico o alcohólico hace referencia a la “persona bebedora de alcohol (independientemente de la cantidad y frecuencia) que presente regularmente síntomas y signos de dependencia del alcohol, ya sean físicos o psíquicos.” (Padron, Alvarez, & Rivero, 1991, pp.61-62) En base a estas definiciones, se puede deducir que un bebedor patológico o alcohólico es aquel que demuestra dependencia del alcohol y no tiene control sobre el exceso de la bebida. Es importante comprender que ambas definiciones son importantes para tratar como estas son parte de los problemas sociales y laborales que pueden existir. Para comprender la cultura del alcoholismo es importante conocer la historia de cómo nace el alcoholismo en el mundo y como este ha sido parte de las culturas desde la existencia del ser humano. Dentro de esta parte del capítulo, se presentará un breve relato de la historia mundial del alcoholismo.

1.2 Historia del alcoholismo mundial

Es necesario conocer el origen del alcoholismo mundial para poder contextualizar y entender de donde nace la cultura del consumo del alcohol y como esta a trascendido por varias culturas. Según la página web mexicana Medigraphic “La costumbre de beber es definitivamente un acto social que refleja en cierto modo la personalidad de una cultura.” (Orozco, 2010,p.42) con esta cita se da entender la influencia que ha tenido durante mucho tiempo la ingestión de bebidas alcohólicas, en varias culturas y como esta bebida ha sido parte de la creación de la cultura. Dentro de la misma página web se hace un breve relato de los inicios del alcoholismo, donde la autora relata que el alcohol existe desde hace miles de años y que este siempre ha formado parte de la civilización humana y para expandir esta información con la finalidad de tener un conocimiento más amplio es importante conocer otros textos que relatan la historia de la bebida. En base al texto redactado por Gabantxo y Kontxi (2001)² “Antecedentes históricos, situación actual y tendencias de consumo” los autores relatan que la historia da inicio en el período neolítico donde nace la primera toxicomanía³ con una bebida parecida a la cerveza. Luego, las bebidas alcohólicas fueron consumidas por los Griegos quienes transportaban la sustancia de manera marítima hacia Roma, lugar donde se dio la primera toxicomanía en masa. Es importante comprender que durante ese tiempo el alcohol no era considerado como una bebida alcohólica, era utilizado en varias culturas para la preparación de comidas, mas no como una bebida social ni embriagante. Los autores relatan que cuando los árabes descubrieron viñedos estos fueron eliminados de manera inmediata misma situación que se dio con la cultura musulmana. Los autores mencionan que a partir de la mitad del siglo XVII el alcohol empieza a ser utilizada

² Antecedentes históricos, s. a. (2001). *Euskomedia* . Recuperado de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/04/04139158.pdf>

³ Toxicomanía: Según la RAE es el Hábito patológico de intoxicarse con sustancias que procuran sensaciones agradables o que suprimen el dolor.

como una bebida embriagante, pero que la justificación de los usos previos se mantenían como una justificación del consumo. Por otro lado, Gabantxo y Kontxi mencionan que esta no era la única droga que era utilizada durante estas primeras épocas sino que también existían otras sustancias que eran consumidas en las diferentes épocas sin embargo, no eran normalizadas. Los autores enfatizan en algunos momentos de la historia donde el alcohol empezó a tomar lugar como fue a finales del siglo XVIII hasta 1860, donde la bebida ya era utilizada en zonas urbanas y proletariados y hace énfasis en que el consumo de la bebida se veía vinculada con la evasión de realidades y trabajos alienantes. También mencionan que la alcoholización en España se da a finales de XIX, por cambios socioculturales que nacía desde la industrialización y condiciones causadas por la filoxera⁴ y entre los años 1860 al 1890, se multiplicó cuatro veces el consumo de alcohol por habitante dentro de España. Los autores mencionan que esta situación se mantuvo constante por un tiempo, pero que en la época de los años 60 se dieron algunos cambios como un avance económico, la emigración rural y la construcción de más áreas metropolitanas se creó una desorganización social donde una de la principales vías de escape fue el alcohol. Luego de esto en Occidente, empezó la expansión del alcohol puesto que, ya era considerado como una droga legal y varias empresas empezaron el control de la distribución de la bebida hasta llegar a países tercer mundistas. En actualidad el autor hace referencia a la actualidad como las dos últimas décadas del siglo XX donde la existencia de otras drogas es alarmante, pero el autor menciona: “Sin embargo, alcohol, tabaco y psicofármacos siguen siendo las drogas más consumidas y las que provocan mayores problemas de salud. A la sociedad no le han preocupado nunca gran cosa estas drogas por estar acostumbrada a ellas.” (Gabantxo y Kontxi, 2001,p.151) esta frase se relaciona con la frase citada al inicio de

⁴ Filoxera: (plaga). La filoxera, que entró en Europa por varios puntos (Francia, Portugal, Alemania y Austria), supuso la mayor crisis en la viticultura del viejo continente poniendo en peligro el cultivo de la vid en toda Europa.

este capítulo puesto que, demuestra cómo estas sustancias son parte de la cultura, pero que también la historia ha sido parte de la normalización de las sustancias. En cuanto al alcoholismo, en base a este texto histórico, nos permite conocer cómo fue la evolución del alcohol en el mundo, pero sobre todo es importante destacar la importancia que tienen los cambios socio-culturales en la expansión de la bebida, y cómo desde sus inicios la bebida fue utilizada como un distractor de problemas que se podían presentar en las diferentes épocas. Al igual que se puede evidenciar, que los cambios por situaciones o eventos permitían el avance del alcoholismo hacia el mundo, y de esta manera que la bebida haya llegado a ser reconocida como una droga líquida permitida. En el ámbito cultural, el texto demuestra que el alcoholismo de cierta manera ha dado la apertura para que la bebida forme parte de muchas culturas donde es vista como una bebida social y normalizada como tal.

En el siguiente subcapítulo, se tratará el tema del alcoholismo dentro del Ecuador con la finalidad de comprender como es vista la bebida desde la cultura ecuatoriana y como esta afecta a los ecuatorianos, y cuales son las principales razones por las cuales los ecuatorianos caen en alcoholismo.

1.3 Alcoholismo en el Ecuador

El alcohol es considerado una droga socialmente aceptada en nuestro país, no solamente en función de la legislación ecuatoriana que lo establece, dentro de producción, tráfico y uso permitido, sino también porque su uso se encuentra ampliamente difundido y hasta valorado en la sociedad ecuatoriana. (Ruiz, Godoy, Davila, y Tipan , 2013,p.7)

Con esta frase, se logra vincular la parte de la historia del alcoholismo mundial con la normalización de la bebida dentro de la cultura ecuatoriana

donde su consumo es permitido de manera legal y por la cuestión cultural se puede deducir que es valorado por los ecuatorianos. Dentro de esto es importante destacar un dato revelado en el diario La Hora en el año 2017 donde se mencionó lo siguiente: “En 2014, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó un estudio que ubica al Ecuador en el noveno lugar, en América Latina, con mayor consumo de bebidas alcohólicas.” (Braganza, 2017) tomando en cuenta estas dos citas se puede deducir que en la cultura ecuatoriana es común el consumo de bebidas alcohólicas, y por otro lado que el consumo de la sustancia denota la cultura y costumbre del país. “En el Ecuador, el consumo de alcohol es una problemática permanente y recurrente, que no solo ocasiona problemas de tipo individual, familiar, escolar y laboral, sino que también tiene efectos mortales.” (Trujillo,2016,p.2) lo que el autor quiere decir con esta cita es que el alcoholismo se ve directamente relacionado con problemas sociales del país, es importante hacer énfasis en la recurrencia que el autor menciona donde se puede entender como el alcoholismo es normalizado dentro de la cultura ecuatoriana. Por otro lado, es importante mencionar que el consumo de alcohol también trae problemas en el ámbito laboral y por ende, este afecta a las familias de las personas que se ven vinculadas en el alcoholismo. Según la investigación de tesis realizada por el economista Esteban Braganza en el 2017 “los patrones de consumo riesgoso de alcohol están asociados con el nivel socioeconómico de los individuos, factores como el nivel de instrucción, el nivel de ingresos o el estatus laboral...” (Braganza M. , 2017,p.34) basándonos en este estudio realizado, este dato refleja que los problemas de alcoholismo en Ecuador se dan por factores relacionados con la cultura y por otro lado, también como influye el nivel socioeconómico en el alcoholismo. Dentro de la misma investigación el

autor menciona que: “la situación socioeconómica influye en la probabilidad de tener malos hábitos de consumo de alcohol” (Braganza E. , 2017,p.33) esta cita demuestra que la formación del consumo de alcohol es influenciado por varios factores de la sociedad ecuatoriana.

En el Ecuador por su parte, el alcoholismo, conocido como una enfermedad producida por el excesivo consumo de alcohol, presenta un alto número de personas afectadas, los mismos que han aumentado de manera sustancial desde el año 2007, incrementándose en 4,8% en cuatro años, llegando a 4197 casos en el 2010. (Davila A, 2013,p.37)

Basándonos en estos datos, se demuestra como el en Ecuador el problema del alcoholismo ha avanzado, y las razones de esto podrían estar relacionadas con lo anteriormente mencionado por Braganza, lo cuales son relacionadas con problemas sociales del país.

Tomando en cuenta, toda le información presentada anteriormente se puede deducir que dentro del Ecuador el alcoholismo se ve vinculado con los problemas sociales que enfrenta la sociedad ecuatoriana, pero sobre todo estos datos nos permiten llegar a la conocer que dentro de país el consumo de alcohol puede estar relacionado con la cuestión laboral del país y por ende también con los aspectos socioeconómicos y es importante enfatizar en que el consumo excesivo de alcohol puede tener repercusiones tanto en el ambiente laboral como el familiar.

En el capítulo 2 se presentará el tema principal de estudio que viene ha ser como afecta el alcoholismo en el trabajo, tanto a empleados como directivos de las empresas, y hacer un especial énfasis en algunas posibles soluciones que se pueden dar para el mejoramiento de este problema dentro de las empresas.

CAPÍTULO II

2.1 El alcoholismo en el trabajo

Tomando en cuenta los conceptos presentados anteriormente se contextualizará como estos temas se vinculan con lo laboral y cómo esta afecta a las empresas y sus colaboradores. Es importante tomar en cuenta lo que se presenta dentro de la revista Asepeyo⁵ donde se menciona que: “En la sociedad en la que vivimos las adicciones son un problema de alto calado, ya que inciden en todos sus ámbitos, y por tanto también en el laboral.” (Serra, 2018,p.7) En esta cita se puede evidenciar que dentro de las empresas existen varias adicciones y estas son un problema serio dentro de las empresas. Por otro lado, y para contrastar la información dada por la revista Asepeyo, según la organización Internacional del Trabajo (OIT): “El consumo abusivo de drogas y alcohol tiene repercusiones de más amplio espectro, pues afecta a los familiares y colegas, ya sea en forma de pérdida ingresos, de tensión o de desmoralización.” (Trabajo, 1998) en esta cita se demuestra que el uso excesivo de alcohol afecta a los colaboradores en varios ámbitos de la vida al igual que su economía y por ende en el ámbito laboral sin embargo, también es importante considerar cómo esto afecta a la salud y bienestar en el ámbito laboral. Dentro de la revista Medicina y Seguridad del Trabajo(2008)⁶ se explica que: “Las condiciones de trabajo son una parte importante en la vida y pueden tener una decisiva influencia en los niveles de salud y bienestar, dentro y fuera del ámbito laboral.” (Ochoa y Madoz, 2008,p.26) Donde se deduce que dentro de las empresas es necesario preocuparse por la salud y el bienestar tanto de empleados como de puestos gerenciales, y es por esto por lo que es necesario que las empresas tomen acción en el excesivo uso

⁵ Asepeyo: Asepeyo es una mutua de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales española registrada con el número 151 en la Seguridad Social.

⁶ Ochoa, E. y Madoz, A (2008) Consumo de Alcohol y otras drogas en el medio laboral. Medicina y Seguridad del Trabajo. Recuperado de <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n213/original1.pdf>

de alcohol dentro de ellas y que esto ayudaría al mejoramiento dentro del ámbito laboral. Es importante considerar que dentro de las empresas puede existir exceso de consumo de alcohol tanto en los colaboradores como en los puestos jerárquicos y esto explica el autor Pedro Navillan dentro de su libro “Alcoholismo Laboral” donde se menciona lo siguiente: “... hay bebedores problema entre los trabajadores de las empresas, tanto en sus niveles gerenciales, como en el de los trabajadores menos calificados, siendo más frecuente entre los últimos.” (Naveillan, 1992,p.50) esta frase demuestra lo anteriormente mencionado y aclara que donde más se evidencia el excesivo uso de alcohol es dentro de los rangos inferiores de las empresas, por ende, este viene a ser el punto principal que tomar en cuenta para un mejoramiento dentro del nivel de salud y bienestar de las empresas. Esta información se contrasta con la información que da la psicóloga María del Mar Villalba de la Universidad de Sevilla donde menciona que: “El alcohol y el tabaco son las drogas que presentan una mayor prevalencia entre la población trabajadora.” (Villalba, 2014,p.45) este dato es relevante puesto que, demuestra que este es un punto a tomar en cuenta al momento de tomar una acción en cuanto al mejoramiento del bienestar laboral. Basándonos en estos datos se pudo deducir que el alcoholismo laboral es un tema importante a tratar por las empresas con el fin de un mejoramiento del bienestar y salud tanto de colaboradores como de puestos gerenciales de las empresas. También es importante recalcar que el alcoholismo dentro del trabajo trae varias consecuencias en algunos aspectos de la vida de las personas quienes se encuentran siendo participes de este problema social y empresarial.

Es importante para seguir aproximándonos al tema principal de investigación conocer cuáles son algunas de las causas principales del alcoholismo dentro de las empresas con el fin de conocer el origen del problema y cómo este afecta a las organizaciones.

2.2 Causas de alcoholismo laboral

Para aproximarnos al tema principal de la investigación es importante conocer las causas de alcoholismo en el entorno laboral, y por ende también es necesario conocer algunas de las profesiones que están más propensas a caer en este problema según el artículo “El consumo excesivo de alcohol: Un reto para la salud laboral” publicado en la revista Salud y Drogas⁷ se hace énfasis en que: “En algunas profesiones, como los trabajadores de la hostelería, los vendedores, los mineros, los agricultores, los marineros, etc., se dan con más frecuencia los problemas relacionados con el consumo de alcohol. Las motivaciones son, sin embargo, distintas.” (Fernandez & Echeburúa, 2001,p.20) lo que el autor quiere decir con esta frase es que existen algunas profesiones que son más propensas a tener problemas relacionado con el excesivo consumo de alcohol, sin embargo, las razones o causas son diferentes. Dentro del mismo artículo se menciona que en ocasiones el alcohol puede ser considerado como un facilitador de trabajo lo que quiere decir que puede ser visto como una herramienta de ayuda en ciertas profesiones como: vendedores, artistas, entre otros. Y la razón que plantea el autor es que este actúa como un reductor de tensión. (Fernández y Echeburúa,, 2001). Mediante esto se puede comprender que el alcohol en algunas profesiones puede cumplir con una finalidad necesaria para estas, pero es importante entender que no significa que su consumo sea sumamente necesario. Pero también existen algunas otras causas a tomar en cuenta que pueden causar el uso abusivo de la bebida según la revista Medicina y Seguridad del Trabajo se menciona un factor importante que puede ser un causante del abuso de alcohol:

Los trastornos afectivos como la depresión (posterior a una evaluación con la escala de depresión) se asocian fuertemente a los problemas relacionados con el alcohol, aunque también se hallaron asociaciones importantes con el descontento profesional por el desbalance esfuerzo-recompensa y la sensación de poco control sobre el trabajo... (Ramirez,D, Marinez.K, & Asúnsolo,A, 2011,p.195)

Es importante analizar este texto puesto que muestra un factor importante a tomar en cuenta el cual es el desbalance entre esfuerzo y recompensa, lo cual nos lleva a deducir que la desmotivación viene a ser un factor para la existencia del alcoholismo dentro de empresas, por ende este viene a ser un índice que demuestra que si no existe la suficiente motivación económica puede causar alcoholismo, pero también la depresión es un factor importante ya que, esta puede estar vinculada con problemas personales, familiares y sociales de la persona con problemas de abuso de la sustancia. La Fundación para prevención de riesgos laborales española establece que uno de los factores principales de consumo es: “Reuniones de trabajo con grupos de personas que suelen acompañar de ingesta de sustancias alcohólicas.” (Fundacion para prevencion de riesgos laborales, 2015) Esta frase es importante para comprender que en ocasiones el uso excesivo de la sustancia puede ser promovida por la misma empresa y de esta manera dando apertura a un libre exceso de consumo durante eventos sociales o empresariales, al mismo tiempo este factor se encuentra vinculado con el ambiente laboral puesto que, este viene a ser parte de la cultura organizacional. Tomando en cuenta estos factores principales de exceso de consumo de alcohol en el ámbito laboral, es importante conocer como estas causas también afectan a la empresa, según la psicóloga María del Mar Villalba (2014) “Los problemas derivados del consumo de sustancias adictivas en el ámbito laboral, afectan negativamente al clima laboral de la empresa, a la salud de las personas y a los objetivos de la organización” (Villalba, 2014,p.46) mediante esta frase se puede deducir

que el consumo excesivo de diferentes sustancias afecta de manera negativa en aspectos importantes de las empresas pero sobre todo es importante mencionar que una de las principales afectaciones es el clima laboral y esto afecta al correcto funcionamiento de la empresa en varios ámbitos importantes para la organización. Dentro del artículo: “El papel de las empresas ante las adicciones: una estrategia desde la responsabilidad social corporativa” la autora menciona que: “Algunas de las consecuencias más visibles del problema son: el alargamiento del periodo de baja por enfermedad, la frustración de la trayectoria profesional, siniestralidad laboral, absentismo, mal clima de trabajo y disminución de la productividad.” (Villalba, 2014,p.46) es importante hacer énfasis en que estos factores afectan directamente a la empresa y el más importante a tomar en cuenta es la disminución de la productividad laboral puesto que, engloba todos los otros factores que afectan tanto a la empresa como a sus integrantes. Todas las causas presentadas previamente tienen varias afectaciones en donde se ven inmersos tanto los colaboradores como la empresa, para este estudio es importante tomar en cuenta estos factores con la finalidad de concientizar la importancia de la prevención de el abuso de sustancias para el mejoramiento de la empresa en varios ámbitos.

En el siguiente subcapítulo se tratará el tema de los riesgos que causa el alcoholismo en el ámbito laboral con el fin de contextualizar y comprender la importancia de la prevención de este problema social dentro de las empresas.

2.3 Alcoholismo y riesgos laborales

Tomando en cuenta las causas de alcoholismo laboral anteriormente presentadas es importante también conocer cuáles son los riesgos laborales que estas pueden provocar dentro de la empresa según el libro “Las adicciones en el trabajo y su impacto en el bienestar de la empresa” se menciona que: “El número de accidentes de trabajo

entre personas alcohólicas es de dos a tres veces mayor que el número de accidentes que padecen los demás trabajadores” (Salazar, 2012,p.94) es importante toma en cuenta este dato puesto que demuestra que los accidentes dentro de las empresas en ocasiones pueden ser ocasionados por personas que se encuentran en constante consumo de bebidas alcohólicas, pero esto también puede afectar al funcionamiento de ciertas áreas de la empresa y dentro del libro se enfatiza en que:

Existen situaciones en las que el consumo puede resultar peligroso, como es el caso de los puestos críticos para la seguridad, o en tareas que impliquen atención psicomotriz, como conducir, manejar maquinaria, presencia y manipulación de productos biológicos, inflamables o explosivos. Además, puede ser también fuente de conflictos laborales y extra laborales y, por supuesto, tiene un gran efecto sobre la salud de las personas. (Salazar, 2012,p.94)

Esta cita nos permite entender que existen afecciones a nivel de salud de la persona, pero que esta también influye en su desarrollo de actividades laborales lo que hace importante entender que los accidentes que pueden existir dentro de las empresas también pueden afectar a quienes pertenecen a ella y por otro lado es importante entender que el consumo excesivo también puede afectar los comportamientos sociales de la persona que se encuentra en uso excesivo de la sustancia. Esto nos vincula con la salud ocupacional y el bienestar de la empresa. La autora de la revista “Adicciones” corrobora a la información presentada anteriormente, y menciona que: “Los accidentes de trabajo no sólo son más frecuentes en los bebedores, sino que su recuperación es más prolongada y los costes más elevados.” (Bastida, 2002,p.246) Esta frase demuestra que la afección cuando un colaborador se encuentra en consumo excesivo de alcohol no solo le afecta así mismo, sino que también afecta a la empresa puesto que su rendimiento

disminuye y adicional a eso trae costos más grandes en cuanto a su recuperación. Esta información permite entender la importancia de la prevención de consumo excesivo de alcohol dentro de las empresas, la razón de esto es que el abuso de sustancias trae consigo varias consecuencias que afectan en muchos ámbitos a la vida del consumidor pero también es necesario deducir que, los riesgos principales del abuso de sustancias se encuentran vinculados con los riesgos de salud y bienestar de los colaboradores y la empresa. Esta información nos permite acercarnos a nuestro tema de estudio y nos da un enfoque central de la importancia de la prevención con la finalidad de prevenir riesgos que pueden afectar la seguridad y la salud de los colaboradores.

En el último capítulo se tratará el tema principal de investigación que es la comunicación y como algunos de los aspectos que está engloba corrobora la prevención del alcoholismo a nivel laboral.

CAPÍTULO III

3.1. Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional y Comunicación Interna

Tomando en cuenta lo presentado previamente acerca del alcoholismo y como este se vincula con las relaciones laborales, es importante abarcar este tema desde la comunicación con la finalidad de comprender como esta es una herramienta útil para la prevención estratégica del problema social planteado. Para dar inicio es importante conocer el concepto de cultura organizacional dentro del libro “ Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito en la organizaciones” define a esta como: “Es una compleja mezcla de supuestos, creencias, comportamientos, historias, mitos, metáforas y otras ideas que, en conjunto, reflejan el modo particular de funcionar de una organización.”(Chiavenata, 2009,p.126) esta definición muestra que dentro de una organización existen varios elementos que forman parte de la percepción que se tiene de la empresa. Para contrastar esta definición es necesario conocer la que se plantea en la revista de ciencias médicas “Acimed” donde se dice que:

La cultura empresarial u organizacional es un aspecto importante para gestionar el conocimiento en la organización. Cuando se habla de cultura organizacional se hace referencia a un patrón de conducta común, utilizado por los individuos y grupos que integran una organización con personalidad y características propias. Se trata de un conjunto dinámico de valores, ideas, hábitos y tradiciones, compartidos por las personas que integran una organización, que regulan su actuación. (Minsal & Pérez , 2007,p.1)

Este concepto se contrasta con lo anteriormente presentado puesto que, hace énfasis en los valores, ideas, hábitos y tradiciones que se comparten dentro de la organización.

Estos dos conceptos son importantes ya que, se encuentran vinculados con los comportamientos que dan dentro de las organizaciones y esto nos vincula con la cultura que se tiene en algunas empresas en cuanto a la promoción del consumo de alcohol. Dentro de esto también es importante mencionar que existen factores externos e internos que son parte de la cultura organizacional, estos dos son presentados en la revista “Acimed” donde los factores externos son descritos como los que son parte del entorno de la organización lo que quiere decir que no forman parte de la empresa, mientras que los factores internos son aquellos que están vinculados con la empresa como: valores, creencias, normas, ceremonias, etc. (Minsal & Pérez , 2007). Tomando en cuenta lo mencionado es importante hacer énfasis en los factores internos de la cultura organizacional puesto que, estos se encuentran vinculados con el comportamiento de los trabajadores de las organizaciones. Y esto nos permite vincular lo previamente tratado acerca de los factores del alcoholismo a nivel laboral con estos factores internos que podrían ser modificados para prevención del alcoholismo laboral.

Tomando en cuenta lo presentado es importante hablar acerca de la comunicación organizacional puesto que esta nos acerca a conocer de que manera la comunicación puede ser parte de una solución al problema de alcoholismo laboral, para esto es importante conocer la definición de comunicación organizacional la cual nos permitirá comprender como esta se vincula con la prevención de problemas sociales dentro de las empresas, según la revista electrónica “Razón y Palabra” se define a esta como: “...el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de la organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno.” (Robles, 2018, p. 785) esta definición permite comprender que la comunicación organizacional permite la creación de un vínculo entre la empresa y sus públicos, para contrastar esta definición se puede tomar en consideración el concepto que presenta en el libro “ Comunicación institucional

y cambio social” el autor del segundo capítulo menciona que: “La comunicación organizacional juega un papel clave para promover un mejor clima laboral y cumple tareas tanto en lo interno como en lo externo.” (Armas, 2016,p.50) este concepto se ve vinculado con lo mencionado acerca de la cultura organizacional, puesto que el clima laboral es parte de esta, además demuestra que la comunicacion organizacional esta enfocada en cambios que se puedan dar dentro de las empresas y fuera de ellas. Ahora que se comprende este concepto de mejor manera, es importante hablar acerca de la comunicacion interna puesto que esta, se ve vinculada de manera más profunda con el funcionamiento de la empresa, para esto es importante conocer el concepto de comunicación interna puesto que, este se encuentra relacionada como una herramienta para las empresas. La definición de comunicación interna establecida en el libro “Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica” define a esta como: “El conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación...” (Andrade, 2005,p.17) esta definición nos permite deducir que la comunicación interna ayuda a la mejoría del ambiente laboral en las empresas y por ende, tambien a la cultura organizacional pero, sin dejar de lado las relaciones entre colaboradores, para contrastar esta informacion es importante mencionar el significado que se presenta en el libro “Marketing en el siglo XXI” donde se presenta a la comunicacion interna como:

... Comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo

que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados.

(Muñiz, 2017, p.8)

Basándonos en estas dos definiciones podemos deducir que la comunicación interna tiene como eje principal al trabajador, y el mejoramiento del clima laboral donde se desempeña. por ende es necesario comprender la importancia de esto dentro de las organizaciones ,según el texto “Comunicación estratégica para la organizaciones” se menciona respecto a la comunicacion interna que:

Los resultados son favorables con relación a la motivación e integración de los empleados de las compañías, pues han logrado mejoras productivas, descenso en los índices de conflictos laborales y un ambiente de trabajo positivo,... (Soto, 2006,p.45)

Con esta frase se puede deducir que con la aplicación de la comunicación interna se dan mejorías en varios ámbitos las empresas y dentro de esto una mejoría en el clima laboral y la prevención de conflictos dentro de las empresas. Esta información se contrasta con la que se presenta en el libro “ Nueva comunicación interna en la empresa” donde se especifica que: “la Comunicación Interna permite a la organización mantener la coordinación entre sus distintos departamentos, favoreciendo así la interacción y el logro de los objetivos estratégicos y la eliminación de tensiones y conflictos en las relaciones interpersonales.” (Berceruelo, 2014,p.32) esta información se contrasta con lo previamente presentado ya que, se menciona la importancia que tiene la comunicación interna en la resolución de algunos conflictos internos que puedan existir en las organizaciones.

Tomando en cuenta lo presentado, se puede deducir que estas tres partes de la comunicación se ven directamente relacionadas puesto que, cumplen una función en común que es la de un mejoramiento de la cultura de la empresas, es importante hacer énfasis en la comunicación interna puesto que ,es la encargada de la formulación de estrategias para el mejoramiento de la cultura organizacional, dentro de la tesis de grado “El rol de la comunicación interna y la cultura organizacional tras los procesos de adquisición entre dos empresas de servicios públicos” donde se menciona que:

La comunicación interna no termina solo al enviar un mensaje y que los trabajadores sean los receptores, se debe incitar a que los colaboradores den una respuesta, así el mensaje va y vuelve para crear un ciclo de comunicación. No solo creando interacción entre los trabajadores, sino haciendo que estos tengan una buena relación para aumentar el desarrollo de la empresa.(Alonso,2013,p.15)⁸

Tomando en cuenta esta cita, se puede deducir que la comunicación interna no solo consiste en hacer llegar el mensaje al público interno, sino también en concientizar al mismo acerca del mensaje que se envía, por otro lado es importante tomar en cuenta lo que se menciona en la revista “ Espacios” donde los autores mencionan que: “En la actualidad la comunicación representa un instrumento relevante que debe ser realizada de forma efectiva al interior de todas las empresas. El plan de comunicación es la raíz que posibilita la comunicación organizacional o empresarial competente.” (Egas & Yance, 2018,p.7) en base a estos dos argumentos es importante comprender que la planificación estratégica de la comunicación interna permite realizar cambios dentro de la cultura organizacional, esto se ve vinculado con la prevención del alcoholismo dentro

⁸ Alonso, A. (2013). El rol de la comunicación interna y la cultura organizacional tras los procesos de adquisición entre dos empresas de servicios públicos(Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar. Guatemala

del ámbito laboral, puesto que, en base a lo explicado se puede deducir que una implementación de la comunicación interna estrategia es una herramienta importante para lograr un cambio dentro de la cultura organizacional.

CAPÍTULO IV: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

4.1 Presentación de la campaña

POCO PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO, es una campaña comunicacional que busca prevenir y sensibilizar el tema del alcoholismo laboral en las empresas de la ciudad de Quito y al público en general. Esta campaña dio inicio por medios digitales el 14 de octubre de 2020, donde se dio inicio con información sobre el tema y datos interesantes y atractivos al público en general.

Es importante mencionar que POCO PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO, es una de las primeras campañas comunicacionales enfocada en abordar este importante tema para la sociedad. Mediante la implementación de estrategias digitales se busca llegar al público objetivo de la ciudad de Quito, y de esta manera concientizar y educar acerca de los problemas que conlleva el excesivo consumo de alcohol en el ámbito laboral.

4.2 Pertinencia del tema

Para la realización de esta campaña se ha tomado en cuenta investigaciones cualitativas realizadas tanto a psicólogos expertos en adicciones y especialistas en recursos humanos quienes en base a su experiencia y estudios pudieron transmitir que el alcoholismo laboral necesita ser abordado a profundidad para lograr concientizar y prevenir que este siga afectando a empresas y colaboradores de estas.

Por otro lado, como antecedente para realizar esta campaña se ha tomado en cuenta testimonios dados por el grupo “Alcohólicos Anónimos” lo que causó

mayor interés en conocer e investigar a profundidad sobre este tema tan importante para la sociedad. Como se mencionó anteriormente la comunicación juega un rol clave para difundir y socializar esta importante campaña dentro de las empresas y el público en general.

4.3 Problema social

El alcoholismo laboral es un problema social que afecta tanto a las empresas como a sus colaboradores y familias. La causa real de este problema radica en el exceso de alcohol dentro de actividades sociales dentro de las corporaciones y por otro lado debido a problemas de diferentes índole que en ocasiones pueden ser personales o psicológicos. El alcoholismo laboral puede disminuir de manera notable la productividad dentro de la empresa, aumentar el riesgo de accidentes laborales, problemas económicos, problemas personales entre empleados y problemas familiares. Este problema también puede generar una mala reputación de las empresas.

4.4 Territorio de acción

Esta campaña esta planificada para ser difundida por medios digitales, tanto Facebook como Instagram donde se proovera información importante acerca del tema. Por otro lado, se impartiran capacitaciones con expertos en adicciones y psicología organizacional mediante la plataforma Zoom y Facebook live con la finalidad de informar y educar acerca del alcoholismo laboral.

4.5 Alcance de la causa social

Lo que se busca con esta campaña es prevenir y sensibilizar las consecuencias del excesivo consumo de alcohol dentro del ámbito laboral, tomando en cuenta que es necesario informar y educar sobre este tema. Por otro lado, se busca ser una ayuda para colaboradores de empresas que puedan estar pasando por problemas relacionados con el alcoholismo laboral.

4.6 Diagnóstico de comunicación

4.6.1 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Es un tema que puede ser aplicable. - Es una de las primeras campañas que busca prevenir el alcoholismo laboral. - Es una campaña que busca resolver un problema social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es un tema que puede ser tratado desde la comunicación interna de las empresas. - Posible apertura por parte de las empresas para poder aplicar la campaña. - La existencia de medios digitales para lograr difundir de manera estratégica el mensaje de la campaña.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - La normalización del consumo de esta sustancia, dificulta poder abarcar el tema a profundidad. - Posible poca aceptación del público al ser un tema delicado de tratar. - Existe desconocimiento del tema por parte de las empresas y colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca información sobre el tema. - COVID-19 ha incrementado el consumo de bebidas alcohólicas.

4.6.2 Eje de la campaña

El eje comunicacional de esta campaña es prevenir y educar acerca de las causas y consecuencias del alcoholismo laboral. Al igual que reducir, este problema dentro de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Quito. Para cumplir con el eje de esta campaña se realizarán capacitaciones de forma digital para dar a conocer información sobre el tema y difundir la importancia del mismo.

4.6.3 Concepto de la campaña

Esta campaña comunicacional tiene el fin de prevenir el consumo de alcohol, tomando en cuenta los factores que pueden provocarlo y conocer a profundidad las consecuencias que puede tener el consumo excesivo del mismo.

4.6.4 Nombre de la campaña

POCO PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO

4.6.5 Misión

Prevenir y socializar la importancia de abarcar el tema del alcoholismo laboral dentro de la ciudad de Quito, enfocandose en ser un canal de ayuda para las empresas tanto públicas como privadas.

4.6.6 Visión

Esta campaña comunicacional se proyecta para diciembre de 2020, ser una de las campañas más importantes dentro de las empresas y dentro del público objetivo de la ciudad de Quito.

4.6.7 Logo de campaña



PMS 801	PMS 3105	PMS 305	PMS 304	PMS 803
#00aacc	#7fd6db	#70cee2	#a5dde2	#ffed38

4.7 Públicos

4.7.1 Públicos beneficiados

Esta campaña busca beneficiar al público interno tanto de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Quito, entre estos directivos y colaboradores de las empresas. a igual que el público en general de entre 20 y 50 años de la ciudad de Quito.

4.7.2 Públicos estratégicos

Tomando en cuenta eue esta sera una campaña digital se plantea como públicos estrategico a hombres y mujeres de la ciudad de Quito entre 20 y 50 años que se encuentren vincualdos en el ámbito laboral. Por otro lado, también se considera un público estratégico a profesionales del área de recursos humanos, psicología organizacional y docentes.

4.8 Objetivos

4.8.1 Objetivo general

Como objetivo general de la campaña se plantea difundir los efectos del alcohol en la cultura ecuatoriana.

4.8.2 Objetivos específicos

Como objetivo específico de esta campaña se planteo diseñar una campaña de comunicación para la prevención y sensibilización del alcoholismo laboral en un plazo de tres meses.

4.9 Fases y estrategias de la campaña





Informar	En esta fase de la campaña se busca dar información relevante acerca del alcoholismo laboral mediante estrategias digitales.
-----------------	--




Difundir	En esta fase mediante la realización de capacitaciones digitales, se busca difundir sobre el tema mediante estrategias digitales para los públicos antes mencionados.
Comunicar	Durante esta fase se dio a conocer la campaña en diferentes medios de comunicación con la finalidad de difundir la relevancia del tema.
Cierre	Esta fue la fase de la campaña donde mediante publicaciones en medios digitales se busco concientizar el lema de la campaña y las consecuencia del consumo de alcohol.


4.9.1 Fase informar

Informar		
Táctica	Acción	Medios
<p>Creación de contenido digital para introducir la campaña.</p> <p>Mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estamos aquí para ayudarte. - Lo que nos inspira 	<p>Publicación de artes con contenido informativo y llamativo.</p>	<p>Instagram</p>
<p>Creación de contenido para introducir al tema del alcoholismo laboral. Con información interesante acerca del tema.</p> <p>Mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿ Sabías qué? ¿ Qué es el alcoholismo? 	<p>Publicación de artes con información acerca del significado de alcoholismo laboral con mitos y verdades acerca del consumo de alcohol.</p> <p>Uso del hastag: #prevenciondealcoholismolaboral</p>	<p>Facebook e Instagram</p>

Publicaciones fase Informar		
Publicación	Instagram	Facebook

 <p>ESTAMOS AQUÍ PARA AYUDARTE!</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 68 Impresiones: 75</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: 68 Impresiones: 87</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: N/A Impresiones: N/A</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 33 Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: 70 Impresiones: 81</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A Impresiones: N/A</p>

 <p>MITO EL ALCOHOL TE HACE MAS ATRACTIV@</p> <p>VERDAD EL ALCOHOL INHIBE LAS FUNCIONES DEL JUICIO Y ALTERA EL SISTEMA NERVIOSO. HACIENDO QUE TE SIENTAS MAS INTERESADO EN EL SEXO.</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 75</p> <p>Impresiones: 98</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>¿Qué es el alcoholismo?</p> <p>El alcoholismo es una enfermedad progresiva, que nunca se puede curar pero que, como otras enfermedades, puede ser detenida.</p> <p>ALCOHOLICOS ANONIMOS</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 79</p> <p>Impresiones: 90</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 27</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>¿SABIAS QUE?</p> <p>EL ABUSO DE ALCOHOL, AUNQUE SEA UN SOLO DÍA A LA SEMANA, PUEDE PROVOCAR EL MISMO DAÑO QUE SI LO INGERIRAMOS TODOS LOS DÍAS.</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 64</p> <p>Impresiones: 79</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 29</p> <p>Impresiones: N/A</p>


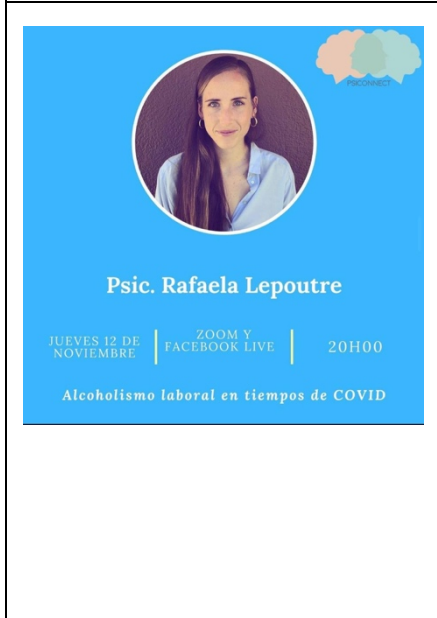
	<p>Cuentas alcanzadas: 79</p> <p>Impresiones: 99</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 30</p> <p>Impresiones: N/A</p>
---	--	---

4.9.2 Fase difundir


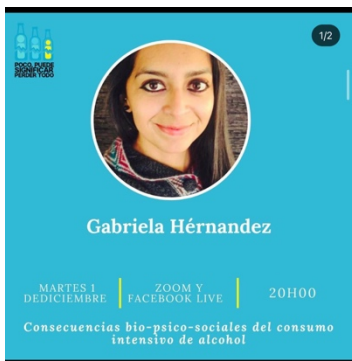
Difundir		
Táctica	Acción	Medios
<p>Creación de contenido digital para hacer un llamado a las diferentes capacitaciones que se dan de manera digital.</p>	<p>Publicación de artes con información sobre los expositores y el tema a tratarse en las capacitaciones.</p> <p>Uso del hashtag: #prevenciondealcoholismolaboral</p>	<p>Instagram y Facebook</p>
<p>Creación de contenido informativo sobre posibles causas de alcoholismo.</p>	<p>Publicación de artes con información acerca de los diferentes síntomas que pueden provocar el consumo de alcohol.</p>	<p>Instagram</p>

<p>Mensajes:</p> <p>Síntomas de estrés laboral</p> <p>Síntomas de depresión</p> <p>Síntomas de ansiedad</p> <p>Síntomas de alcoholismo</p>	<p>Uso del hastag:</p> <p>#prevenciondealcoholismolaboral</p>	
<p>Creación de contenido digital con frases mencionadas por los expositores dentro de las diferentes capacitaciones.</p> <p>Mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “El alcohol es un escape de la realidad” - “El alcoholismo funcional es una problemática, donde la personas bebe para sentirse seguro o relajarse” 	<p>Publicación de frases mencionadas por los expositores con el fin de hacer un recordatorio de lo visto en las capacitaciones.</p> <p>Uso del hastag:</p> <p>#prevenciondealcoholismolaboral</p>	<p>Instagram</p>

Publicaciones fase Difundir		
Publicación	Instagram	Facebook

 <p>XAVIER GUAMÁN</p> <p>DIRECTOR DE ALCOHOLICOS ANONIMOS 24 HORAS NORTE</p> <p>Sintomas de depresión</p> <ul style="list-style-type: none"> Abuso de alcohol y drogas Problemas de memoria Cansancio frecuente Tristeza Apatía <p>Sintomas de estrés laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> Dolor de cabeza Problemas de sueño Comer en exceso Malestar estomacal Fatiga <p>Sintomas de ansiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> Dolor de pecho Confusión mental Mareos Preocupación excesiva Respiración acelerada <p>Sintomas de alcoholismo</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de autocontrol Náuseas Problemas de coordinación Ansiedad Somnolencia 	<p>Cuentas alcanzadas: 79</p> <p>Impresiones: 95</p> <p>Cuentas alcanzadas: 174</p> <p>Impresiones: 220</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 27</p> <p>Impresiones: N/A</p> <p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>Psic. Rafaela Lepoutre</p> <p>JUEVES 12 DE NOVIEMBRE ZOOM Y FACEBOOK LIVE 20H00</p> <p>Alcoholismo laboral en tiempos de COVID</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 63</p> <p>Impresiones: 77</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 91</p> <p>Impresiones: N/A</p>

  <p>El alcohol es un escape de la realidad</p>  <p>Psic. Rafaela Lepoutre</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 68</p> <p>Impresiones: 82</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 23</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>Diego Jácome</p> <p>MARTES 17 DE NOVIEMBRE ZOOM Y FACEBOOK LIVE 20H00</p> <p>Alcoholismo desde la Gestión de Talento Humano</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 60</p> <p>Impresiones: 78</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 149</p> <p>Impresiones: N/A</p>
  <p>El alcoholismo funcional es una problemática, donde la persona bebe para sentirse seguro o relajarse.</p>  <p>Diego Jácome</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 63</p> <p>Impresiones: 82</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 31</p> <p>Impresiones: N/A</p>

	<p>Cuentas alcanzadas: 64</p> <p>Impresiones: 77</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 233</p> <p>Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: 61</p> <p>Impresiones: 82</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 581</p> <p>Impresiones: N/A</p>


4.9.3 Fase comunicar

Comunicar		
Táctica	Acción	Medios
Creación de contenido digital para hacer un llamado a sintonizar los	Publicación de artes donde se menciona el medio de	Instagram

diferentes medios de comunicación donde se hablará sobre la campaña.	comunicación donde se realizará la entrevista. Uso del hastag: #prevenciondealcoholismolaboral	
--	--	--





Publicaciones fase Comunicar		
Publicación	Instagram	Facebook
	<p>Cuentas alcanzadas: 30</p> <p>Impresiones: 38</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: 41</p> <p>Impresiones: 48</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>






 <p>Entrevista televisiva</p> <p>ECUADOR TV Telediario Canal 7</p> <p>Viernes 11 de diciembre</p> <p>09H00</p> <p>POCO, PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 42</p> <p>Impresiones: 47</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>Entrevista radial</p> <p>Radio digital Alfaradio26</p> <p>f</p> <p>Sábado 12 de diciembre</p> <p>17h00</p> <p>POCO, PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 46</p> <p>Impresiones: 53</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
 <p>Entrevista radial</p> <p>Radio Super K 1200 am</p> <p>Lunes 14 de diciembre</p> <p>12H00</p> <p>POCO, PUEDE SIGNIFICAR PERDER TODO</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 52</p> <p>Impresiones: 59</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>

	<p>Cuentas alcanzadas: 63</p> <p>Impresiones: 82</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 63</p> <p>Impresiones: 82</p>

4.9.4 Fase cierre

Cierre		
Táctica	Acción	Medios
<p>Creación de contenido digital con refranes populares de la ciudad.</p>	<p>Publicación de artes donde se usan refranes para cerrar la campaña con dar a entender el proposito de la campaña.</p> <p>Uso del hastag: #prevenciondealcoholismolaboral</p>	<p>Instagram</p>

Publicaciones fase Cierre		
Publicación	Instagram	Facebook
<p>Conmigo no has tomado...!</p>  <p>Puede llevarte a perder tus relaciones</p> 	<p>Cuentas alcanzadas: 52</p> <p>Impresiones: 60</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
<p>La última y nos vamos...!</p>  <p>Puede llevarte a perder tu familia</p> 	<p>Cuentas alcanzadas: 40</p> <p>Impresiones: 43</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>

<p>Hasta que el cuerpo aguante...!</p>  <p>Puede llevarte a perder tu vida</p> 	<p>Cuentas alcanzadas: 95</p> <p>Impresiones: 102</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
<p>Mejor pedir perdón que pedir permiso...!</p>  <p>Puede llevarte a perder tu empleo</p> 	<p>Cuentas alcanzadas: 2246</p> <p>Impresiones: 2657</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>
	<p>Cuentas alcanzadas: 81</p> <p>Impresiones: 82</p>	<p>Cuentas alcanzadas: N/A</p> <p>Impresiones: N/A</p>

4.10 Tácticas

Las tácticas utilizadas para crear interés en redes sociales fue dar información importante y relevante sobre el tema del alcoholismo laboral, siempre tomando en cuenta que es un tema complejo de abarcar sin embargo, se realizaron publicaciones con información interesante y llamativa. Por otro lado, las capacitaciones digitales que se impartieron por parte de los expositores fue interactivas e interesantes lo cual fue llamativo para el público.

4.11 Presupuesto


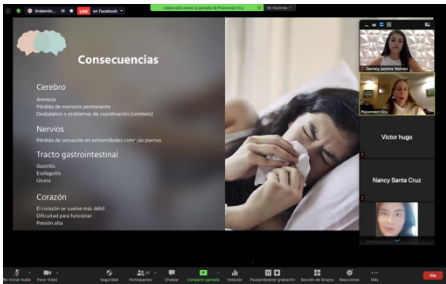
Para la realización de esta campaña se realizaron cotizaciones con varios proveedores, a continuación se presenta el presupuesto final de la campaña Poco puede significar perder todo.


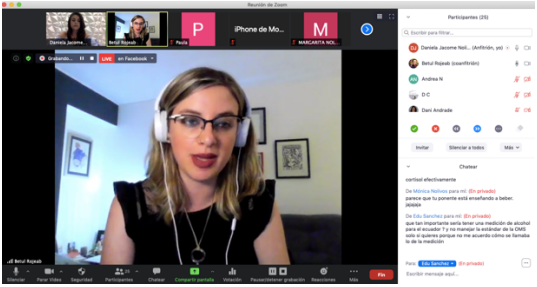
Presupuesto final Poco puede significar perder todo		
Descripción	Valor unitario	Valor total
Diseño de logo	\$25,00	\$25,00
Promoción de página de Facebook	\$20,00	\$20,00
Camisetas publicitarias x12	\$4,00	\$48,00
Promoción de cierre de campaña en Instagram	\$4,00	\$4,00


Regalo de agradecimiento capacitadores x5	\$6,00	\$30
Video promocional	\$20,00	\$20,00
Total:		\$147,00

4.12 Logros alcanzados

4.12.1 Capacitaciones digitales

	<p>Fecha: 04-11-2020</p> <p>Tema: Testimonio con Xavier Guamán.</p> <p>Invitado: Xavier Guamán, Director alcohólicos anónimos</p> <p>Medios: Zoom y Facebook Live</p> <p>Número de asistentes: 20</p>
	<p>Fecha: 12-11-2020</p> <p>Tema: Alcoholismo laboral en tiempos de Covid.</p> <p>Invitado: Rafaela Lepoutre, psicóloga clínica de Psiconet</p>

	<p>Medios: Zoom y Facebook Live</p> <p>Número de asistentes: 26</p>
	<p>Fecha: 17-11-2020</p> <p>Tema: Alcoholismo desde la gestión del talento humano.</p> <p>Invitado: Diego Jácome, psicólogo organizacional</p> <p>Medios: Zoom y Facebook Live</p> <p>Número de asistentes: 22</p>
	<p>Fecha: 25-11-2020</p> <p>Tema: Diferencias de consumo entre sexos y mitos del consumo de alcohol.</p> <p>Invitado: Betul Rojeab, psicóloga clínica. Grupo de investigación e intervención de drogas Ecuador</p> <p>Medios: Zoom y Facebook Live</p> <p>Número de asistentes: 26</p>

	<p>Fecha: 01-12-2020</p> <p>Tema: Consecuencias bio-psico-sociales del consumo intensivo de alcohol.</p> <p>Invitado: Gabriela Hernández, psicóloga clínica. Grupo de investigación e intervención de drogas Ecuador</p> <p>Medios: Zoom y Facebook Live</p> <p>Número de asistentes: 70</p>
---	--


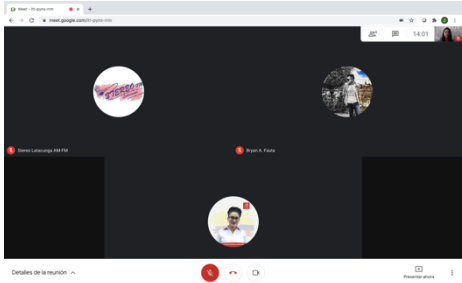
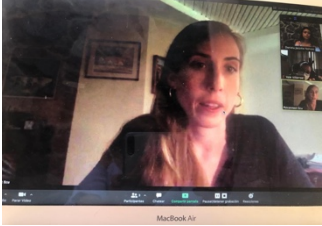

4.13 Indicadores de gestión

4.13.1 Medios de comunicación

En cuanto a la gestión de relaciones públicas se ha realizado un acercamiento con siete medios, dos en la ciudad de Latacunga y cinco en la ciudad de Quito. Todas las entrevistas se realizaron de manera digital debido a la situación del Covid-19.

Fecha	Medio	Hora
Miércoles 11 de noviembre 2020	Fundación Radio María	10H00
Viernes, 27 de noviembre de 2020	Stereo Latacunga	14H00
Viernes, 11 de diciembre de 2020	Ecuadortv	09H00

Viernes, 11 de diciembre de 2020	Radio Pública FM	12H00
Lunes 14 de diciembre de 2020	Radio Super K 1200am	12H00
Sábado, 12 de diciembre de 2020	Alfa Radio26	17H00
Domingo, 20 de diciembre de 2020	UTC Radio Latacunga	20H00

<p>Fundación Radio María</p> 	<p>Stereo Latacunga</p> 
<p>Ecuadortv</p> 	<p>Radio Pública Fm</p> 

Radio Super K 1200am



Alfa Radio26

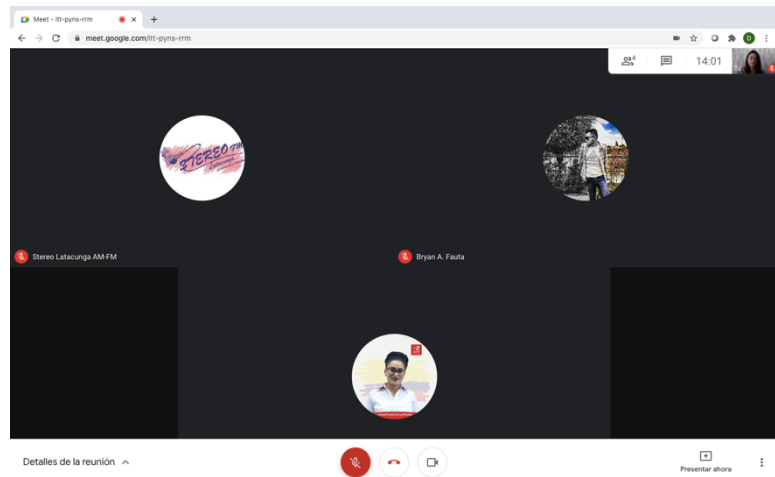
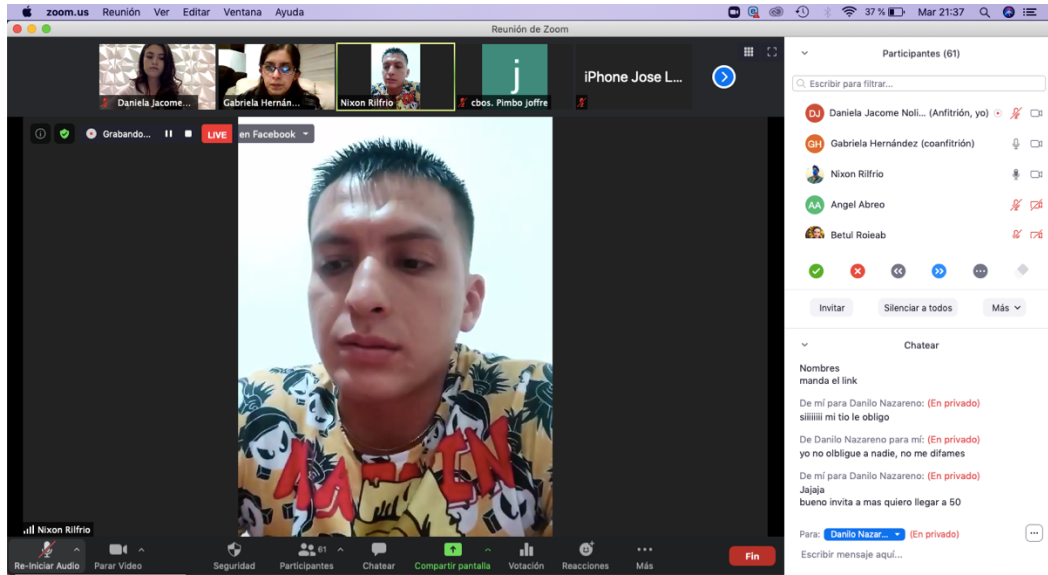


UTC Radio Latacunga



4.14 Metas inesperadas

Como metas inesperadas esta campaña logro llegar a ser de interés dos medios de comunicación de Latacunga puesto que se sintieron atraídos por la propuesta de campaña y consideraron importante hablar del tema dentro de esta ciudad. Por otro lado, el grupo de defensa de la base aérea Taura del Ecuador se sintió motivado a ser parte de esta campaña y fueron parte de las capacitaciones impartidas por nuestros aliados estratégicos con lo cual se logro ampliar el público objetivo. Con estas metas inesperadas se logro ampliar el público objetivo de la campaña.



CONCLUSIONES

En síntesis, el alcoholismo es determinado como un problema social que nace de la adicción por la bebidas alcohólicas y el descontrol sobre el consumo de estas, este trastorno es considerado el causante de varios problemas en la personas tanto en nivel personal como laboral, es importante recalcar el alcoholismo es considerado un problema social que se puede dar dentro de las organizaciones por diferentes factores como: falta de motivación, problemas personales, problemas económicos, etc. Es importante analizar a profundidad esto puesto que, nos vincula con la comunicación como una herramienta que es importante para la prevención de este problema social dentro de las empresas y con un enfoque de ayuda al personal de estas. Tomando en cuenta los riesgos, mencionados dentro del texto se puede interpretar que es necesaria la comunicación interna para el cambio de la cultura organizacional que forma parte de la empresa y por ende es parte de su personal. Basándonos en la información presentada es importante mencionar que el consumo de bebidas alcohólicas existe hace miles de años, en un inicio con un enfoque gastronómico que fue variando conforme la bebida se tornaba más popular, y con esto causando que sea normalizada en varios ámbitos. En contexto, las bebidas alcohólicas se han normalizado en un nivel donde es bastante considerable el consumo en diferentes aspectos de la vida de las personas, como son dentro de celebraciones empresariales en las cuales es necesario hacer énfasis puesto que, pueden ser consideradas como una causa de alcoholismo dentro del ámbito laboral. La falta de control sobre esta bebida dentro de las empresas en ocasiones puede ser la causante de conflictos dentro de la empresa pero también afectando el desempeño de los colaboradores, al igual que provocando riesgos laborales significativos donde las

empresas tienden a sentirse responsables por estos. La concientización acerca del alcoholismo laboral es un tema que puede ser tratado desde la comunicación tomando en cuenta que este es un medio que permite persuadir a un cambio dentro de las empresas. Entender la cultura organizacional de las empresas es el eje principal para dar una solución efectiva para un cambio mediante la comunicación interna, la cual es la encargada del manejo del personal mediante la utilización de técnicas efectivas para la persuasión hacia un cambio significativo por un bien que beneficia tanto al personal como a la empresa. Tomando en cuenta lo antes mencionado con la implementación de una campaña comunicacional se logro dar a conocer la importancia de tratar el tema del alcoholismo laboral desde varios puntos de vista con el fin de prevenir y educar acerca del tema. Con la implementación de esta campaña se pudo concluir que las empresas necesitan realizar campañas fuertes que logren romper con la normalización del consumo de la sustancia dentro del ámbito laboral, por otro lado dar a conocer las consecuencias que puede tener el consumo excesivo del alcohol tanto para las empresas como para los colaboradores de estas. La comunicación jugo un rol fundamental en la realización de esta campaña puesto que, fue la que permitió llegar a los públicos objetivos y cumplir los objetivos planteados inicialmente, por otra parte también se logro difundir la campaña en medios de comunicación y difundir de forma estratégica esta causa social. Finalmente, la campaña implementada durante estos tres meses ha logrado fusionarse con la información investigada acerca de la relevancia que tiene este tema en la sociedad, es por esto por lo que es necesario mencionar que la comunicación logra resolver problemas de la sociedad de manera efectiva.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson P, G. A. (2008). *Organizacion Panamericana de la Salud* . Obtenido de Who: https://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol_atencion_primaria.pdf
- Andrade, H. (2005). *Comunicacion Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo, S.L.
- Antecedentes históricos, s. a. (2001). *Euskomedia* . Obtenido de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/04/04139158.pdf>
- Armas, M. A. (2016). CULTURA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. En L. M. Mancinas, *Comunicacion institucional y cambio social* (págs. 39-64). España: Ediciones Egregius.
- Bastida, N. (2002). Problemas laborales asociados al consumo de alcohol. *Adicciones, 14*. Obtenido de <http://m.adicciones.es/index.php/adicciones/article/viewFile/526/520>
- Berceruelo, B. (2014). *Nueva comunicacion interna en las empresas* . España: Esudio de comunicacion .
- Braganza, E. (1 de 10 de 2017). El alcoholismo, un gran problema en el Ecuador .
- Braganza, M. (2017). Determinantes Sociales y Económicos del Consumo de Alcohol en Ecuador. Universidad de las Americas. Quito, Ecuador. (*Tesis de pregrado*). Universidad de las America, Quito.
- Chiavenata, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. México : McGRAW-HILL.
- Davila, A. M. (2013). El alcohol: un problema de salud publica. (*Tesis de pregrado*). Pontificia Universidad Catolica, Quito.
- drogas, G. d. (1994). *World Health Organization*. Obtenido de https://www.who.int/substance_abuse/terminology/lexicon_alcohol_drugs_spanish.pdf
- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Espacios, 39(24)*.
- Fernandez, J., & Echeburúa, E. (2001). El consumo excesivo de alcohol:un reto para la salud laboral. *Revista Salud y drogas, 1(1)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/839/83910103.pdf>
- Fundacion para prevencion de riesgos laborales. (2015). *UGTBALEARS*. Obtenido de <http://www.ugtbalears.com/es/PRL/Documents/D%C3%ADptics/EI%20alcoholismo%20en%20el%20trabajo.pdf>
- Gabantxo, & Kontxi. (2001). *Euskomedia* . Obtenido de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/04/04139158.pdf>
- Galuppo, R. (2014). Omnia. *La comunicaci3n interna de la responsabilidad social ambiental desde el m3todo de Bagozzi y Phillips(2)*.
- G3mez, P. F. (2005). *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gesti3n responsable*. Espa1a: Foretica.
- Lazo, D. M. (1994). *Alcoholismo* . Bogota : Editorial San Pablo .
- Minsal, D., & P3rez , Y. (2007). Hacia una nueva cultura organizacional: la cultura del conocimiento. *Acimed, 16(3)*.
- Momberg, M. R. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*.
- Mu1niz, R. (2017). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Centros de estudios financieros .
- Naveillan, P. (1992). *Alcoholismo Laboral*. Chile: Editorial Juridica de Chile.

- Naveillan, P. (1992). *Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana*. Oficina Sanitaria Panamericana.
- Navillan, P. (1992). *Alcoholismo Laboral*. Editorial Jurídica de Chile .
- Ochoa, E., & Madoz, A. (2008). *Scielo*. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n213/original1.pdf>
- Orozco, L. J. (10 de Febrero de 2010). *Medigraphic*. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/aapaunam/pa-2010/pae101i.pdf>
- Padron, L. D., Alvarez, O., & Rivero, J. (1991). Consumo de Alcohol. *Revista Científica Médica de Cienfuegos*, 10, 61-62. Obtenido de <http://www.revfinlay.sld.cu/index.php/finlay/article/view/11/13>
- Ramirez, D., Marinez, K., & Asúnsolo, A. (2011). Abuso de alcohol en el medio laboral, factores de riesgo para el consumo, e instrumentos de valoración aplicables en la vigilancia de la salud. *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 57(224). Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v57n224/original1.pdf>
- RECAL, F. (2019). *Fundacion Recal*. Obtenido de <https://www.fundacionrecal.org/que-es-la-adiccion/tipos-de-adiccion/alcoholismo/>
- Robles, M. d. (30 de enero de 2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razon y Palabra*, 22.
- Ruiz, S., Godoy, F., Davila, M., & Tipan, R. (2013). Alternativas sociales a una aproximación de la realidad nacional sobre los factores del tráfico de drogas. (*Tesis Doctoral*). Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad, Ecuador.
- Salazar, J. (2012). *Las adicciones en el trabajo y su impacto en el bienestar de la empresa*. Jalisco: Fundación Social del Empresariado Jalisciense.
- Salazar, J. (2012). *Las adicciones en el trabajo y su impacto en el bienestar*. Jalisco: Fundación Social del Empresariado Jalisciense.
- Serra, J. (Septiembre de 2018). El Alcohol y las Drogas en el ámbito laboral. *Revista Asepeyo*. Obtenido de https://prevencion.asepeyo.es/wp-content/uploads/LIBRO-CASTELLANO_ALCOHOL-Y-DROGAS-2018-02-web.pdf
- Serra, J. (Septiembre de 2018). El alcohol y otras drogas dentro del ámbito laboral. *Revista Asepeyo*. Obtenido de https://prevencion.asepeyo.es/wp-content/uploads/LIBRO-CASTELLANO_ALCOHOL-Y-DROGAS-2018-02-web.pdf
- Soto, L. G. (2006). Comunicación Interna . En *Comunicación estratégica para las organizaciones* (págs. 44-45). Quito : Quipus, Ciespal .
- Trabajo, O. I. (1998). *ILO*. Obtenido de https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_008941/lang--es/index.htm
- Trujillo, D. (s.f.). Patrón de consumo de alcohol en estudiantes entre 14 y 17 años de un colegio del norte de la ciudad de Quito . (*Tesis de pregrado*). Universidad Internacional del Ecuador , Quito.
- Ustariz, R. (s.f.). El Alcoholismo. (*Tesis de maestría*). FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES (FLACSO), Cuba.
- Villalba, M. d. (2014). El papel de las empresas ante las adicciones: Una estrategia desde la responsabilidad social corporativa. *Revista Infonova*(25). Obtenido de https://issuu.com/e-nova/docs/revista_infonova_25

