



Doi: <https://doi.org/10.70577/asce.v4i4.498>

Recibido: 2025-10-31

Aceptado: 2025-11-11

Publicado: 2025-11-28

Arte, endomarketing y salud mental laboral: una revisión conceptual sobre la gestión de riesgos psicosociales

Art, internal marketing, and workplace mental health: a conceptual review of psychosocial risk management

Autores

Justin Ariel Barres Morán¹

<https://orcid.org/0009-0008-2422-3432>

jbarresm@unemi.edu.ec

**Universidad Estatal de Milagro - Facultad
de Vinculación - Departamento de Difusión**

Artística, Cultura y

Patrimonio Institucional

Milagro – Ecuador

Sonia Raquel Vargas Véliz²

<https://orcid.org/0000-0002-9769-8059>

soniavargasv2@gmail.com

**Universidad Estatal de Milagro - Facultad
de Posgrados**

Milagro – Ecuador

Karla Madeline Mendoza Vargas³

<https://orcid.org/0000-0001-9854-5225>

karlamadeline24@gmail.com

Independiente

Milagro – Ecuador

Daniel Rolando Izquierdo Cevallos⁴

<https://orcid.org/0000-0002-9717-7034>

izquierdocevallos@gmail.com

**Universidad Estatal de Milagro - Facultad
de Posgrados**

Milagro – Ecuador

Cómo citar

Barres Morán, J. A., Vargas Véliz, S. R., Mendoza Vargas, K. M., & Izquierdo Cevallos, D. R. (2025). Arte, endomarketing y salud mental laboral: una revisión conceptual sobre la gestión de riesgos psicosociales. *ASCE MAGAZINE*, 4(4), 2148–2166.



Resumen

Este estudio analizó la relación entre el arte, endomarketing y salud mental laboral dentro del marco de la gestión de riesgos psicosociales en organizaciones. El problema se centró en la limitada comprensión de cómo las prácticas artísticas podían integrarse a las estrategias internas de gestión del talento para mitigar riesgos psicosociales. El objetivo consistió en la conceptualización centrada en los aportes de investigación sobre arte en el ámbito laboral, endomarketing y salud mental vinculada a riesgos psicosociales. Los resultados mostraron que el arte generó beneficios en el clima laboral, mientras que el endomarketing fortaleció la comunicación interna y el sentido de pertenencia. También se evidenció que la integración de ambos enfoques contribuyó a disminuir riesgos psicosociales. Se concluyó que esta tríada constituyó una estrategia emergente capaz de articular bienestar psicológico, cultura organizacional y objetivos estratégicos coherentes con las demandas actuales del trabajo.

Palabras clave: Salud Mental, Arte, Endomarketing, Riesgos Psicosociales, Bienestar Laboral, Cultura Organizacional, Comunicación Interna.



Abstract

This study analyzed the relationship between art, internal marketing, and occupational mental health within the framework of psychosocial risk management in organizations. The problem focused on the limited understanding of how artistic practices could be integrated into internal talent management strategies to mitigate psychosocial risks. The objective was to conceptualize the contributions of research on art in the workplace, internal marketing, and mental health linked to psychosocial risks. The results showed that art generated benefits in the work environment, while internal marketing strengthened internal communication and the sense of belonging. It was also evident that the integration of both approaches contributed to reducing psychosocial risks. It was concluded that this triad constituted an emerging strategy capable of articulating psychological well-being, organizational culture, and strategic objectives consistent with current work demands.

Keywords: Mental Health, Art, Internal Marketing, Psychosocial Risks, Workplace Well-Being, Organizational Culture, Internal Communication.

Introducción

El presente estudio se enfocó en la conceptualización como una aproximación teórica a la relación existente entre el arte, el endomarketing y la salud mental laboral dentro del campo de la gestión de riesgos psicosociales. El fundamento conceptual de la visión del arte como un evento aislado, reconceptualizando como un instrumento que aporte a la cultura organizacional. En este mismo escenario, se observó que el endomarketing, habitualmente se despliega para fomentar el compromiso, la identidad corporativa y la productividad. Paralelamente, las manifestaciones artísticas dentro de la empresa permanecieron relegadas a funciones ornamentales o recreativas, subestimándose su potencial como estrategias de descarga tensional y reconstrucción del tejido social.

Se partió de la premisa de que la convergencia entre prácticas artísticas y estrategias de endomarketing no solo impacta la salud mental, sino que actúa como un vehículo heurístico generador de capital social. Bajo esta óptica, la experiencia estética compartida se entendió como una tecnología social capaz de flexibilizar las jerarquías funcionales y facilitar el tránsito desde una lógica meramente transaccional hacia vínculos sostenidos en la empatía; configurando, en última instancia, los espacios de seguridad psicológica indispensables para la cohesión y la innovación.

El estudio se justificó porque existió la necesidad de explorar alternativas innovadoras de resignificar el arte, no como un componente estético aislado, sino como un recurso estratégico que posibilita la construcción de nuevas formas de cuidado, facilita la expresión emocional y refuerza la convivencia, desafiando los esquemas tradicionales que han guiado la productividad y el manejo del clima laboral.

El marco teórico retomó antecedentes sobre las demandas en las dinámicas organizacionales contemporáneas puso de manifiesto la insuficiencia de los protocolos convencionales de salud ocupacional para mitigar fenómenos como el desgaste profesional y la alienación laboral. Ante este escenario de crisis psicosocial, surgió la necesidad epistemológica y práctica de indagar en metodologías disruptivas que trascendiera la mera prevención de riesgos.

También se consideraron enfoques según, Xu y Wang (2022) donde sostienen que las manifestaciones artísticas, a menudo relegadas en los entornos educativos o interpretadas únicamente como elementos ornamentales, tienen un papel relevante dentro del afrontamiento

creativo. Para estos autores, las prácticas artísticas favorecen una gestión más saludable del estrés, al transformar la tensión en posibilidades de reajuste emocional y fortalecimiento del bienestar.

El objetivo general de este artículo es analizar desde una perspectiva conceptual la relación entre arte, endomarketing, y la salud mental laboral como aporte teórico a la gestión de riesgos psicosociales. También se integra la reflexión sobre los desafíos que conllevan estas iniciativas y la proyección de líneas futuras de investigación orientadas a profundizar en estrategias alternativas que dentro de la prevención y gestión de riesgos psicosociales.

Fundamentación Teórica

La salud mental es un rol esencial del bienestar, aspectos emocionales, psicológicos y sociales que influyen en el pensamiento, sentimiento y actuar del individuo. En el ámbito laboral, determina la productividad, la satisfacción y el compromiso del empleado. Es de vital importancia comprender cómo se relaciona la integración entre trabajo y vida personal para crear entornos laborales saludables y efectivos (Jagdale & Bhaskar, 2024).

Para profundizar en este planteamiento Cadena y Navarro (2025) definen:

La salud mental se ha convertido en un desafío prioritario para las organizaciones debido a su impacto en el desempeño laboral y la productividad a escala planetaria. Trastornos mentales como el estrés, la ansiedad y la depresión afectan a millones de personas y generan pérdidas económicas significativas, así como un deterioro en la calidad de vida de los trabajadores. A pesar de su importancia, muchas empresas aún no implementan estrategias efectivas para abordar estos problemas, lo que resulta en un ambiente laboral menos saludable y en una disminución del rendimiento de los empleados (p. 18).

Conceição y Palma Moreira (2025) menciona acerca del estrés laboral u ocupacional se define formalmente como la respuesta adaptativa inespecífica del organismo ante una situación de desequilibrio percibido y sostenido entre las demandas ambientales del entorno de trabajo y la capacidad del individuo para movilizar los recursos de afrontamiento necesarios para gestionarlas. También García Martínez et al. (2022) evidencian la relación de la influencia del bienestar psicológico y la productividad:

La satisfacción laboral de los empleados sí influye de manera relevante en la productividad de las organizaciones, pero es responsabilidad de la directiva sincronizarse con el área de recursos humanos en las estrategias para el desarrollo del factor humano, favoreciendo un entorno laboral donde los trabajadores sientan que sus necesidades son tomadas en cuenta y, en consecuencia, las empresas u organizaciones tendrán un mejor rendimiento de su capital humano alineado a los objetivos y metas de la empresa (p. 10).

Arıkan y Öztürk (2022) en su estudio indican que la satisfacción laboral no debe estudiarse como un fenómeno aislado, sino como un resultado de la estructura, la gestión y la carga e intensidad del trabajo dentro de la organización. Estos elementos influyen en la percepción del colaborador sobre su bienestar y el trabajo. También Gómez et al. (2024) mencionan que este modelo conceptual se alinea con la perspectiva transaccional de Lazarus y Folkman, donde señalan que cada persona ve las situaciones desde su propia experiencia. Esto nos indica que nuestras emociones y características propias se pueden modificar o cambiar la percepción de lo que ocurre a nuestro alrededor.

La propuesta del Continuo de las Terapias Expresivas, desarrollada por Kagin y Lusebrink y profundizada por esta última, ofrece una visión integradora del uso del arte como herramienta terapéutica. Según el ensayo de Vilorio y Pacheco (2024), el arte puede contribuir al bienestar físico y emocional al influir en procesos bioquímicos como la regulación del cortisol, el fortalecimiento del sistema inmune y la resiliencia psicológica, destacándose su utilidad en prácticas terapéuticas integradas. Shukla et al. (2022) indica en su investigación que:

Durante la última década, los psicólogos de la salud han examinado cuidadosamente cómo la arteterapia ayuda a sanar traumas emocionales, aumentar la conciencia de uno mismo y de los demás, establecer la capacidad de autorreflexión, reducir manifestaciones mentales y transformar comportamientos y formas de pensar.

Pérez Márquez y Arizpe Robles (2024) mencionan que el arte explora aspectos personales, el comportamiento y las experiencias formadas para identificar las aflicciones, también facilita acceder a la raíz del conflicto y abre la posibilidad de resolverlo. En este contexto, las

intervenciones artísticas emergen como una herramienta efectiva para fortalecer la salud mental y la resiliencia de la fuerza laboral.

Según Mora Galeote (2024), menciona que las terapias de artes expresivas engloban una variedad de enfoques terapéuticos que utilizan el arte, la música, el teatro, la danza, el movimiento, la escritura y otros procesos creativos para facilitar la expresión, el autoconocimiento y el cambio psicológico. Esta expresión humana trasciende lo meramente estético para convertirse en un medio terapéutico capaz de facilitar la comunicación emocional. La arteterapia es un recurso práctico dentro de la atención en salud mental, especialmente útil para ayudar a regular emociones (Del Río Diéguez et al., 2024).

Desde esta perspectiva, el arte no solo expresa emociones, sino que activa rutas específicas de procesamiento mental y sensorial, permitiendo diseñar estrategias ajustadas a las necesidades individuales. En el ámbito organizacional, esta teoría respalda el uso estructurado de medios artísticos como por ejemplo, desde ejercicios de movimiento hasta trabajos simbólicos como parte de campañas de promoción del bienestar y una forma distinta de autorreflexión y regulación emocional, fortaleciendo la salud mental colectiva. Según Rodríguez et al. (2023) expresan:

La implicación artística puede actuar como un comportamiento protector y rehabilitador para la salud mental, al mismo tiempo que redefine y fortalece la salud en cada uno de estos niveles. El uso de las artes reconoce las desigualdades en salud mental comunicando su naturaleza holística y contextualizada. Las prácticas prometedoras descritas anteriormente ponen en práctica la teoría en este sentido (p. 319).

La terapia artística social, recientemente conceptualizada por Huss y Teen Franklin (2023), subraya la capacidad del arte para transformarse en un puente entre las personas y sus comunidades, especialmente en momentos de crisis como los vividos durante la pandemia. Estas iniciativas educan y motivan a adoptar prácticas saludables, como el uso del arte como terapia. La OMS (2022) subraya que las estrategias deben ser integrales, sostenibles y basadas en evidencia científica. Es en este contexto que las estrategias que conectan con la humanidad de las personas, como el arte, ofrecen un camino prometedor para complementar las prácticas de salud ocupacional y construir un futuro laboral más sano y compasivo.

Este enfoque reivindica una práctica colectiva no meramente individual donde el acto de crear una experiencia compartida fortalece las redes de apoyo, permite expresar emociones complejas y empodera a quienes participan. Las campañas organizacionales que integran metodologías basadas en las artes ofrecen una vía prometedora para abordar el estrés laboral, fortalecer la resiliencia y mejorar el clima emocional en los espacios de trabajo (Rodriguez et al., 2023).

El bienestar de los servidores es un pilar que se participa activamente a través de la cultura organizacional. En este sentido, el marketing interno emerge como una herramienta estratégica para trascender las campañas superficiales y construir un verdadero movimiento cultural. El bienestar laboral suscita la satisfacción de necesidades y motivaciones en el trabajador, y así se cumplen las dos teorías propuestas, que inducen el compromiso de los trabajadores con la cultura organizacional (Cáceres Lozano et al., 2023, p. 105)

Trujillo Araujo et al. (2021) menciona que el endomarketing aporta directamente al clima organizacional, cuando con un incremento de la productividad, proporciona mejores relaciones laborales entre gerencia y empleados, que redundan en mejores productos o servicios que a su vez se traducen en rentabilidad para la empresa. Martel Carranza et al. (2021) describe que el endomarketing está siendo aplicado por grandes empresas e industrias en el mundo entero como una herramienta que ayuda a mejorar los procesos y la motivación de los colaboradores, logrando de esta forma mejorar la competitividad de las empresas.

Trabajar el bienestar psicológico de los empleados es prevenir futuras problemáticas individuales de malestar psicológico (Cantera, 2023). Mediante estrategias creativas y mensajes impactantes, las campañas de marketing social tienen la capacidad de transformar percepciones, fomentar hábitos positivos y ampliar el acceso al arte como una herramienta efectiva para manejar el estrés laboral.

El endomarketing o marketing interno implica que la empresa se comprometa a gestionar procesos internos para atender las necesidades de sus colaboradores, fortaleciendo su satisfacción y aportando valor de cultura organizacional a la institución (De Santana Caldas et al., 2022). Las campañas que utilizan este enfoque buscan construir un entorno de trabajo saludable y compasivo. Basualdo (2024) menciona acerca de que el arte se entiende como un instrumento de transformación social que actúa de manera individual, grupal y comunitaria. Permite acceso a la



cultura, mejora las relaciones entre las personas y ayuda a romper con miradas sociales estigmatizantes.

El marketing interno cumple un rol importante en la estrategia organizacional que busca alinear los objetivos de la empresa con las necesidades y motivaciones de sus colaboradores. La satisfacción y compromiso son valores esenciales para alcanzar los objetivos de la empresa. Según Galiano Coronil y Blanco Moreno (2024), las prácticas de marketing social interno son fundamentales para generar un entorno laboral positivo que promueva la lealtad y el compromiso de los empleados.

Este enfoque valora a los colaboradores no solo como receptores de políticas laborales, sino como actores activos, cuya motivación impacta directamente en la calidad del servicio, la productividad y la innovación. En otras palabras, cuando una organización incorpora el endomarketing, se convierte en un elemento clave para mejorar la creatividad, innovación y el desempeño laboral (Sandoval, 2025).

En los últimos años, las campañas de promoción del bienestar han surgido como una expresión clara del marketing interno, enfocándose en crear ambientes laborales que sean saludables, inclusivos y sostenibles. En su revisión sistemática, Engel et al. (2023) exploraron el uso de intervenciones artísticas como un enfoque complementario eficaz para mitigar el burnout en entornos laborales sanitarios basadas principalmente en el arte visual favorecen no solo la reducción del agotamiento emocional. Este trabajo destaca la pertinencia del arte como herramienta terapéutica dentro de las organizaciones, abriendo nuevas perspectivas para el diseño de campañas de salud mental laboral que integren expresiones creativas adaptadas a las necesidades del personal.

El agotamiento emocional y el malestar psicosocial se han intensificado significativamente entre los trabajadores de la salud, como consecuencia de las crecientes exigencias laborales, la presión asistencial. Frente a este escenario, se ha evidenciado que el potencial terapéutico de la arteterapia se basa en factores propios del arte, como la estética, la expresión creativa y la comunicación no verbal, que facilitan la regulación emocional y la comprensión personal. Estos elementos hacen que el proceso artístico sea un medio eficaz para promover el bienestar mental (Koch, 2017).

En síntesis, la relación entre el arte, el marketing interno y la salud mental laboral se fortalece al considerar que la cultura organizacional influye directamente en el bienestar psicológico de los trabajadores. Ballard et al. (2025) detalle en su estudio:

La categoría de cultura organizacional e impacto se centra en las formas en que la cultura de una organización afecta a la salud mental de la fuerza laboral. Esto incluye cómo las consideraciones de salud mental se integran en la estrategia de capital humano de la organización (por ejemplo, prácticas de contratación, selección, promoción, adaptaciones), cómo la toma de decisiones organizacional afecta al bienestar psicológico de la plantilla, aspectos de la cultura de la organización vinculados a riesgos y riesgos psicosociales, y el impacto psicológico de los productos, servicios y la huella de la organización en los grupos de interés internos y externos.

A partir de esta idea se destaca la afirmación por Zambrano y Muñoz (2023) de existir una relación entre el marketing interno, y la percepción positiva de la satisfacción laboral, ambientes respetuosos y armoniosos. Una gestión proactiva del bienestar mental no solo protege al personal de los riesgos psicosociales, sino que también fomenta un entorno donde el arte y las campañas internas pueden desarrollarse de manera integral para promover estrategias emergentes a la salud mental en respuesta a los riesgos psicosociales.

Materiales y Métodos

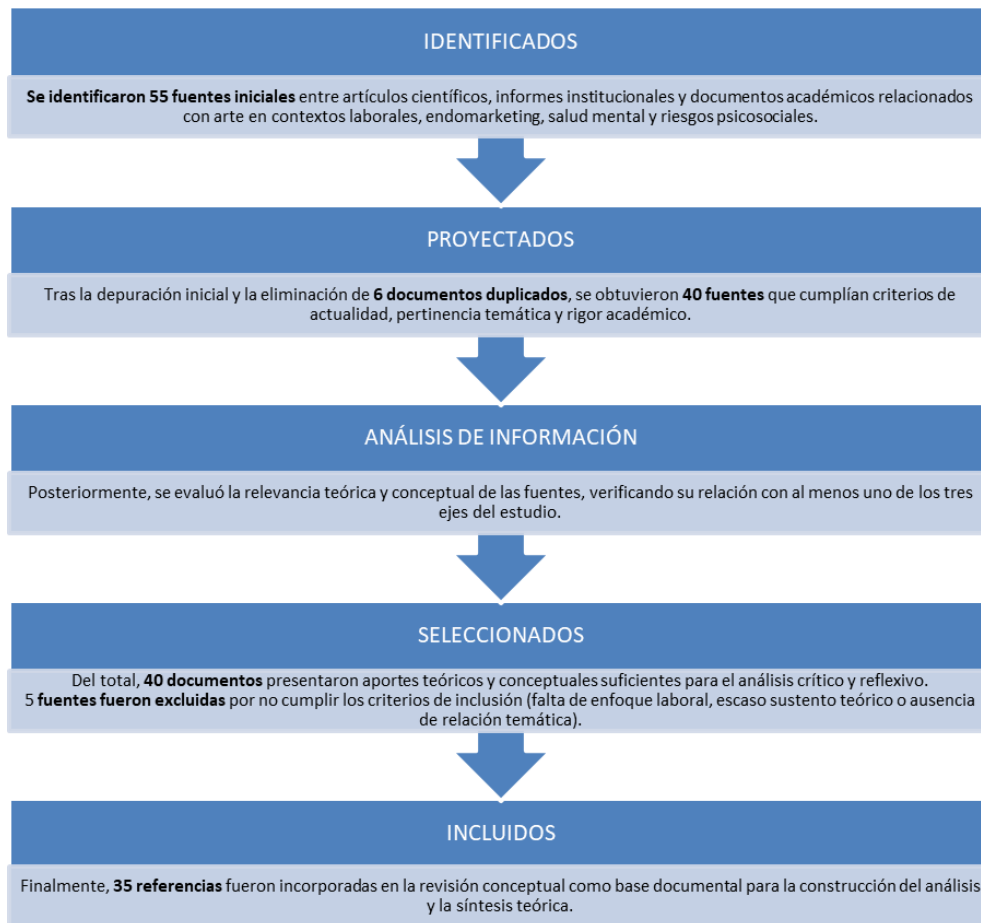
Este estudio se desarrolló bajo un enfoque documental y conceptual, que consiste en revisar y analizar la literatura especializada sobre aportes teóricos relacionados con el arte en contextos laborales, el endomarketing y la salud mental en la gestión de riesgos psicosociales. La investigación no implicó recolección de datos empíricos, sino una síntesis crítica de aportes teóricos. Se consultaron fuentes primarias y secundarias provenientes de bases de datos académicas (Redalyc, Dialnet, Scielo, Elsevier) y documentos institucionales del Ministerio de Trabajo del Ecuador y organismos internacionales como la ONU.

El análisis se desarrolló en tres fases: (1) búsqueda y selección de literatura relevante con criterios de aporte teórico o conceptual; (2) relación con al menos uno de los tres ejes del estudio; y (3)

análisis crítico y reflexivo de los contenidos. Este procedimiento permitió construir una visión integradora y proponer reflexiones conceptuales sobre el potencial del arte y del endomarketing como estrategias complementarias para la gestión preventiva de riesgos psicosociales en el entorno laboral.

Figura 1.

Diagrama de flujo del proceso de análisis documental y conceptual.



Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Los resultados de la revisión, al contrastarse con los antecedentes Cotonieto Martínez y Rodríguez-Terán (2021), reafirmaron la preocupación crítica que representaban los riesgos psicosociales como el estrés crónico, el burnout, la ansiedad y la depresión para la eficacia organizacional y la integridad del empleado. Esta constatación subrayó la insuficiencia de los modelos de gestión tradicionales, que a menudo fueron reactivos y se centraron en la evaluación y tratamiento posterior al daño, en lugar de en la promoción sostenida del bienestar. Factores como la sobrecarga laboral o el desequilibrio vida-trabajo fueron sistemáticamente identificados como factores estresores crónicos que deterioraron el capital psicológico del empleado, lo cual requería una reorientación estratégica hacia la intervención preventiva y enriquecedora.

Además Jagdale & Bhaskar (2024), concuerdan en que:

Los problemas de salud mental, como el estrés, la ansiedad y el agotamiento, son comunes en los entornos laborales actuales. Según estudios globales, una mala salud mental podría provocar una disminución de la productividad, ausentismo y mayores tasas de deserción. Las organizaciones que priorizan la salud mental en la práctica mejoran el bienestar de sus empleados y también logran mejores resultados empresariales, como un mayor rendimiento, innovación y fidelización (p. 1989).

Se evidenció que el campo de estudio, aunque emergente, padecía de una fragmentación metodológica, donde la literatura tendía a tratar el arte como una intervención de bienestar periférica y el endomarketing como una herramienta de engagement es decir de compromiso sin una orientación explícita hacia la mitigación de riesgos psicosociales específicos. Zambrano & Muñoz (2023) coinciden que, la relación entre marketing interno y clima organizacional influye significativamente en la productividad y desempeño de los colaboradores (p. 46). Por ello, las campañas de promoción del bienestar se presentan como un recurso estratégico para mejorar la satisfacción y el compromiso del personal.

Es importante destacar que las intervenciones artísticas, como talleres de música, pintura o teatro, están intrínsecamente ligadas a la eficiencia organizacional. Desde una perspectiva psicológica, confirmó que la salud mental influye directamente en el rendimiento laboral. El bienestar

psicológico mejora la eficiencia, facilita la concentración y fortalece la resolución de problemas, lo que contribuye a un ambiente laboral más colaborativo y productivo (Cadena y Navarro, 2025).

Los resultados del estudio evidencian que la salud mental y el bienestar de los empleados en conjunto con los riesgos psicosociales, requieren enfoques preventivos y proactivos que superen los modelos convencionales. Las intervenciones artísticas, las prácticas de endomarketing e integrar el cuidado de la salud mental como parte de la estrategia organizacional no solo protege al empleado, sino que también impulsa resultados organizacionales para fortalecer la salud mental laboral.

Discusión

La presente revisión conceptual consolidó la viabilidad teórica de la interconexión entre el arte, el endomarketing y la salud mental laboral dentro del marco de la gestión proactiva de riesgos psicosociales. Los hallazgos confirmaron que, mientras que los principios individuales de estos constructos estaban firmemente establecidos en la literatura, su articulación en un modelo estratégico coherente se encontró en una fase conceptual que no aplicada a la acción (Bakker et al., 2023). Existen factores que se asocian a actividades laborales que pueden poner en riesgo la integridad y condicionar la salud (Cotonieto Martínez, 2021). Según Jangid (2024) hace alusión:

Los problemas de salud mental en el lugar de trabajo representan una preocupación importante tanto para el bienestar de los empleados como para la eficacia organizacional. Entre los problemas clave se incluyen el estrés, el agotamiento, la ansiedad y la depresión, que pueden afectar negativamente el rendimiento laboral, la productividad y la salud mental en general. Factores contribuyentes, como la carga de trabajo excesiva, las jornadas laborales prolongadas y la falta de equilibrio entre la vida laboral y personal, agravan estas afecciones.

Sin embargo, el trabajo también conlleva satisfacción personal, autoestima y otra serie de aspectos beneficiosos para la salud, por lo que ante la pérdida del trabajo o de la capacidad para trabajar, la salud puede también quedar afectada (Díaz Zazo, 2023). Además es importante diseñar estrategias preventivas que promuevan entornos organizativos saludables y el bienestar de los empleados. El Ministerio del Trabajo (2021) menciona que se debe implementar programas de prevención de

riesgo psicosocial con enfoque en medidas de prevención, promoción y educación, mediante la identificación, evaluación y control de los riesgos psicosociales para fomentar el bienestar físico, mental, social de las/los trabajadores y/o servidores en los espacios laborales, garantizando la igualdad y no discriminación en el ámbito laboral.

Con estas acciones podrán integrarse la vida laboral y personal como un factor protector para la salud mental. Cuando los empleados se sienten presionados experimentan problemas de salud mental, generando sentimientos de agobio e insatisfacción. Comprender esta relación es esencial para las organizaciones que buscan crear entornos propicios que promuevan la realización profesional y personal (Jagdale & Bhaskar, 2024).

Conclusiones

Este estudio constató la obsolescencia de los modelos de gestión psicosocial reactivos, centrados exclusivamente en la evaluación del daño y el tratamiento paliativo. Los factores estresores crónicos y como la sobrecarga laboral y la discrepancia vida-trabajo exigieron una reorientación estratégica hacia la intervención preventiva y enriquecedora. En consecuencia, el endomarketing con estrategias artísticas surge como un recurso laboral estratégico capaz de amortiguar las demandas mediante la promoción sostenida del bienestar y el fortalecimiento de la capacidad de afrontamiento de los empleados.

Esta convergencia trasciende la visión tradicional de las intervenciones de bienestar, ofreciendo una alternativa estratégica para fortalecer la identidad corporativa y el capital psicológico del talento humano. Sin embargo, la revisión muestra una escasez de estudios empíricos que vinculen directamente las prácticas artísticas internas con indicadores objetivos de bienestar laboral. Esta falta de correlación entre los enfoques teóricos y los resultados medibles representa una brecha importante en la investigación sobre campañas internas que motivan el arte como plan de acción para abordar el alto riesgo psicosocial y su impacto real en la salud mental.

Desde el enfoque práctico, los resultados sugieren que la implementación de programas de arte participativo puede integrarse eficazmente en los planes de intervención conjunto a la comunicación interna y en las políticas de salud laboral. Estas acciones refuerzan la identidad



corporativa y a reducir riesgos psicosociales mediante la promoción del sentido de pertenencia y una expresividad creativa en los empleados para fortalecer la motivación, la empatía y el sentido de propósito colectivo.

Es importante destacar que las intervenciones artísticas en el entorno laboral pueden implementarse a través de talleres de arte como: pintura, música, teatro, danza o actividades expresivas adaptadas a las necesidades de los empleados. En conclusión, esta tríada constituye un enfoque emergente que combina la dimensión emocional y cultural del trabajo con los objetivos estratégicos de la organización. Este enfoque propone que la gestión de los riesgos psicosociales no debe limitarse a acciones preventivas tradicionales, sino ampliarse hacia prácticas que favorezcan el bienestar integral, la comunicación interna y la construcción de una cultura organizacional más humana, participativa y saludable.

Se constató que el cuerpo de investigación se centró en la triada como una alternativa poco común para mitigar los riesgos psicosociales. En consecuencia, se propone para investigaciones futuras, diseñar y validar programas de arteterapia integrados al endomarketing que puedan aplicarse en distintos sectores laborales. Además, se recomienda explorar modelos como estrategia efectiva de gestión psicosocial, liderazgo y cultura organizacional como soporte organizacional para validar el impacto del arte en el bienestar psicológico de los colaboradores.

Se sugiere desarrollar estudios experimentales en organizaciones que permitan sustentar su aplicación como estrategia de gestión de riesgos psicosociales. Este enfoque proporcionará explorar la implementación del endomarketing a través de campañas organizacionales como un recurso estratégico en la comunicación interna, afianzando su posición en la literatura académica y en las prácticas de salud laboral.



Referencias Bibliográficas

- Arkan, Ö. U., & Öztürk, E. (2022). Carrying the burden of the pandemic: the relationship between internal marketing, burnout, and job satisfaction in courier service industry. *Scientific Journal Of Logistics*, 18(2), 173-183. <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2022.715>
- Bakker, A. B., Demerouti, E., Sanz-Vergel, A., & Rodríguez-Muñoz, A. (2023). La Teoría de las Demandas y Recursos Laborales: Nuevos Desarrollos en la Última Década. *Journal Of Work And Organizational Psychology*, 39(3), 157-167. <https://doi.org/10.5093/jwop2023a17>
- Ballard, D. W., Lodge, G. C., & Pike, K. M. (2025). Mental health at work: a practical framework for employers. *Frontiers in Public Health*, 13, 1552981. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1552981>
- Basualdo, S. M. (2024). Intersecciones entre Arte, Salud Mental y Derechos Humanos. *Salud Mental Y Comunidad*, 16, 156-166. <https://doi.org/10.18294/smyc.2024.5303>
- Cáceres Lozano, L. F., Acevedo Cárdenas, J. A., Barrios Martínez, V. A., Romero Salinas, L. A., Pérez Peña, A. G., & Contreras Pacheco, F. (2023). Bienestar laboral y su correlación con el compromiso organizacional. *Revista Investigación En Salud Universidad De Boyacá*, 10(1), 94-111. <https://doi.org/10.24267/23897325.742>
- Cadena, J., & Navarro, M (2025). Salud mental para el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Cedal-Ecuador. *Esprint Investigación*, 4(1), <https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.91>
- Cantera, J. (2023). *La salud mental en la empresa*. Editorial Almuzara.
- Carvajal Zambrano, G. V., & Muñoz Murillo, J. P. (2023). Marketing interno y su relación con la satisfacción laboral docente. *Revista Desafío Organizacional - ISSN 3028-8525*, 1(1), 43-54. https://doi.org/10.51260/desafio_organizacional.v1i1.395
- Conceição, A., & Palma-Moreira, A. (2025). The relationship between occupational stress, burnout, and perceived performance: the moderating role of work regime. *Administrative Sciences*, 15(10), 377. <https://doi.org/10.3390/admsci15100377>
- Cotonieto Martínez, E. (2021). Identificación y análisis de factores de riesgo psicosocial según la NOM-035-STPS-2018 en una universidad mexicana. *revistas.proeditio.com*. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.3836>
- Cotonieto Martínez, E., & Rodríguez Terán, R. (2021). Salud comunitaria: Una revisión de los pilares, enfoques, instrumentos de intervención y su integración con la atención primaria. *DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals)*, 6(2), 393-410. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.3816>



De Santana Caldas, E. J., Trigueiro, F. M. C., & Thiago, F. (2022). Endomarketing, cultura organizacional e satisfação no trabalho: um estudo em conselhos profissionais de Mato Grosso. *Revista De Carreiras E Pessoas*, 12(2), 303–324. <https://doi.org/10.23925/recape.v12i2.51114>

Del Río Diéguez, M., Jiménez, C. P., Ávila, B. S., & Pérez, Y. C. B. (2024). Art therapy as a therapeutic resource integrated into mental health programmes: Components, effects and integration pathways. *The Arts in Psychotherapy*, 91, 102215. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2024.102215>

Díaz Zazo, M. P. (2023). Prevención de riesgos laborales. Seguridad y salud laboral 3a edición.

Engel, T., Gowda, D., Sandhu, J. S., & Banerjee, S. (2023). Art Interventions to Mitigate Burnout in Health Care Professionals: A Systematic Review. *The Permanente Journal*, 27(2), 184-194. <https://doi.org/10.7812/tpp/23.018>

Galiano Coronil, A., & Blanco Moreno, S. (2024). Employee satisfaction and retention:social marketing and happiness. *Retos*, 14(28), 237–259. <https://doi.org/10.17163/ret.n28.2024.04>

Gómez, O. C., Cabrera, F. J. P., Contreras, G. N., De La Roca Chiapas, J. M., & Juárez, M. F. (2024). Modelo transaccional del estrés y estilos de afrontamiento en investigación psicológica del estrés: Análisis crítico. *Uaricha. (En Línea)*, 22, 42–53. <https://doi.org/10.35830/kgcm5244>

Huss, E., & Teen Franklin, D. H. (2023). Developing a theory of social art therapy: Insights from the context of crisis. *The Arts in Psychotherapy*, 85, 102066. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2023.102066>

Jagdale, S. M., & Bhaskar, M. (2024). Work Life Integration and Mental Health: Quantitative Study of Employee Well Being. *Journal Of Visual And Performing Arts*, 5(6), 1988-1995. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i6.2024.2774>

Jagdale, S. M., & Bhaskar, M. (2024). WORK LIFE INTEGRATION AND MENTAL HEALTH: QUANTITATIVE STUDY OF EMPLOYEE WELL BEING. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(6), 1988–1995. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i6.2024.2774>

Jangid, A. (2024). AI AND EMPLOYEE WELLBEING: HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE CAN MONITOR AND IMPROVE MENTAL HEALTH IN THE WORKPLACE. *International Journal Of Advanced Research*, 12(10), 743-764. <https://doi.org/10.21474/ijar01/19693>

Koch, S. C. (2017). Arts and health: Active factors and a theory framework of embodied aesthetics. *The Arts in Psychotherapy*, 54, 85–91. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2017.02.002>



Martel Carranza, C., Raraz, D. J. M., Del Pilar Rivera López, C., & De Martel, N. Z. T. S. (2021). El endomarketing como estrategia de gestión en el sector privado. *Innovación Empresarial*, 1(1), e2. <https://doi.org/10.37711/rcie.2021.1.1.2>

Ministerio del Trabajo. (2021). Guía para la implementación del Programa de Prevención de Riesgos Psicosociales. En Ministerio del Trabajo. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Guia-para-la-implementacion-del-programa-de-prevencion-de-riesgo-psicosocial.pdf>

Mora Galeote, J. J. (2024). Capítulo IV: Las artes expresivas como prognosis preventiva del impacto emocional. En *Arte para el cambio social y educativo* (Primera edición, pp. 85-103). <https://burjcdigital.urjc.es/server/api/core/bitstreams/65899d28-0e5e-4ab3-a78f-ca0fa7003e87/content#page=85>

Organización Mundial de la Salud. (2022). Informe mundial sobre salud mental: Transformar la salud mental para todos. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/356118/9789240051966-spa.pdf>

Pérez Márquez, E. A., & Arizpe Robles, S. (2024). Capítulo 11: Creatividad y arte Terapia: una ecuación para la salud mental. En *Creatividad y arte terapia: una ecuación para la salud mental*. <https://doi.org/10.61728/AE20248123>

Rodriguez, A. K., Akram, S., Colverson, A. J., Hack, G., Golden, T. L., & Sonke, J. (2023). Arts Engagement as a Health Behavior: An Opportunity to Address Mental Health Inequities. *Community Health Equity Research & Policy*, 44(3), 315-322. <https://doi.org/10.1177/2752535x231175072>

Sandoval, A. N. V. (2025, July 1). Análisis de la satisfacción laboral en colaboradores pertenecientes a una empresa pública de Quito, a partir de dimensiones relacionadas con el endomarketing. <https://novapaxisrevista.com/index.php/RENOVA/article/view/9>

Shukla, A., Choudhari, S. G., Gaidhane, A. M., & Syed, Z. Q. (2022). Role of art therapy in the Promotion of Mental Health: A Critical review. *Cureus*, 14(8), e28026. <https://doi.org/10.7759/cureus.28026>

Tjasink, M., Keiller, E., Stephens, M., Carr, C. E., & Priebe, S. (2023b). Art therapy-based interventions to address burnout and psychosocial distress in healthcare workers—a systematic review. *BMC Health Services Research*, 23(1), 1059. <https://doi.org/10.1186/s12913-023-09958-8>

Trujillo Araujo, A., Tuesta Panduro, J. A., Viena Pezo, M. H., & Coronado Chang, L. V. (2021). Endomarketing: estrategia para la reducción de la rotación de personal millennial en organizaciones mexicanas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(4).



https://pdfs.semanticscholar.org/ca8b/06a2705e77b3b7f9ae99876946d011e4df98.pdf?_gl=1*1s8al5h*_gcl_au*Nzg0OTkyMTcyLjE3NjM0MjU5NjE.*_ga*MTE5NTkzNDk1Mi4xNzYzNDI1OTYx*_ga_H7P4ZT52H5*czE3NjQxMjEzNzkkbzIkZzAkdDE3NjQxMjEzODAkajU5JGwwJGgw

Viloria, E. G., & Pacheco, K. S. (2024, December 2). Arte y salud: bioquímica del bienestar y autorregulación corporal en prácticas terapéuticas integradas. <https://revista.uny.edu.ve/ojs/index.php/en-prospectiva/article/view/548>

World Health Organization: WHO. (2024, Septiembre 2). La salud mental en el trabajo. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work>

Xu, C., & Wang, Q. (2022). The Relationships of Creative Coping and College Students' Achievement Emotions and Academic Stress: The Mediating Role of Psychological Capital. *Journal Of Intelligence*, 10(4), 126. <https://doi.org/10.3390/jintelligence10040126>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.