

INDICADOR DE VULNERABILIDAD DE LOS TRABAJADORES

Identificando vulnerabilidad para
diseñar intervenciones orientadas a
mejorar calidad de vida y bienestar



EL PANORAMA ACTUAL

El bienestar de los trabajadores se ha convertido en un factor crítico para la sostenibilidad de las organizaciones. La creciente importancia de los criterios ESG y la demanda de prácticas laborales éticas están impulsando a las empresas a reevaluar su enfoque hacia sus trabajadores

Desafíos para las empresas:

- Medir integralmente el bienestar de los empleados
- Identificar necesidades y áreas críticas para intervención
- Alinear iniciativas de bienestar con objetivos empresariales
- Demostrar el retorno de inversión en programas de bienestar para trabajadores
- Comunicar efectivamente los esfuerzos y resultados

Indicador de vulnerabilidad de los trabajadores



¿Qué es?

Una **herramienta integral de medición de la calidad de vida** de los trabajadores.

Basado en la metodología de pobreza multidimensional, recoge a través de encuestas información sobre la calidad de vida de los trabajadores en **5 dimensiones**: Educación, Salud, Trabajo, Vivienda y Redes de apoyo



¿Para qué sirve?

Brinda un **diagnóstico claro e integral sobre la calidad de vida de los trabajadores**, identificando áreas de vulnerabilidad que requieren atención

Permite diseñar programas de bienestar focalizados y efectivos



Transformando insights en valor empresarial

El indicador de vulnerabilidad no solo proporciona datos, sino que se convierte en una herramienta estratégica para la toma de decisiones y la promoción de bienestar integral.

- 1. Fortalecimiento de la cultura organizacional y retención del talento:** Fomenta una cultura de empatía, cuidado desde la empresa hacia sus colaboradores.
- 2. Contribución al desarrollo social:** Al mejorar las condiciones de vida de los empleados, se genera un impacto positivo en sus familias y comunidades.
- 3. Mejora del diálogo social:** Proporciona una base objetiva para discusiones constructivas entre la empresa, empleados y sindicatos.
- 4. Promoción de la equidad y la inclusión:** Ayuda a identificar y abordar desigualdades dentro de la fuerza laboral.
- 5. Fomento de la innovación social:** Inspira nuevas formas de abordar desafíos sociales desde el ámbito empresarial.

¿Cómo identificamos la vulnerabilidad?

Se evalúan distintos indicadores en cada dimensión, para identificar carencias.

Los trabajadores que tienen múltiples carencias en más de una dimensión son los hgres vulnerables.

5 dimensiones y sus indicadores:



Educación

Asistencia escolar

Rezago escolar

Escolaridad



Salud

Malnutrición en niños

Seguros de salud

Atención en salud



Trabajo

Ocupación

Jubilaciones



Vivienda

Habitabilidad

Servicios básicos

Entorno



Redes

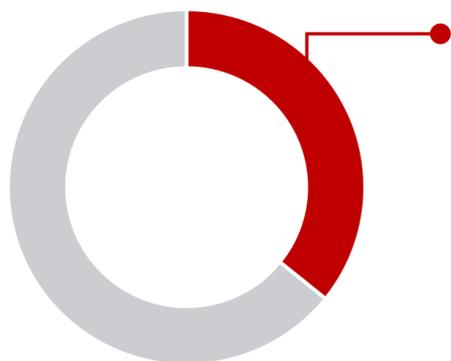
Apoyo y redes

Seguridad

Adicionalmente, se pueden medir también otros indicadores y dimensiones relevantes (como educación financiera, salud mental, tiempo libre, etc.)

Los resultados que obtenemos con el indicador de vulnerabilidad:

Dimensionar e identificar casos vulnerables:



25.5%
de los trabajadores pertenecen a hogares vulnerables

En base a los distintos indicadores se cuantifica e identifican a aquellos participantes que se encuentran en vulnerabilidad, debido a la presencia de distintas carencias en varios indicadores

Total de entrevistados (783)

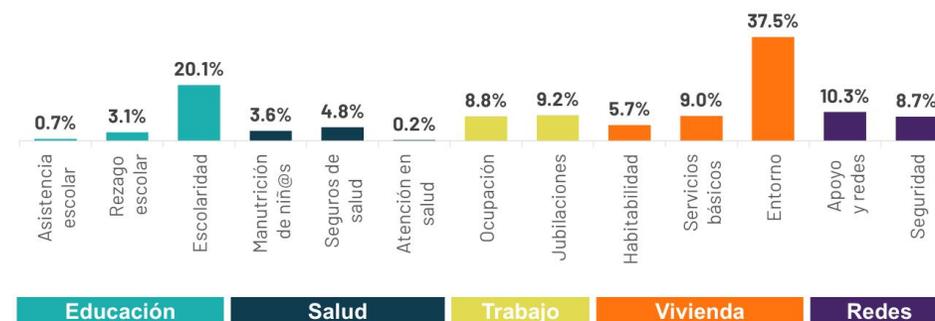
© Ipsos | Evaluación de impacto de iniciativas sociales

13



Incidencia de carencia por indicadores

Observar la incidencia por carencias nos permite identificar las carencias más comunes en los hogares y poder diseñar intervenciones comunes.



© Ipsos | Evaluación de impacto de iniciativas sociales

23



Los resultados que obtenemos con el indicador de vulnerabilidad:

Ejemplo de un hogar **no vulnerable**



Raúl

De 42 años, vive con su esposa, su hija de 15 años y su madre.



Puntaje: 15 (Es menor a 22.5, no es vulnerable)

Ejemplo de un hogar en **vulnerabilidad**



José

61 Años de edad, vive con su esposa y dos hijos



Score: 27.5 (vulnerable)

Nuestra experiencia

Diversos censos entre trabajadores de distintas empresas para identificar la vulnerabilidad con una tasa de respuesta de más de 80%

Hemos trabajado diversos proyectos para identificar la vulnerabilidad de trabajadores, principalmente operarios, de distintas empresas, de los cuales han nacido intervenciones para los trabajadores.



Austral Group S.A.A.
Austevoll Seafood Company



Resultados y acciones

El indicador de vulnerabilidad no solo identifica problemas, sino que abre la puerta a soluciones innovadoras y personalizadas que pueden tener un impacto significativo en la vida de los empleados y en el desempeño de la organización.

Ejemplos de insights que podrías obtener:

Carencia identificada	Ejemplos de hallazgos	Acciones posibles	Impacto potencial
Brecha educativa	30% de los empleados no han completado la educación secundaria.	Implementar un programa de finalización de estudios en alianza con instituciones educativas locales.	Mejora en habilidades, aumento de la productividad y mayores oportunidades de promoción interna.
Problemas de salud preventiva	40% de los empleados no han podido acceder a atención médica por falta de citas.	Establecer una campaña de salud preventiva con chequeos anuales in situ.	Reducción del ausentismo, detección temprana de enfermedades, mejora en la calidad de vida.
Dificultades de vivienda	25% de los empleados viven en viviendas de material precario.	Desarrollar un programa de asesoría financiera y alianzas con entidades de crédito para facilitar el acceso mejoramiento de viviendas.	Mayor estabilidad familiar, reducción del estrés, aumento del compromiso con la empresa.
Falta de redes de apoyo	35% de los empleados reportan no tener a quién acudir en caso de emergencia.	Crear grupos de apoyo entre empleados y fortalecer los programas de asistencia al empleado.	Mejora en la salud mental, mayor cohesión entre equipos, reducción del estrés laboral.

Metodología

Nuestras metodologías se adaptan a las necesidades específicas de cada proyecto, asegurando una evaluación completa y precisa.



Mixmode no presencial

- A través de **encuestas online**, enviadas por mail o sms, se recogen las respuestas de los participantes.
- Permite que los participantes los momentos que dispongan en **smartphones o computadoras**.
- Se complementa con **llamadas telefónicas para asistir** la participación de participantes mayores o que no estén acostumbrados al uso de dispositivos electrónicos.
- Es ideal si se busca llegar a un **grupo masivo y conectado** con el que se tenga canales de comunicación frecuentes (trabajadores con acceso a internet)



Face 2 Face

- A través de visitas a hogares, se encuesta a los participantes (jefes/as de hogar y/o cónyuges).
- Permite **recoger fotos** de las condiciones del hogar
- Requiere un trabajo previo de actualización de direcciones y coordinación de visitas
- Puede ser idóneo para **grupos más pequeños y con menor acceso a internet**, así como para grupos donde no exista un contacto frecuente (comunidades, beneficiarios de algún proyecto, trabajadores identificados)

Proceso de evaluación

Seguimos un proceso riguroso y sistemático para asegurar evaluaciones precisas y útiles. Cada paso está diseñado para maximizar la calidad de los insights y la aplicabilidad de los resultados.



* La etapa de campaña interna y sensibilización es relevante aunque no obligatoria. Se explica a líderes (pueden ser líderes sindicales, o jefes directos) y a actores relevantes que puedan incidir en la participación, sobre los objetivos y los temas para que puedan replicar o compartir la información con participantes.



NUESTRO EQUIPO



NUESTRO EQUIPO

Alfredo Torres,
Presidente Ejecutivo



Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico (Perú) y Master en Estudios Latinoamericanos con especialización en Ciencias Políticas en Stanford University. Tiene más de 40 años de experiencia en investigación de la opinión pública. Fue cofundador de la empresa APOYO Opinión y Mercado, que fue adquirida por el grupo Ipsos en 2007. Desde entonces es Presidente Ejecutivo de Ipsos Perú. Es autor de varios libros, conferencista y director independiente de empresas.

Patricia Rojas,
Líder senior de Public Affairs



Tiene más de 20 años de experiencia en el ámbito de la investigación social y de asuntos públicos. Ha dirigido diversos estudios sobre discriminación, vulnerabilidad, educación, entre otros. Además, ha sido conferencista y autora de diversos artículos publicados en medios y. Bachiller en Economía por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tiene un diploma en Ciencia Política y Gobierno en la misma casa de estudios. Cuenta con un Diploma en Marketing (Centrum Católica) y un Diploma en Economía del comportamiento (Universidad del Pacífico).

Lucía Wiener,
Directora senior de Proyectos de Public Affairs



Lucía es actualmente directora de proyectos de Ipsos Perú, tiene más de 15 años de experiencia en el ámbito de la investigación cuantitativa, educación y asuntos públicos. Asimismo, Lucía ha publicado artículos en diversos medios. Bachiller en Ciencias Sociales con mención en Sociología y Magíster en Estadística con mención sobresaliente por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Luis Sánchez,
Director de Estadística y Muestreo



Ingeniero Estadístico titulado de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), Magíster en Marketing de la universidad ESAN, y Master en Marketing Science de ESIC Marketing & Business School. Es conocedor de técnicas estadísticas para el procesamiento de encuestas, pronóstico, inferencia, y análisis multivariado. Cuenta con más de 15 años de experiencia en investigación de mercados y actualmente es el Director de Estadística y Muestreo de Ipsos Perú, además es docente de la UNI.

Susana Pinedo,
Research Manager



Licenciada en Psicología Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuenta con una especialización en monitoreo y evaluación de programas sociales por la misma universidad. Tiene más de 8 años de experiencia en investigación social aplicada cuantitativa y cualitativa en diversos temas como educación temas financieros, desarrollo social e inclusión.

PUNTOS CLAVE

FUNDADA EN FRANCIA EN

1975

PRESENCIA EN

90
PAÍSES

**IPSOS, LA
EMPRESA #1 DEL
MUNDO EN
PUBLIC AFFAIRS**



MÁS DE

500K

ENTREVISTAS OFFLINE
Y ONLINE EN EL PERÚ

MÁS DE

40

AÑOS DE LIDERAZGO Y
EXPERIENCIA LOCAL

**Y LA PRIMERA
COMPAÑÍA DE
INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS DEL
PERÚ**