



Campana de Marketing Social para afrontar el estrés laboral en los docentes de la Universidad de Guayaquil como efecto de la implementación del teletrabajo

Social Marketing Campaign to address work stress in teachers at the University of Guayaquil as an effect of the implementation of teleworking

Campanha de Marketing Social para enfrentar o stress laboral em docentes da Universidade de Guayaquil como efeito da implementação do teletrabalho

Milton Eduardo Goyes-Becerra ^I
milton.goyesb@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0009-2362-3036>

Evelyn Mariuxi Rodríguez-Quinde ^{II}
evelyn.rodriguezq@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-3159-7512>

Dayana Ilumyt Lozada-Núñez ^{III}
dayana.lozadan@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4102-475X>

Correspondencia: milton.goyesb@ug.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 04 de mayo de 2024 * **Aceptado:** 17 de junio de 2024 * **Publicado:** 20 de julio de 2024

- I. Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- II. Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- III. Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales, Profesora Titular, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El presente artculo tiene como objetivo principal, proponer una campana de Marketing Social dirigido a los docentes de la Universidad de Guayaquil para prevenir y afrontar el estrs laboral provocado por la implementacin del teletrabajo durante la pandemia Covid – 19. La problemtica actual, se origina de la aplicacin de esta nueva modalidad trabajo en las Instituciones de Educacin Superior. Esta investigacin se enmarca en el enfoque cuantitativo, su alcance es descriptivo y de acuerdo a los objetivos es proyectiva. Los resultados obtenidos son de fuentes de datos primarios, se analizan los niveles de estrs y las estrategias de afrontamiento en los docentes provenientes de esta Institucin. Mediante la recopilacin de informacin, a travs de un cuestionario formulado en Google Forms, se realiz la encuesta a un total de 341 docentes. El cuestionario fue respondido por una muestra representativa de 126 docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas. Los resultados confirman que ms del 50% de los docentes encuestados se encuentran a nivel de estrs laboral medio, alto y grave en el contexto de la implementacin del teletrabajo. Estos resultados enfatizan en la importancia que tiene una campana de comunicacin hacia los docentes y autoridades sobre este tema y dar a conocer cuales son las estrategias de afrontamiento ms efectivas; y as mismo, evitar las posibles consecuencias que provoca esta situacin en la salud de los docentes.

Palabras clave: Marketing Social; Campana de Marketing Social; Estrs laboral y estrategias de afrontamiento.

Abstract

The main objective of this article is to propose a Social Marketing campaign aimed at teachers at the University of Guayaquil to prevent and confront work stress caused by the implementation of teleworking during the Covid-19 pandemic. The current problem originates from the application of this new work modality in Higher Education Institutions. This research is framed within the quantitative approach, its scope is descriptive and according to the objectives it is projective. The results obtained are from primary data sources, stress levels and coping strategies in teachers from this Institution are analyzed. By collecting information, through a questionnaire formulated in Google Forms, the survey was carried out with a total of 341 teachers. The questionnaire was answered by a representative sample of 126 teachers from the Faculty of Administrative Sciences. The results confirm that more than 50% of the teachers surveyed are at a medium, high and severe

level of work stress in the context of the implementation of teleworking. These results emphasize the importance of a communication campaign towards teachers and authorities on this topic and to make known which are the most effective coping strategies; and likewise, avoid the possible consequences that this situation causes on the health of teachers.

Keywords: Social Marketing; Social Marketing Campaign; Work stress and coping strategies.

Resumo

O principal objetivo deste artigo é propor uma campanha de Marketing Social dirigida aos docentes da Universidade de Guayaquil para prevenir e enfrentar o stress laboral causado pela implementação do teletrabalho durante a pandemia de Covid-19. Esta investigação enquadra-se na abordagem quantitativa, o seu âmbito é descritivo e de acordo com os objetivos é projetivo. Os resultados obtidos são provenientes de fontes de dados primários, são analisados os níveis de stress e as estratégias de coping em docentes desta Instituição. Através da recolha de informação, através de um questionário formulado no Google Forms, o inquérito foi realizado a um total de 341 professores. O questionário foi respondido por uma amostra representativa de 126 docentes da Faculdade de Ciências Administrativas. Os resultados confirmam que mais de 50% dos professores inquiridos se encontram num nível de stress laboral médio, elevado e grave no contexto da implementação do teletrabalho. Estes resultados sublinham a importância de uma campanha de comunicação junto de professores e autoridades sobre este tema e de dar a conhecer quais são as estratégias de coping mais eficazes; e da mesma forma, evitar as possíveis consequências que esta situação provoca na saúde dos professores.

Palavras-chave: Marketing Social; Campanha de Marketing Social; Stress no trabalho e estratégias de coping.

Introducción

Actualmente el estrés es un tema común en investigaciones psicológicas, fisiológicas y laborales. El estudio del estrés inicia en la década del 1930 en Austria y se relaciona con las personas que manifestaban síntomas de cansancio, pérdida de apetito, baja de peso, astenia, etc. La presencia del estrés puede desencadenar enfermedades como hipertensión arterial y trastornos emocionales o

mentales. El estrs laboral es un riesgo psicosocial que puede afectar los profesionales de la educacin, entre ellos los docentes de las Instituciones de Educacin Superior.

La crisis sanitaria provocada por la pandemia Covid – 19 ha incrementado los niveles de estrs en este tipo de profesional. Por ello, la presente investigacin, destaca en la importancia de la propuesta de una campana de Marketing Social dirigida a los docentes de la Universidad de Guayaquil, con el fin de prevenir, identificar y afrontar este riesgo en contexto de implementacin del teletrabajo.

En Ecuador y a nivel mundial, la implementacin del teletrabajo es una necesidad debido a los cambios bruscos que se viven como resultado de la crisis sanitaria provocada por el virus Covid – 19; y por la medida del confinamiento que se aplicó para afrontar esta situacin.

Durante el confinamiento en el pas, los docentes han modificado las metodologas de enseanza de la modalidad presencial a virtual, tratando de adaptarse en un corto tiempo a las nuevas condiciones de teletrabajo. En las investigaciones que se realizan a nivel internacional se confirma que, el aumento de la carga de trabajo y el adiestramiento en un corto perodo de tiempo que les permita el uso de herramientas tecnolgicas y de comunicacin, han desencadenado sentimientos de tensin, agotamiento, una serie de signos y sntomas de estrs en los docentes. (Roldán Bazurto & Díaz Macías, 2021).

Por otro lado, “es importante indicar que el teletrabajo trae grandes beneficios al ser humano, en cuanto al buen aprovechamiento del tiempo y el desarrollo de competencias digitales o humanas” (Hoyos Sepúlveda & Mesa Agudelo, 2015 p. 43). Sin embargo, también se observan manifestaciones perjudiciales al combinar el teletrabajo con una carga familiar y responsabilidades del hogar. Esta dificultad se da en el momento, en que las horas de trabajo se comparten con otras ocupaciones o coinciden con los espacios destinados a la familia.

En el estudio de las consecuencias del estrs laboral es necesario especificar que se manifiestan en una doble vertiente. Los efectos del estrs laboral no sólo perjudican al individuo con la aparicin de la enfermedad de origen, tanto fsico como psicolgico; sino que también van a producir de forma continua un deterioro en el ambiente laboral afectando a la productividad, el rendimiento y a las relaciones interpersonales. (Azcona et al., 2016).

La sobrecarga laboral es un factor que incide en la aparicin de riesgos psicosociales del teletrabajo y provoca desequilibrios entre las áreas personales y las profesionales (Rubbine, 2012). Lo anterior describe la problemática que afecta a los docentes de las Instituciones de Educacin Superior, tanto

públicas o privadas en el Ecuador y constituye un problema científico, que implica para su análisis de métodos de la misma naturaleza.

El artículo argumenta como idea central, la necesidad de lograr mayor comprensión sobre la prevalencia de niveles de estrés que se desencadenan, como resultado de la implementación de la modalidad de teletrabajo en las Instituciones de Educación Superior en el Ecuador. Este riesgo psicosocial ha sido ampliamente estudiado desde diversas perspectivas, por lo que ha captado la atención de la Psicología, Sociología, la Medicina o la Administración de Empresas. En específico, en el ámbito de la Administración de Empresa es de interés del campo específico de la Gestión de Talento Humano. Actualmente se considera que es un riesgo que se refuerza en condiciones del teletrabajo, donde se imponen nuevos retos, un mayor tiempo destinado a la preparación de clases y formas diferentes de intercambiar con los estudiantes.

Su importancia radica en analizar los factores que provocan estrés laboral y las estrategias de afrontamiento que prevalecen en los docentes de las Instituciones de Educación Superior. La fatiga laboral causada por el teletrabajo afecta negativamente a la salud de los docentes. Es necesario tomar medidas de prevención o afrontamiento para reducir la vulnerabilidad del docente frente a este riesgo laboral y contribuir a la mejora del clima organizacional (Corozo Palma, 2021).

Formulación del problema

¿Cómo afrontar el estrés laboral que se produce como resultado de la implementación del teletrabajo en los docentes de la Universidad de Guayaquil?

Objetivo general

Diseñar una campaña de marketing social para afrontar el estrés laboral en los docentes de la Universidad de Guayaquil como efecto de la implementación del teletrabajo.

Metodología

La investigación realizada se enmarca en el enfoque cuantitativo y su alcance es descriptivo. Los resultados obtenidos son de fuentes de datos primarios y se espera analizar el estrés laboral en los docentes de la Universidad de Guayaquil como efecto de la implementación del teletrabajo. Los datos que se obtienen, para el abordaje de la problemática planteada, son de un período de tiempo

determinado, por lo cual se desarrolla un estudio de carcter transversal. Este estudio se basa en la informacin de los sujetos en un momento presente y en su entorno existente.

En cuanto a los objetivos propuestos el estudio tiene una naturaleza proyectiva, debido a que su objetivo final es realizar la propuesta de una campana de marketing social como estrategia de prevencin frente a la existencia de niveles altos o moderados de estrs laboral como resultado de la implementacin del teletrabajo causada por la pandemia Covid – 19.

En cuanto a mtodos de investigacin se aplicar el hipottico deductivo. La muestra es un subgrupo de toda la poblacin de la que se recopilar informacin mediante un mtodo probabilstico. La principal ventaja de la muestra probabilstica es que se puede medir el tamao del error en los pronsticos establecidos, con el principal objetivo de minimizarlas.

El instrumento de diagnstico aplicado fue el test de estrs laboral, adaptado del Cuestionario de Problemas Psicossomticos (o CPP) (Hock, 1988, adaptado por Garca et al., 1993) y el Cuestionario de Afrontamiento del Estrs CAE (Bonafacio & Chorot, 2003). Estos test se han utilizado ampliamente en investigaciones con objetivos similares.

En el diseo del instrumento de recopilacin de informacin han sido considerados las siguientes escalas: test del estrs laboral, adaptado del Cuestionario de Problemas Psicossomticos (CPP) (Hock, 1988, adaptado por Garca et al., 1993) y el Cuestionario de Afrontamiento del Estrs (CAE) (Bonafacio & Chorot, 2003).

El estrs laboral se define como una respuesta fisiolgica, psicolgica y conductual inmediata, debido a que la persona requiere adaptarse ante situaciones no esperadas o de mucha exigencia en el mbito personal o laboral (Martnez Morote, 2019).

El instrumento de este estudio de investigacin se proceder inicialmente validar conceptualmente a travs de expertos con el fin de analizar las propiedades psicomtricas del cuestionario de la recoleccin de informacin.

En segundo lugar, se procede a travs de un anlisis factorial exploratorio a realizar la confirmacin de la fiabilidad del instrumento de recopilacin de informacin. La fiabilidad se define como el grado en que la variable observada mide el valor verdadero y se encuentra libre de error. En la confirmacin de esta propiedad psicomtrica del instrumento de recopilacin de informacin se profundiza en cada indicador que compone la escala. La consistencia interna se apoya en el clculo del Alfa de Cronbach.

La población objeto de estudio está conformada por los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil para el ciclo I 2021-2022. En esta investigación se tiene el consentimiento que los encuestados participan voluntariamente y se estima un error muestral del 7% para un nivel de confianza del 95% ($Z=1.96$) y $p=q=0.5$. El número de encuestas mínimo necesario para llevar a cabo la investigación propuesta es de 126 y se calcula con la siguiente expresión: $n=N*Za^2*$

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

Donde:

$N = 341$

$Z = 1.97$

$p = 50\%$

$q = 50\%$

$e = 7\%$

$$n = \frac{336 * 1.97^2 * 50\% * 50\%}{7\%^2 * (336 - 1) + 1.97^2 * 50\% * 50\%}$$

$n = 126$

Una vez delimitada la muestra y la población se realiza el envío mediante el correo electrónico institucional del link del cuestionario y la carta de presentación del estudio ante los docentes de la Universidad de Guayaquil determinados. El trabajo investigativo se desarrolla durante los meses de junio de 2021 a septiembre de 2021. De un total de 341 cuestionarios que fueron enviados se recibieron respuestas de 126 docentes.

Luego de comprobar la confiabilidad y la validez de las dos escalas CPP y CAE se propone realizar el análisis descriptivo de las variables, para identificar la existencia de niveles altos y moderados de estrés laboral como resultado de la implementación del teletrabajo causada por la pandemia Covid – 19 y describir las principales estrategias de afrontamiento del estrés que son utilizadas.

En esta fase de proceso de información experimental se solicita la aplicación de métodos descriptivos. Las variables cuantitativas se presentarán en forma de porcentaje y con un gráfico de barras simples o diagrama de sectores. Se considerará el cruce de variables categóricas para caracterizar comportamientos determinantes en cada una de ellas.

Para el logro de los objetivos de esta investigación se requiere la aplicación de diversos métodos científicos, tanto teóricos como empíricos, que se enmarcan en la investigación cuantitativa no experimental. Entre los métodos teóricos que serán utilizados se encuentran: análisis y síntesis de

informacin en la etapa de la revisin de la literatura especializada. En segundo lugar, se requiere de la aplicacin de mtodos empricos para el procesamiento y descripcin de los datos proveniente de las fuentes primarias consultadas.

Variables: Estrs laboral, Estrategias de afrontamiento del estrs laboral.

Marco Teórico

Marketing social

El marketing social es el uso de las tcnicas de la mercadotecnia para difundir ideas y acciones de un tema en especfico que aporten y beneficien a la sociedad. La definicin originaria de Kotler se limita a un concepto del marketing social como difusor de ideas e informacin, cuestin que fue objeto de crticas y dio lugar a nuevas definiciones que se incorporaron al cambio de las actitudes y la influencia en las conductas como eje fundamental en su desarrollo (García López, 2018).

Refleja la situacin actual del marketing, donde hace posible llevar a las empresas a niveles de relacin ms concretos y duraderos con su pblico interno y externo o con la sociedad en general. De esta manera, la confianza que la sociedad le otorga en relacin con la empresa puede llevar a que sea comprendido como un tipo de herramienta con potencial para promover transformaciones sociales significativas (Gualiani et al., 2012).

Para este artculo se concluye que el marketing social es un proceso que ejerce el uso de las tcnicas de: investigacin, anlisis, planificacin, diseo, control y evaluacin de programas para el efecto de causas sociales de una comunidad determinada con el fin de lograr y obtener resultados positivos (Navas Rojano, 2017).

Teoras sobre el marketing social

La teora del marketing social se fundamenta en la importancia de obtener beneficios en la comunicacin, imagen, posicionamiento en el mercado a travs de la propuesta de valor, el desarrollo de relaciones pblicas para tener un mayor impacto en medios de comunicacin masiva y de esta manera las empresas se proyectan de manera positiva aumentando su fiabilidad.

Adems, que indirectamente se realiza promocin y esto se refleja en las ventas que contribuyen a una ayuda social (Buitrago, 2016).

Importancia del marketing social

En la actualidad las empresas tienen como premisa la importancia del marketing social, porque de esta manera se genera conciencia en las personas y esto resulta beneficioso para ambas partes, logrando un bienestar social debido a que se logra una participación en el desarrollo económico y social de un país. Al no desarrollar esta práctica, se originará una problemática en la sociedad, que afectará a una causa o apoyo social en específico (Alvia Medina, 2014)

Los elementos principales de la importancia del marketing social son (Burbano Ordoñez et al., 2021):

- En tiempos de crisis es fundamental ocupar los puntos menos desarrollados por una comunidad.
- Obligación de conllevar tratos sociales, lo que significa tener unión, enlace y conexión con la sociedad.
- Laborar responsablemente con la sociedad, buscando y obteniendo cambios altamente significativos.
- Desarrollo y ejecución de ideas en el tema social, donde se obtendrán resultados positivos para ejercer una mejor calidad de vida en general.
- Ejercer habilidades en tiempos difíciles, y promover seguridad a personas con bajo niveles de grados de exposición, reacción inmediata y recuperación básica.
- Recuperar la confianza de los ciudadanos con énfasis a una excelente conexión entre el país y la sociedad

Campaña de marketing social

Las empresas hoy en día realizan campañas de Marketing Social dirigido por un grupo de profesionales, que intentan mediante la comunicación persuadir a otros para que reconozcan, cambien o desierten determinadas opiniones, cualidades, habilidades y conductas. (Curiel Lorenzo, 2012).

El Marketing Social está coligado a las campañas que tienen como objetivo un cambio significativo en la conducta de las personas, analizando los deseos, necesidades e intereses en el ámbito social, con la finalidad de intervenir en la aceptación de sus decisiones sociales (Gualiani et al., 2012). En la figura 1 se mencionan los elementos de una campaña de Marketing Social.



Teletrabajo

El teletrabajo surge en los 70 con la crisis del petrleo, esto hizo pensar a Jack Nilles de qu manera poda optimizar recursos no renovables. El teletrabajo se fundamenta en ejecutar las actividades laborales desde otro lugar tradicional como la empresa, tambin se da el caso de que el horario de trabajo se modifica. De manera muy frecuente, el lugar para la ejecucin de las actividades es el hogar del trabajador, por otro lado, tambin existen lugares que las empresas solo contratan por horas o se movilizan hacia donde el cliente disponga (Peiró & Soler, 2020).

“El teletrabajo se define como la actividad laboral que se desarrolla fuera de las instalaciones de la empresa y con el uso de tecnologas de la informacin y de la comunicacin” (Vicente Herrero et al., 2018, p.287). Esto quiere decir que el trabajo se podr realizar de una manera ptima, sin necesidad de estar en la empresa, donde se labora siempre y cuando se cuenten con las herramientas tecnolgicas y de telecomunicaciones.

La Organizacin Internacional del Teletrabajo precisa que esta modalidad es una nueva forma de realizar las actividades laborales, en un espacio fsico, distinto al rea empresarial o la infraestructura de la empresa, logrando un distanciamiento entre los propios empleados o jefes que trabajen en la misma rea, departamento u oficina (Marroqun Santilln, 2020).

El teletrabajo consiste en una metodologa diferente en la que el trabajo de las personas en cuanto al servicio al cliente se ejecuta con la aplicacin de las diferentes herramientas tecnolgicas tambin llamadas Tecnologas de la Informacin y las Comunicaciones (TIC) y esto da como resultado el cambio de la atencin al cliente online (Azabache Torres, 2018).

El estrs laboral son los sucesos agobiantes que vive una persona a diario con sus actividades profesionales, siendo as la consecuencia de producir situaciones ambientales y personales como

estresores, daños en el pensamiento humano, toma de malas decisiones y riesgos de factores psicosociales.

Las estrategias de afrontamiento son respuestas dadas por el individuo para sobrellevar, manejar y tolerar situaciones estresantes, con el fin de evitar, equilibrar y fortalecer el bienestar psicológico de las personas.

Marco legal de referencia al desarrollo de la investigación

Plan Nacional de desarrollo 2017-2021 - Toda una vida

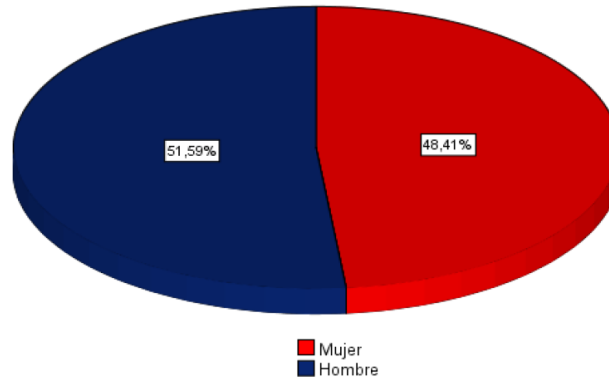
El teletrabajo se alinea al Plan Nacional de Desarrollo a través de su Objetivo 1 que establece: “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”, la cual se enmarca en la política de trabajo y garantiza el cumplimiento de derechos y obligaciones, con lo cual se da cumplimiento a los acuerdos ministeriales MDT-2017-090A, para el público y MDT-2016-0190, para el sector privado (Ministerio de Trabajo, 2020).

Resultados

Esta propuesta se sustenta en los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a un grupo homogéneo de docentes de la Universidad de Guayaquil. En este sentido, la investigación se orientó al estudio de las variables estrés laboral y estrategias de afrontamiento del estrés laboral en un grupo de docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas. Según los resultados obtenidos se propone la campaña de Marketing Social denominada ¡Trabaja sin estrés! Prevenir y afrontarlo es posible. Esta campaña se transforma en una propuesta para evitar o atenuar los efectos del estrés laboral por la modalidad de teletrabajo que ha sido implementada a causa de la pandemia COVID -19 en esta Institución de Educación Superior.

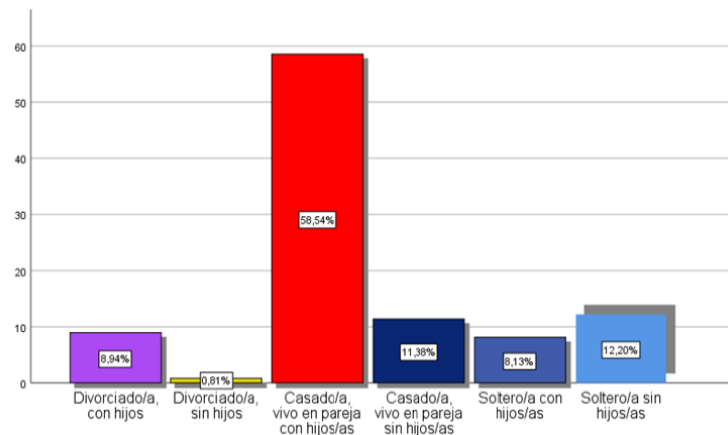
En este estudio participaron 126 docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. El 100% de los docentes mostraron disposición para participar de manera voluntaria en esta investigación. En la Figura 1 se observa la distribución de la muestra por sexo.

Fig 2: Sexo



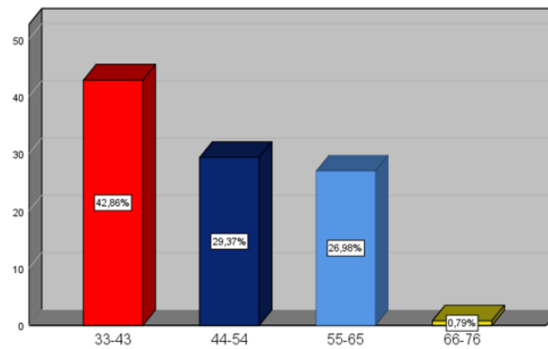
En la Figura 2 se refleja la situacin del estado familiar de los docentes de la Universidad de Guayaquil. Un 58,54% son casado/as, viven en pareja con hijos/as, el 11,38% son casado/as, viven en pareja sin hijos/as, el 8,94% son divorciado/as con hijo/as; el 0,81% son divorciado/as, sin hijo/as y el 12,20% soltero/as sin hijos.

Fig 3: Situacin de estado familiar



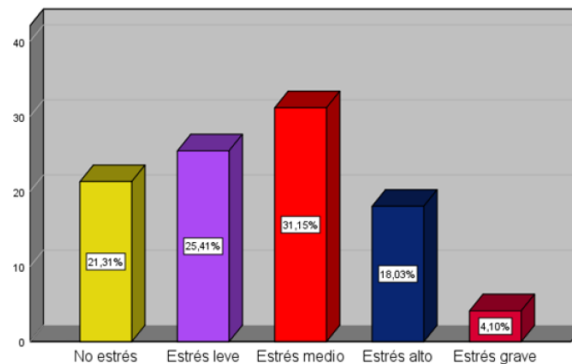
En la Figura 3 se refleja la situacin del estado familiar de los docentes de la Universidad de Guayaquil. Un 58,54% son casado/as, viven en pareja con hijos/as, el 11,38% son casado/as, viven en pareja sin hijos/as, el 8,94% son divorciado/as con hijo/as; el 0,81% son divorciado/as, sin hijo/as y el 12,20% soltero/as sin hijos.

Fig 4: Rango de Edades



En la Figura 4 se observa la distribución de la muestra por edades, en lo cual el 42,86% de los docentes que respondieron esta encuesta tiene una edad entre el rango de 33 y 43 años, el 29,37 % cuentan con un rango de 44 y 54 años, el 26,96% entre 55 y 65 años y el 0,79% tiene entre 66 y 76 años de edad.

Fig 5: Estrés laboral



En la Figura 5 se observa la caracterización de la muestra en cuanto a los niveles del estrés laboral. El estudio realizado indica que el 31,15% de los docentes encuestados presentan un estrés medio, el 25,41% presentan estrés leve, el 18,03% presentan estrés alto, y 50 el 4,10% presentan un estrés grave. Estos porcentajes indican que más de la mitad de los encuestados sufren de estrés laboral.

Tabla 1: Caracterización de síntomas jaquecas o dolores de cabeza.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Nunca	13	10,3	10,3	10,3
Casi nunca	23	18,3	18,3	28,6
Pocas veces	22	17,5	17,5	46,0
Algunas veces	28	22,2	22,2	68,3
Relativamente frecuente	17	13,5	13,5	81,7
Muy frecuente	23	18,3	18,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por el autor

En cuanto a los síntomas que más predominio reflejan en el comportamiento de los niveles de estrés laboral durante el desarrollo de actividades de teletrabajo se observa la jaqueca o dolor de cabeza. El 18,3% perciben la jaqueca o dolor de cabeza de forma muy frecuentemente; el 13,5% relativamente frecuente; el 22, 2% algunas veces; el 17,5% pocas veces; mientras que el 28,6% de los docentes encuestados lo describen entre casi nunca o nunca.

Tabla 2: Síntoma de cansancio o agotamiento

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Nunca	7	5,6	5,6	5,6
Casi nunca	13	10,3	10,3	15,9
Pocas veces	23	18,3	18,3	34,1
Algunas veces	18	14,3	14,3	48,4
Relativamente frecuente	29	23,0	23,0	71,40
Muy frecuente	36	28,6	28,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

En la Tabla 2 se analiza el síntoma de sensación de cansancio extremo o agotamiento. El 28,6% de los docentes lo presentan muy frecuentemente, el 23% relativamente frecuente; el 14,3% algunas veces; el 18,3% pocas veces; y el 15,9% entre casi nunca o nunca.

Tabla 3: Tendencia a comer, beber o fumar

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Nunca	43	34,1	34,1	34,1
Pocas veces	17	13,5	13,5	57,1
Algunas veces	28	22,2	22,2	79,4
Relativamente frecuente	8	6,3	6,3	85,7
Muy frecuente	18	14,3	14,3	100,0
<i>Total</i>	<i>126</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	

En relación a la tendencia a comer, beber o fumar más de lo habitual, se observa un comportamiento preocupante en los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. La Tabla 11 refleja que un 14,3% de los docentes encuestados lo perciben de forma muy frecuente; 6,3% de forma frecuente; el 22,2% algunas veces; y el 47,6% entre casi nunca o nunca.

En general, esta manifestación del ámbito conductual, se encuentra afectando y determinando los niveles de estrés laboral en los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas como resultado de la implementación del teletrabajo durante la pandemia del Covid-19.

Tabla 4: Caracterización del síntoma indigestión o molestias gastrointestinales

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Nunca	18	14,3	14,3	14,3
Casi nunca	27	21,4	21,4	35,7
Pocas veces	23	18,3	18,3	54,0
Algunas veces	21	16,7	16,7	70,6
Relativamente frecuente	22	17,5	17,5	88,1
Muy frecuente	15	11,9	11,9	100,0
<i>Total</i>	<i>126</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	

El 11,9% de los docentes describe sentir indigestión o molestias gastrointestinal muy frecuente; 17,5% relativamente frecuente; 16,7% algunas veces; 18,3% pocas veces; mientras que, el 35,7% entre casi nunca o nunca.

Tabla 5: Prevalencia de estrategia de afrontamiento.

<i>Estrategias Afrontamiento</i>	<i>N</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación</i>
Autofocalización negativa	126	3,71	4,927
Expresión emocional abierta	126	4,30	4,318
Búsqueda de apoyo social	126	9,98	6,399
Religión	126	11,40	6,174
Evitación	126	12,06	5,040
Focalizado en la solución del problema	126	16,85	5,525
Reevaluación positiva	126	18,33	4,740

Las estrategias de afrontamiento como se observa en la Tabla 5, son de gran importancia para prevenir y evitar el estrés laboral. En este apartado se destaca que las estrategias más utilizadas en los docentes de la Universidad de Guayaquil son: la reevaluación positiva con una media del 18,33; focalización en la solución del problema con una media del 16,85; evitación con una media del 12,06; la religión con una media 11,40; y la estrategia de búsqueda de apoyo social con una media de 9,98. Las estrategias menos utilizadas son la de expresión emocional abierta y autofocalización negativa.

Tabla 6: Cruzada nivel no estrés

Tabla cruzada – nivel no estrés

<i>Nivel de estrés</i>	<i>Estrategias de afrontamiento</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. Desviación</i>
	Focalizado en la solución del problema	18,08	6,125
	Autofocalización negativa	1,73	3,182
	Reevaluación positiva	19,92	3,310
No estrés	Expresión emocional abierta	1,38	2,118
	Evitación	10,73	6,290
	Búsqueda de apoyo social	5,62	5,514
	Religión	10,08	6,657

En la Tabla 6 se observa que las estrategias de afrontamiento más utilizada en docentes que manifiestan no percibir estrés es la reevaluación positiva con una media del 19,92; focalización en la solución del problema con una media de 18,08; la evitación con una media de 10,73, la religión

con una media de 10,08. Las estrategias menos utilizadas y que intervienen en el comportamiento de estos docentes son la expresión emocional abierta, autofocalización negativa y la búsqueda de apoyo social.

Los docentes que responden de forma más efectiva al manejo de los niveles de estrés laboral se enfocan de manera positiva y describe una conducta más orientada a la resolución de problemas. En caso de no poder solucionar los problemas tienden a utilizar estrategias de evitación. A continuación, se relaciona en los diferentes niveles del estrés.

Estrés a un nivel leve utilizan, en mayor medida, las estrategias de reevaluación positiva con una media de 18,29; la estrategia focalizada en la solución del problema con una media 16,61; la religión con una media de 11,77; la estrategia de evitación con una media de 10,68; la estrategia de búsqueda de apoyo social con una media de 10,16. En menor medida se encuentran como mecanismos de intervención a nivel individual las estrategias de autofocalización negativa y expresión emocional abierta (Tabla 7).

Los resultados anteriores indican que a medida que se comienza a manifestar niveles de estrés, los docentes necesitan del apoyo de su círculo social.

Nivel medio de estrés laboral los docentes utilizan las siguientes estrategias: la reevaluación positiva con una 17,42; la estrategia focalizada en la solución del problema con una media de 16,08; la evitación con una media de 12,21; la religión con una media 11,55; y búsqueda de apoyo social con una media de 10,05. En menor medida, en docentes que perciben niveles de estrés medio se encuentran las estrategias de autofocalización negativa y expresión emocional abierta. (Tabla 8).

Niveles de estrés alto en los docentes pueden estar relacionado en general con las estrategias de afrontamiento siguientes: reevaluación positiva con una media de 18,86; estrategia focalizada en la solución del problema con una media de 17,82; la evitación con una media de 13,50; la búsqueda de apoyo social con una media de 13,05 y la religión con una media de 11,50. Con una menor puntuación se encuentran las estrategias de expresión emocional abierta y autofocalización negativa.

Como se observa en los resultados anteriores, a medida que se eleva el nivel de estrés en los docentes, ellos requieren analizar y establecer como disminuir la situación estresante en la que se encuentran. (Tabla 9).

Niveles de estrés grave, se percibe que los docentes utilizan indistintamente diferentes estrategias. Los resultados indican que la estrategia de evitación alcanza una media de 17,80; la reevaluación

positiva una media de 15,60; la religin con una media de 15,20; la estrategia focalizada en la solucin del problema con una media de 13,60; la autofocalizacin negativa con una media de 13,00; la expresin emocional abierta con una media de 10,80 y la bsqueda de apoyo social con una media de 13,60 (Tabla 10).

Los resultados antes mencionados indican que, cuando existe un nivel de estrs grave, los docentes recurren a diferentes estrategias para reducir la vulnerabilidad de este riesgo laboral. Es importante observar que a estos niveles se pueden reflejar conductas que van desde la evitacin, la autofocalizacin negativa o la expresin emocional abierta. Estas conductas confirman que, a este nivel el docente se encuentra afectado de forma grave por este riesgo y no le es posible discernir en las estrategias ms efectivas para atenuar sus efectos. Esta situacin puede ocasionar problemas graves para la salud de los empleados.

Discusin de los Resultados

En este artculo se describen los niveles de estrs que padecen los docentes de la Universidad de Guayaquil. Estos resultados confirman teoras encontradas en las bibliografas investigadas. La modalidad adoptada debido a la crisis sanitaria que vive el mundo, afecta a los docentes a causa de un incremento de las horas de trabajo, produciendo altos niveles de estrs, que desencadenan en problemas psicolgicos, conductuales y fsicos.

Segn Seijas Solano (2019) el estrs laboral es producido por varios factores, uno de ellos es la exigencia de trabajo, la poca induccin de las actividades asignadas o la falta de informacin, debido a que pueden existir problemas sin resolver en tiempos determinados.

Por otro lado, se observan diversos sntomas en los docentes que confirman la existencia y afectaciones de este riesgo laboral en docentes de la Universidad de Guayaquil. Es importante indicar que en la medida que se comienza a manifestar niveles leve de estrs se puede afectar significativamente el rendimiento laboral y se producen problemas tales como: sensacin de cansancio extremo o agotamiento, jaquecas y dolores de cabeza, tendencias a comer, beber o fumar ms de lo habitual o tentaciones fuertes de no levantarse por la maana, dando como resultados un bajo nivel de productividad en el mbito laboral o desencadenado afectaciones psicolgicas, corporales o conductuales con un alto riesgo para la salud de los empleados de esta institucin.

Segn los resultados obtenidos, los docentes utilizan como estrategia de afrontamiento la reevaluacin positiva, que consiste en sacar algo positivo ante la situacin estresante en la que se

encuentren. De acuerdo a Castagnetta (2019) las estrategias de afrontamiento son distintas, dependiendo de cada persona y de cómo enfrentan sus problemas. En diferentes investigaciones se resalta que las estrategias de afrontamiento pueden clasificarse por diferentes estimaciones, dificultades y emociones.

Actualmente, la implementación del teletrabajo tiene como consecuencia un alto nivel de estrés en los docentes de la Universidad de Guayaquil. En sentido, el estudio confirma que, dependiendo del nivel de estrés que tengan los docentes, varían sus estrategias de afrontamiento. En los niveles de estrés leve, medio y alto prevalecen la estrategia de reevaluación positiva que da como resultado que los docentes buscan ante una situación de estrés ver aspectos positivos y comprender que hay cosas más importantes, así como que no hay mal que por bien no venga, en comparación con el nivel de estrés grave que prevalecen las estrategias de evitación, la autofocalización negativa o la expresión emocional abierta. Es importante indicar que en niveles graves de estrés laboral el trabajador puede estar reflejando manifestaciones negativas en su conducta o afectaciones corporales o psicológicas con consecuencias graves para su salud.

Lo resultados confirman que, en la medida en que se incrementan los niveles de estrés es importante una intervención profesional debido a que el docente puede tener un alto riesgo o vulnerabilidad de adquirir la enfermedad laboral denominada Síndrome de Burnout o riesgo del trabajador quemado.

Conclusiones

La investigación realizada caracteriza los niveles de estrés que perciben los docentes de la Universidad de Guayaquil. La encuesta realizada a una población de 126 docentes, arroja que el 78,69% de los encuestados denota síntomas de estrés laboral.

Según el estudio realizado se determina que los docentes de la Universidad de Guayaquil utilizan diferentes estrategias de afrontamiento en base a los niveles de estrés en los que se encuentren; en los niveles leves, medios y altos prevalecen las estrategias de reevaluación positiva; sin embargo, en el nivel de estrés grave prevalecen las estrategias de evitación.

El diseño de la campaña de comunicación permite concientizar a los docentes y departamentos afines de la Universidad de Guayaquil, de la importancia de prevenir o afrontar el estrés laboral a través de estrategias de intervención a nivel individual, grupal e institucional.

Referencias

1. Azcona, J. R., Guill3n, C., Mel3ndez, A., & Pastrana, J. (2016). Gu3a sobre el manejo del estrs desde Medicina del Trabajo. Asociaci3n Espaola de Especialistas en Medicina del Trabajo, Sans Growing Brands. Barcelona, 74.
2. Azabache Torres, P. J. (2018). Condiciones minimas de seguridad y salud en el teletrabajo. Pontificia Universidad Cat3lica del Per3.
3. Alvia Medina, M. M. (2014). La incidencia del marketing social en la planificaci3n estrategic3 de la empresa cedal. En Universidad t3cnica de ambato.
4. Bonafacio, S., & Chorot, P. (2003). Cuestionario de afrontamiento del estrs (CAE): Desarrollo y validaci3n preliminar. Revista de Psicopatolog3a y Psicolog3a Cl3nica, 8, 39-54.
5. Buitrago, R. (2016). Liderazgo 3tico como factor potenciador del marketing social hacia la innovaci3n estrategica en la mercadotecnia moderna. Marketing Visionario, 5(1), 72-87.
6. Corozo Palma, R. B. (2021). Clima laboral y el teletrabajo de los docentes de la Unidad Educativa fiscal "Replica Aguirre Abad", Ecuador, 2020. Universdiad Cesar Vallejo, Linea de Investigacion, 71.
7. Curiel Lorenzo, S. (2012). Elementos de una campana de marketing social para la promocion de la Mediateca municipal de Soyo, Angola. Revista de Arquitectura e Ingenier3a, 6 (3), 1-8.
8. Castagnetta, O. (2019). Estrategias de afrontamiento: ¿qu3 son y c3mo pueden ayudarnos? Psicolog3a y Mente.
9. Gualiani, A. C., Monteiro, T. A., Zambon, M. S., Betanho, C., & Faria, L. H. L. (2012). El marketing social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial. El caso del supermercado Pao de acucar de Brasil, 15(29), 11-27.
10. Hoyos Sep3lveda, S. P., & Mesa Agudelo, N. C. (2015). Teletrabajo: reflexiones y panorama. Revista Reflexiones y Saberes, 3(4), 39-47.
11. Rold3n Bazurto, M. A., & D3az Mac3as, T. M. (2021). Afrontamiento al estrs por teletrabajo en docentes de la Unidad Educativa Emilio Bowen Roggiero. Revista cientifica, dominio de las Ciencias, 7, 133-146.
12. Rubbine, N. I. (2012). Los riesgos psicosociales en el trabajo. Universidad Nacional de la Plata, A3o LIX, No. 128, 18.

13. Martínez Morote, M. (2019). Repercusiones del estrés laboral.
14. Ministerio de Trabajo. (2020). Directrices para la aplicación de teletrabajo emergente durante la declaratoria de emergencia sanitaria (p. 5).
15. Marroquín Santillán, W. (2020). El Teletrabajo en el Covid 19. *CienciAmérica*, 9(2), 1-6.
16. Navas Rojano, N. (2017). Marketing social como elemento a considerar en la intervención social. *Revista interdisciplinar e interuniversitaria*, 2, 66-74.
17. Peiró, J., & Soler, A. (2020). El impulso al teletrabajo durante el covid-19 y los retos que plantea. *IvieLAB*, 1-10.
18. Seijas Solano, D. (2019). Riesgos psicosociales, estrés laboral y síndrome burnout en trabajadores universitarios de una escuela de bioanálisis. *Revista de Salud Pública*, 21(1), 102-108.

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).