

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación Escaping Burnout

Andrea Doménica Peralta Velásquez

Comunicación Organizacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional

Quito, 12 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Marco Teórico sobre el Burnout

Andrea Doménica Peralta Velásquez

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez, PHD

Quito, 12 de mayo de 2025

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: Andrea Doménica Peralta Velásquez

Código: 00325431

Cédula de identidad: 1722950456

Lugar y fecha: Quito, 12 de mayo de 2025

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UNPUBLISHED DOCUMENT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 a las personas que han sido mi motor y mi refugio a lo largo de este camino. A mis padres, Jenny y Angel, por su amor incondicional, por su esfuerzo constante y por brindarme la oportunidad de estudiar en la mejor universidad del país; gracias por enseñarme con su ejemplo el valor de la perseverancia. A mis abuelos, Maggy y Alfredo, que han estado presentes en cada etapa de mi vida con un amor inquebrantable y palabras que siempre reconfortan. A ustedes les debo no solo este logro académico, sino también la fortaleza con la que enfrenté cada reto. Este trabajo es fruto de sus enseñanzas, su apoyo incondicional y su inmenso cariño.

Agradecimientos

No existen palabras suficientes para expresar mi gratitud a todas las personas que me han acompañado, apoyado y creído en mí durante estos cuatro años de universidad. Agradezco profundamente a mi mentor Gustavo Custot, por enseñarme el valor de la comunicación interna y despertar en mí la pasión que dio vida a esta gran idea; a María José Enríquez, por ser una guía constante en este proceso de titulación; a mis amigos, por su amor, compañía y lealtad incondicional: Emilia, con quien comparto recuerdos desde el colegio; Mateo, Camila y Salomé, con quienes viví esta aventura universitaria; Domi y Romi, que a pesar de la distancia siempre han estado presentes con su cariño; y a mis colegas que se han convertido en mis incondicionales: Fabi, Mijail, Emma, Emi, Gabriel y Salomón. Gracias por cada conversación, cada risa, cada abrazo y cada paso compartido. Este logro también les pertenece.

RESUMEN

El motivo del presente estudio es crear conciencia y educar sobre el burnout, un síndrome ocupacional que afecta la salud física y mental de los trabajadores, así como la productividad empresarial, con impactos económicos globales. A partir de una revisión bibliográfica, se analizó su evolución antes, durante y después de la pandemia de Covid-19, destacando la importancia de la comunicación interna y la educomunicación como herramientas clave en su prevención. En este marco, se desarrolló la campaña comunicacional Escaping Burnout, cuyo principal objetivo es prevenir el síndrome de burnout y promover entornos laborales saludables. La investigación, de carácter cualitativo, incluyó entrevistas a expertos, focus groups y etnografía. Los resultados evidenciaron que muchas personas carecen de herramientas para gestionar el burnout y, en su mayoría, desconocen el síndrome o no buscan apoyo profesional cuando llegan a un estado de agotamiento extremo. Además, se identificó una falta de continuidad en los programas de bienestar, debido a cambios organizacionales y a la ausencia de liderazgo. La campaña alcanzó una difusión significativa, presente en cinco medios de comunicación, con seis capacitaciones realizadas en empresas, un evento respaldado por catorce auspiciantes, una activación y cinco alianzas estratégicas. En definitiva, el burnout es una problemática creciente que demanda acciones sostenibles desde la comunicación interna, no solo para proteger la salud de los colaboradores, sino también para impulsar la productividad y la sostenibilidad de las organizaciones.

Palabras clave: Burnout, Agotamiento laboral, Comunicación Interna, Educomunicación, Escaping Burnout

ABSTRACT

The purpose of this study is to raise awareness and educate about burnout, an occupational syndrome that affects the physical and mental health of workers, as well as business productivity, which has had global economic impacts. Through a bibliographic review, its evolution before, during, and after the Covid-19 pandemic was analyzed, highlighting the importance of internal communication and educommunication as key tools in its prevention. In this context, the communication campaign Escaping Burnout was developed, with the main objective of preventing burnout syndrome and promoting healthy work environments. The qualitative research included interviews with experts, focus groups, and ethnography. The results showed that many people lack tools to manage burnout and, for the most part, are unaware of the syndrome or do not seek professional support when they reach an extreme state of exhaustion. Additionally, a lack of continuity in wellness programs was identified, due to organizational changes and the absence of leadership. The campaign achieved significant outreach, appearing in five media outlets, with six training sessions conducted in companies, an event supported by fourteen sponsors, one activation, and five strategic partnerships. Ultimately, burnout is a growing issue that requires sustainable actions through internal communication—not only to protect employee health but also to enhance organizational performance and long-term sustainability.

Keywords: Burnout, Occupational Burnout, Internal Communication, Educommunication, Escaping Burnout

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	10
capítulo 1: Burnout a Través del Tiempo: Cambios y Nuevas Perspectivas en un Mundo Post COVID-19	15
1.1 Antecedentes.....	15
1.2 Definiciones y Evolución.....	16
1.3 Covid y Burnout.....	17
1.4 Post Covid.....	22
capítulo 2: Burnout Profesional: Comprensión y Prevención para un Entorno Laboral Saludable	24
2.1 Historia y Teorías claves del Burnout	24
2.2 Revisión de estudios recientes sobre burnout en Ecuador y el mundo	27
2.3 Programas de bienestar y salud mental en el trabajo	30
2.4 Promoción del equilibrio entre vida personal y laboral como prevención	32
capítulo 3: Estrategias de Comunicación Interna y su Rol en el Bienestar Organizacional para la prevención de Burnout.....	34
3.1 Comunicación interna y su impacto en la cultura organizacional post-pandemia..	36
3.2 Estrategias de comunicación interna para la prevención del burnout	37
3.3 El papel de la educomunicación en la prevención del burnout	41
3.4 Evaluación y medición del impacto de las estrategias de comunicación interna en las empresas	42
capítulo 4: Campaña de comunicación social escaping burnout.....	44
4.1 Presentación de campaña	44
4.2 Metodología de investigación cualitativa	46
4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña	55
Conclusiones.....	65
Referencias bibliográficas.....	67
Anexos.....	73
Anexo 1: Mentimeter Focus Group estudiantes de psicología organizacional.....	73
Anexo 3: Kit Capacitaciones.....	74
Anexo 4: Mentimeters Capacitaciones.....	75
Anexo 5: Evento de Cierre de campaña	75
Anexo 6: Activación de la campaña	76
Anexo 7: Boletines de Prensa	77
Anexo 8: Solicitud de talleres	78

INTRODUCCIÓN

“Desde enero de 2022, la Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce que el burnout es una enfermedad de índole ocupacional.” (Carrera, 2022). Este reconocimiento señala la importancia que tiene abordar la enfermedad del burnout o agotamiento laboral. Es importante señalar que el burnout no solo es un problema de salud pública sino también de salud mental que afecta a las personas. El burnout se caracteriza principalmente por un estado de agotamiento emocional, disminución de la productividad y realización personal, lo que conlleva a que las personas sientan un desgaste emocional y físico, el cual no solo afecta a los colaboradores sino también a la empresa. Por lo tanto, es fundamental abordar y comprender el fenómeno del burnout para mejorar la productividad y entorno laboral que existe en las empresas.

El burnout ha aumentado significativamente en las últimas décadas, afectando a millones de personas en diversos ámbitos laborales alrededor del mundo.

Este fenómeno parece estar en constante aumento, con cifras que han ido en aumento en los últimos años. En plena pandemia en 2020, el 56 % de los trabajadores ecuatorianos experimentaron burnout. Dos años después, este porcentaje ha escalado hasta el 79 %, marcando un deterioro significativo en la salud emocional de la fuerza laboral del país. (Ecuavisa, 2024).

Desde la pandemia del Covid-19 se ha evidenciado un creciente aumento en el burnout. Se puede decir que la pandemia marco un antes y un después en la vida de las personas, ya que toda su vida cambio al estar en confinamiento, se viralizaron temas que antes no se hablaban como la salud mental, ya que estar en confinamiento generaba incertidumbre para las personas lo cual causaba depresión, ansiedad y estrés. Adicionalmente el teletrabajo agravo esta situación ya que no existían límites entre la vida laboral y personal. A esto se le suman

las responsabilidades adicionales como cuidar de niños o adultos mayores, las cuales sumaron carga a muchos colaboradores y la falta de interacción social contribuyó al agotamiento. En conjunto, estos factores llevaron a un incremento notable en el agotamiento laboral, afectando la salud física y mental de las personas.

Por otro lado, es importante dar a conocer que el burnout no solo afecta la salud y el bienestar de los trabajadores, sino también la productividad y eficiencia de las empresas. Según Gallup (2023), “este año, se estima que el agotamiento laboral cuesta a la economía global 8.8 billones de dólares “(p.4). Por lo tanto, es muy importante abordar este dentro de las empresas y así mejorar significativamente el rendimiento organizacional y promover un entorno laboral sano y eficiente.

El burnout es un tema emergente, por lo tanto, es de suma importancia abordarlo y crear conciencia. Aquí es donde nace la idea de crear una campaña que impacte a nivel organizacional y genere un cambio positivo dentro de las empresas. La finalidad de la campaña es crear conciencia sobre el burnout y su impacto en la salud mental de los trabajadores, buscando una mayor armonía entre las esferas personal y profesional. Para esto se busca:

- Educar sobre cómo identificar los síntomas del burnout, comprender sus efectos y aplicar herramientas eficaces para reducirlo.
- Promover el bienestar en el ambiente laboral, reconociendo que el burnout impacta negativamente en la productividad y en el ambiente laboral.
- Fomentar un equilibrio entre la vida personal y profesional, lo que es clave para prevenir el agotamiento y mejorar la calidad de vida de los empleados.

Todo esto con la finalidad de mejorar la salud de los empleados, la productividad y el ambiente laboral.

El objetivo de desarrollo sostenible que se alinea con el proyecto es el número tres, el cual “busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades, y asegurar así el desarrollo sostenible.” (*ODS 3 Salud y Bienestar / Pacto Mundial ONU*, 2024). Es el ODS 3 se alinea perfectamente con los objetivos de la campaña puesto que busca mejorar la salud mental y física de las personas, fomentando una cultura organizacional y ambiente laboral saludable en la cual se visualice un equilibrio entre la vida personal y profesional.

A pesar de que el término apareció en 1977, recién en 2022 la OMS lo reconoció como enfermedad. Conforme pasan los años, el burnout, en lugar de reducirse, ha incrementado; por lo tanto, es un tema relevante y novedoso en la actualidad. Las campañas previas que existen sobre este término en Ecuador se enfocan más en la parte psicológica. Por ello, se ha llevado a cabo la iniciativa *Escaping Burnout*, la cual es una campaña de comunicación enfocada en visibilizar el síndrome del burnout y promover entornos laborales más saludables. A través de la comunicación interna y la educomunicación, se pretende educar, promover y fomentar la detección del burnout dentro de las empresas. Esta campaña propone una mirada integradora que conecta el bienestar emocional con estrategias comunicacionales efectivas.

Existen varios estudios previos sobre el burnout enfocados en la pandemia y lo que vivieron las personas de área de la salud y estudios más actuales que analizan como se sienten los trabajadores en las empresas. Tal es el caso del estudio “Bienestar 2022 ¿Qué está pasando en el trabajo? Una mirada desde los colaboradores” de Betterfly, el cual revela:

Que el 54% de los trabajadores experimenta agotamiento laboral, siendo esta cifra del 70% entre centennials y millennials. Además, el 50.2% siente sobrecarga de trabajo y el 47.7% percibe falta de reconocimiento, lo que afecta su motivación y desempeño.

Los colaboradores priorizan la salud financiera (65.5%), el apoyo mental y emocional (56.7%) y el apoyo personal (55.6%). (Negocios & Negocios, 2022)

Por lo tanto, esta campaña de comunicación aportaría a las investigaciones previas y mejoraría entornos laborales. *Escaping Burnout* se posiciona como pionero en el desarrollo de campañas comunicacionales de titulación sobre el burnout en el país. La campaña incluyó diversas propuestas como capacitaciones, visibilidad en medios, activaciones, un evento abierto al público y la generación de alianzas estratégicas. Representa un punto de partida e invita a continuar fortaleciendo el ambiente laboral en las empresas, mediante una acción coordinada entre la comunicación interna y el departamento de recursos humanos.

El estudio del síndrome de burnout se basa en fundamentos teóricos que han ido evolucionaron desde la definición inicial de Herbert Freudenberger y Christina Maslach, quienes lo caracterizaron como un estado de agotamiento emocional y físico resultante de las demandas laborales. El estudio el Papel de la Comunicación Interna Efectiva en la Prevención del Burnout analiza cómo la comunicación interna efectiva en entornos organizacionales postpandemia puede prevenir el síndrome de burnout, destacando la importancia de alinear la comunicación con la estrategia y cultura organizacional, reducir la incertidumbre laboral y fortalecer el sentido de pertenencia. (Vélez Zambrano, 2023). La comunicación es esencial y fundamental en todos los ámbitos, si se habla a nivel empresarial la comunicación interna juega un rol fundamental ya que actúa como un motor en las organizaciones, por lo tanto, es importante asegurar que las empresas tengan una buena comunicación interna ya que así se aseguran de que los empleados estén alineados con los objetivos y valores de la organización, lo cual fomenta un ambiente de trabajo colaborativo y productivo.

En conclusión, el burnout es un síndrome que afecta gravemente tanto la salud física como mental de las personas. Por ello, es crucial implementar más campañas como *Escaping*

Burnout, que no solo informen sobre este síndrome, sino que también promuevan entornos laborales más saludables y enseñen a gestionar el estrés de forma efectiva. Es fundamental que las empresas ofrezcan recursos y apoyo a sus colaboradores, ya que ellos son los principales embajadores de la marca y su bienestar impacta directamente en la reputación interna y externa de la organización. Finalmente, el burnout debe abordarse desde una perspectiva preventiva, ya que esto no solo mejora la calidad de vida de los trabajadores, sino que también incrementa la productividad y sostenibilidad de las empresas.

CAPÍTULO 1: BURNOUT A TRAVÉS DEL TIEMPO: CAMBIOS Y NUEVAS PERSPECTIVAS EN UN MUNDO POST COVID-19

Es importante empezar mencionando que el burnout es un síndrome asociado al entorno laboral que ha ganado gran relevancia en las últimas décadas, ya que se busca mejorar el bienestar emocional y salud mental de los colaboradores. Adicionalmente, este fenómeno es asociado a condiciones de trabajo intensivas que agotan tanto de manera física como mental a las personas, lo que afecta su calidad de vida y productividad dentro y fuera de la empresa. El Covid- 19 es un acontecimiento crucial al hablar de burnout ya que marca un antes y un después en todo lo relacionado en salud mental, puesto que a partir de la pandemia las personas dan más importancia a la salud mental. Por lo tanto, en este capítulo se abordará el burnout desde sus antecedentes, definición, evolución y en especial sobre los factores desencadenantes del agotamiento laboral antes, durante y después de la pandemia del COVID-19.

1.1 Antecedentes

El entorno laboral impacta de manera significativa en la salud de las personas, y esto puede reducir la productividad y el rendimiento de los trabajadores, especialmente ante el agotamiento laboral o burnout. Aunque el término existe desde 1974 que fue descrito por primera vez por el psicoanalista Herbert Freudenberger, el burnout ha cobrado gran relevancia en la actualidad y, desde el 1 de enero de 2022, es reconocido por la OMS como una enfermedad laboral tras la aprobación de la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-11) en 2019 (Torres, 2022). El burnout es un fenómeno ocupacional, derivado del estrés crónico en el trabajo, se manifiesta en agotamiento, distanciamiento mental y disminución de la eficacia profesional, afectando la productividad, el bienestar de los trabajadores y el ambiente de trabajo en las empresas.

En este contexto, la salud mental se ha convertido en una prioridad esencial en la vida de las personas, lo que hace fundamental su consideración en las organizaciones, ya que influye directamente en el rendimiento, la satisfacción y la retención del talento. "El desequilibrio entre las demandas y los recursos laborales presenta un efecto directo sobre el Agotamiento Emocional, aspecto central del Burnout, afectando el bienestar organizacional y aumentando la vulnerabilidad al estrés laboral" (A & Angeles, 2017). Es crucial entender el impacto del burnout y actuar en consecuencia, ya que no solo repercute en la salud de los empleados, sino que también puede llevar a una disminución de la productividad y un aumento del absentismo laboral. Además, la reputación de una empresa depende en gran medida de sus colaboradores, quienes están en contacto directo con la cultura y las dinámicas organizacionales; ellos pueden hablar tanto positiva como negativamente de la empresa, lo que influye en su imagen pública y en la atracción de nuevos clientes y talentos. Por lo tanto, es relevante abordar y comprender este fenómeno, implementando estrategias de comunicación organizacional efectivas y desarrollando programas de educomunicación que permitan mejorar tanto la productividad como el entorno laboral dentro de las organizaciones.

1.2 Definiciones y Evolución

En primer lugar, es importante empezar definiendo que es el burnout y como las personas llegan a este punto. Según lo que manifiesta Maslach y Jackson (1981) al momento que el individuo pierde la motivación laboral, ya sea por exceso de trabajo o por otras causas, afecta de manera directa en su desenvolvimiento laboral, demostrando una decaída en su calidad y cantidad de trabajo o se ve afectado en sus relaciones interpersonales con los miembros de su equipo, los cuales se van a basar en actitudes, sentimientos y reacciones negativas, llevándole al individuo a sentir una negatividad profunda tanto con su equipo de trabajo como con el mismo, a tal punto de sentir un estancamiento o fracaso en su vida personal.

El burnout es un trastorno que surge a raíz del estrés laboral, el cual afecta a las relaciones intrapersonales del individuo sea de manera profesional como personal. Las personas que sufren de agotamiento laboral sienten un constante cansancio, el cual afecta a sus relaciones y rutinas diarias, ya que la persona no está con ánimos de realizar las tareas sean de trabajo o particulares. Las personas que sufren este síndrome no tienen energía para nada, no solo les afecta su salud mental y les da baja de energía, sino que les afecta su salud física, les cuesta realizar las cosas o no tiene la energía para hacerlo, incluso sus defensas bajan lo cual provoca que se enfermen.

Por otro lado, es importante que los empleados estén conectados con la empresa y para eso se recomienda realizar reuniones en las cuales se involucre todo el equipo, se dé un reconocimiento al trabajo duro. Leiter y Maslach (2005) citados por Díaz y Gómez (2016) explican que cuando se presentan unas condiciones laborales en las cuales no se reconoce el lado humano del trabajo, se genera una brecha muy amplia entre la naturaleza del trabajo y la de las personas, lo cual ocasiona un mayor riesgo de desarrollo del burnout (pág.115). Es relevante reconocer el esfuerzo de cada uno de los colaboradores e invertir en su carrera profesional sea mediante capacitaciones, charlas y talleres, los cuales ayuden al aprendizaje de los colaboradores y beneficie a la empresa.

1.3 Covid y Burnout

En segundo lugar, es importante abordar cómo la falta de límites entre la vida personal y laboral desempeña un papel fundamental en el agotamiento laboral. Si bien el burnout era una preocupación antes de la pandemia, con la llegada de esta, el fenómeno se intensificó notablemente y ha ido en aumento. La pandemia marcó un antes y un después en la vida de las personas, ya que todo lo que consideraban normal cambió drásticamente de la noche a la mañana. El primer caso de coronavirus se reportó en diciembre de 2019 en Wuhan, China; sin

embargo, no fue hasta marzo de 2020 que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el COVID-19 como pandemia. Esta enfermedad infecciosa, causada por el virus SARS-CoV-2, provoca síntomas respiratorios de leves a moderados en la mayoría de las personas, aunque algunas pueden enfermar gravemente y requerir atención médica (OMS, 2020). Los contagios y las muertes con el pasar de los días se intensificaban, las vacunas en primera instancia solo se encontraban en las potencias mundiales y para los países tercermundistas tener vacunas dependía de las alianzas o la compra que existan entre las potencias y el país.

La pandemia transformó radicalmente la vida diaria de las personas, ya que su convivencia se vio afectada y se impuso el aislamiento obligatorio para evitar la propagación del virus. A pesar de contar con más recursos que en pandemias anteriores, la sociedad experimentó un deterioro significativo en su salud mental. Según la OMS, "la COVID-19 provocó un aumento del 25% en la ansiedad y la depresión globales, revelando la falta de preparación de los gobiernos y la escasez de recursos de salud mental a nivel mundial" (2022). La sociedad estaba acostumbrada a un ritmo de vida que, de un día a otro cambio, por ende, la rutina diaria de las personas tuvo que adaptarse a la nueva realidad en donde predominaba la higiene personal, el confinamiento y la virtualidad, a excepción del personal de primera línea que salían a enfrentar esta enfermedad.

La Pandemia trajo consigo muchos cambios tanto a nivel personal como profesional, al entrar en un estado de confinamiento todas las empresas cambiaron su modalidad de trabajo, las personas tuvieron que adaptarse al teletrabajo. El teletrabajo ocurre cuando trabajadores asalariados realizan todo o parte (regular u ocasionalmente) de su trabajo fuera del sitio habitual de su actividad, normalmente desde el hogar, utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación" (CIDEA, 2000: 7). El teletrabajo se realiza mediante herramientas digitales, las cuales permiten una comunicación efectiva entre empleados y jefes, todas las tareas suelen

realizarse en línea, esta modalidad se enfoca más en los resultados que en la presencia física y horas de trabajo.

Asimismo, el teletrabajo es una modalidad en la que es necesario establecer límites claros y contar con un espacio o espacios específicos sin distracciones donde se pueda trabajar. A menudo, el teletrabajo se organiza en función de metas y objetivos, con plazos específicos para que el colaborador de la empresa cumpla con ellos. Sin embargo, para esta modalidad el individuo tiene estar claro en la manera en que la empresa trabaja y establece los plazos, para algunas personas es favorable la virtualidad ya que su horario es más flexible, por lo cual tiene una mejor organización de su tiempo y puede realizar otras actividades o contar con un mejor ambiente de trabajo que en la presencialidad. Por otro lado, para las empresas esta modalidad puede reducir costos operativos y permite la contratación de talentos sin restricciones geográficas. Esta modalidad de trabajo existía antes de la pandemia; sin embargo, en el contexto latinoamericano era poco utilizado. Con la llegada de la pandemia, muchas empresas se vieron forzadas a adoptar esta modalidad, por lo que, sus colaboradores tuvieron que adaptarse rápidamente a esta nueva forma de trabajo.

No obstante, la implementación del teletrabajo trajo consigo numerosos desafíos significativos para los trabajadores. Debido al confinamiento y a la necesidad de precautelar la salud de toda la sociedad, toda la gente se vio obligada a teletrabajar, una modalidad diferente a la que estaban acostumbrados. Al ser un nuevo método de trabajo, muchos de los límites a los que estaban acostumbrados se desvanecieron, ya que durante la pandemia era muy difícil separar lo personal de lo laboral. La dificultad de separar estos dos, se debía a que no existía un espacio específico para cada una de las actividades; más bien se producía una fusión entre ellas, lo que provocaba en las personas una sobrecarga emocional. Además, era muy complicado separar el trabajo de las responsabilidades del hogar y más aún si el individuo

convivía con más personas o tenía hijos pequeños, ya que esto incrementaba las distracciones y dificultaba mantener un ambiente laboral externo y adecuado. Estudios previos de condiciones de teletrabajo con hijos han demostrado que las personas se frustran más por la falta de fronteras entre la vida familiar y laboral (Kossek et al., 2009), donde las mujeres específicamente se sienten más perjudicadas pues al estar trabajando desde la casa con los hijos presentes, se refuerzan los roles tradicionales donde la madre tiene un papel fundamental en la crianza de estos (Hilbrecht et al., 2008). Por lo cual, si estudios previos han demostrado que teletrabajar en un entorno familiar es complicado puesto que no se separa la vida familiar de la laboral, a esto se le suma la gran incertidumbre que provocaba la pandemia, ya que existía miedo de contagio y las personas no conocían el tiempo de duración de esta. Por otro lado, si las personas se encontraban viviendo solas, en apartamentos o espacios reducidos esto podía generar soledad y falta de actividad física. En cualquiera de los casos durante la pandemia prevaleció la incertidumbre, el agotamiento, la ansiedad y depresión.

Sin embargo, en la pandemia las personas no podían elegir y todos se vieron obligados a trabajar de manera virtual por períodos de tiempo extensos y en circunstancias externas complicadas, como hubo gente que se acostumbró y prefería esta modalidad, para otra no fue así ya que el trabajo se extendía fuera de las horas laborales acordadas y no se respetaba los horarios de oficina por estar en confinamiento. Como menciona Alomoto Paucar (2021): "A pesar de los casos variados donde esta inserción entre la vida laboral y personal ha sido exitosa, también existen casos en los cuales ha sido la etiología para desencadenar complicaciones laborales, debido al estrés que experimentan al estar relacionados en un solo ambiente para el trabajo y la vida en familia, desembocando en falta de motivación, estrés emocional, malestar físico" (p. 17). Por lo cual, teletrabajar durante la pandemia fue algo complicado, pues la mayoría no estaba acostumbrada a este tipo de trabajo. Además, la gente estaba profundamente

preocupada por la situación sanitaria mundial, ya que cada día se incrementaba el número de fallecidos y aun no existía una cura efectiva.

El síndrome del burnout se incrementó durante la pandemia, puesto que muchas personas trabajaban fuera del horario laboral sin recibir paga por horas extra y no contaban con un ambiente adecuado para trabajar, mientras enfrentaban una gran incertidumbre sobre el futuro, lo que llevó a que sus niveles de estrés se eleven. La pandemia de COVID-19 ha afectado significativamente la salud mental de cerca de la mitad de los adultos en Estados Unidos, según una encuesta de la Kaiser Family Foundation, debido al incremento del estrés y la preocupación. Además, más de dos tercios de los empleados en el país creen que este ha sido el período más estresante de sus vidas laborales. Un estudio de Ginger, proveedor de servicios de salud mental, reveló que el 88 % de los encuestados experimentó niveles de estrés que variaban de moderados a extremos en las últimas cuatro a seis semanas (Mullen, 2020). El estrés durante pandemia se iba intensificando por diversos factores, puesto que por un lado estaba la incertidumbre de poder contraer la enfermedad y por otro el miedo de perder el trabajo, ya que durante la pandemia varias empresas se declararon en bancarrota o quiebra.

Ahora bien, en el caso del personal de salud, a raíz de la pandemia incremento su nivel de agotamiento laboral, de por sí estudiar o trabajar en el área de salud es muy demandante y existe agotamiento laboral, durante la pandemia esto se incrementó en cifras alarmantes. El personal de salud vivía a primera mano todo lo que la pandemia estaba desencadenando, ya que millones de personas estaban muriendo, y a pesar de los intentos para que el paciente sobreviviera era un virus desconocido que no tenía una cura específica y todo dependía de la evolución del paciente con los medicamentos recomendados para combatir la enfermedad. Según *The Lancet*, el personal de salud es uno de los sectores más afectados: en 2016, entre el 25% y 33% de los trabajadores en terapia intensiva sufrían burnout, cifra que aumentó al 51%

con la pandemia. En EE. UU., el 13% de los médicos reportó pensamientos suicidas (Medscape, 2021; Torres, 2022). Es evidente que antes de la pandemia existía agotamiento laboral en el personal de la salud, sin embargo, esto escaló durante y luego de la pandemia. El COVID-19 marca un antes y un después en la salud mental. La pandemia del COVID-19 ha exacerbado una crisis de salud mental ya alarmante, aumentando la prevalencia de la depresión y la ansiedad a nivel global en un 25 % a 27 %. (United Nations, s. f.-b)

1.4 Post Covid

La pandemia hizo que las personas valoraran aspectos que antes pasaban desapercibidos, como el contacto físico y las relaciones personales, debido a la falta de interacción durante el confinamiento. Esta situación generó altos niveles de estrés y ansiedad, agravados por la incertidumbre que provocaba el virus. A medida que disminuía la gravedad de la enfermedad y se disponía de vacunas, la gente comenzó a recuperar su estilo de vida. Sin embargo, la pandemia dejó una lección importante: el cuidado de la salud mental es tan esencial como el de la salud física. Esto ha resaltado la importancia de separar las actividades profesionales de las personales y dedicar tiempo para uno mismo. Asimismo, se han vuelto fundamentales los límites entre lo laboral y lo personal, tanto en la modalidad presencial como en la virtual. La constante exigencia de estar siempre disponibles, la dificultad para desconectar y el aumento de la carga laboral han llevado al agotamiento físico y mental de muchos empleados, afectando su compromiso y el rendimiento en el trabajo.

No obstante, a pesar de que desde pandemia se valora más la salud mental siguen existiendo pérdidas millonarias en esta área, según datos de la OMS y la OIT, cada año se pierden 12.000 millones de días de trabajo debido a la depresión y la ansiedad, lo que representa un costo cercano a un billón de dólares para la economía mundial. Este impacto ha llevado a ambas organizaciones a emitir directrices para abordar estos problemas en el entorno laboral

(OMS y OIT, 2022). Por lo tanto, a pesar de que la gente conoce sobre salud mental y es un término que se ha cobrado relevancia, sigue existiendo pérdidas en este campo, lo cual perjudica a los colaboradores y a las empresas. Por un lado, los colaboradores no están enganchados con su trabajo, bajan su productividad y estado de ánimo sufre decaimiento, lo cual perjudica en su entorno personal y familiar. Por otro lado, las empresas pierden dinero puesto que sus colaboradores se demoran más realizando sus tareas, lo cual le cuesta a la empresa.

Por otro lado, diversos informes destacan los elevados niveles de estrés laboral a nivel mundial, con cifras alarmantes. Según el *State of the Global Workplace 2024 Report* de Gallup, el 41% de los empleados a nivel mundial reporta altos niveles de estrés, especialmente en Medio Oriente y África del Norte (52%), mientras que América Latina y Europa presentan niveles menores. El informe sugiere que factores internos del trabajo y externos, como la inflación, contribuyen a este estrés, que afecta más a jóvenes y a quienes trabajan de manera remota o híbrida (Gallup, 2024). Este informe evidencia que el estrés laboral se ha vuelto un desafío global significativo, especialmente en ciertas regiones y entre trabajadores jóvenes y remotos, debido a la combinación de presiones laborales internas y factores económicos externos.

Finalmente, es importante hablar sobre el burnout ya que es una problemática evolutiva en la actualidad, a pesar de que la gente tiene más conocimiento sobre la importancia de su salud mental, aun no cuida de ella. Es importante conocer que la Pandemia juega un rol muy importante en esta terminología ya que marca un antes y un después en la vida de las personas.

CAPÍTULO 2: BURNOUT PROFESIONAL: COMPRENSIÓN Y PREVENCIÓN PARA UN ENTORNO LABORAL SALUDABLE

El síndrome de burnout, identificado inicialmente en la década de 1970, ha sido objeto de un desarrollo teórico continuo que lo posiciona como un fenómeno cada vez más significativo en el entorno laboral. Hoy en día, el ritmo de trabajo se ha intensificado significativamente, mientras que los límites entre la vida personal y laboral se han difuminado, generando un resultado considerable en el bienestar físico y mental de los trabajadores, además de en el desempeño y eficiencia de las organizaciones. Por lo tanto, este capítulo tiene como objetivo explorar el burnout desde múltiples perspectivas. Empezara, con un análisis histórico y teórico que permite comprender el origen y las bases conceptuales de este término, para luego examinar estudios recientes que identifican cómo este fenómeno se manifiesta en Ecuador y a nivel mundial. Adicionalmente, se analizan programas de bienestar y salud mental implementados en el entorno laboral como herramientas clave para mitigar sus efectos. Finalmente, se enfatiza la importancia de impulsar el equilibrio entre lo personal y laboral como una estrategia esencial para prevenir el burnout y fomentar un entorno más saludable.

2.1 Historia y Teorías claves del Burnout

El termino en ingles Burnout que significa “quemarse” o “agotarse” es introducido por el teólogo y psicólogo alemán Herbert Freudenberger entre el año de 1967 y 1970. Freudenberger empleo el concepto de Burnout para describir el estado físico y mental de los jóvenes voluntarios que trabajaban en la "Free Clinic" de Nueva York. Estos voluntarios dedicaban gran esfuerzo a sus tareas, poniendo en riesgo su salud en busca de ideales superiores, sin recibir suficiente reconocimiento o recompensa. Como resultado, después de uno a tres años de trabajo, comenzaron a mostrar irritación, agotamiento, actitudes cínicas hacia

los clientes y una tendencia a evitarlos (Buendía & Ramos, 2001; Ramos, 1999; Buendía, 1998; Mingote, 1998; Hombrados, 1997). Freudenberger describe el agotamiento físico, emocional y mental que experimentaban las personas que trabajaban en el área de la salud al trabajar en entornos de alta exigencia. Adicionalmente, el objetivo era ilustrar como los trabajadores a pesar de su dedicación y compromiso terminaban exhaustos y desmotivados debido al estrés y presión ejercidos en el trabajo.

Con el paso del tiempo, múltiples investigadores han tenido una influencia en el desarrollo de teorías y conceptos relacionados con el estrés y el agotamiento laboral. Freudenberger fue el pionero del concepto, sin embargo, el termino se empezó a utilizar a partir de 1977, cuando Maslach conceptualizó el síndrome como el desgaste profesional de las personas que trabajan en diversos sectores de servicios humanos, especialmente en contacto directo con los usuarios, como el personal sanitario y los profesores. Se describe como la respuesta extrema al estrés crónico en el contexto laboral, con repercusiones individuales y organizacionales (Pérez, 2010, pg.43). Maslach comenzó a investigar el fenómeno del agotamiento laboral en los 70s enfocada en profesionales quienes mostraban estrés crónico, insertos en un trabajo de contacto directo con las personas como médicos, enfermeros, docentes, etc.

Por otro lado, Maslach y Jackson (1981-1982) definieron el burnout como un síndrome tridimensional asociado al estrés laboral, caracterizado por el cansancio emocional (CE), la despersonalización (DP) en el trato con clientes y usuarios, y la dificultad en la realización personal (RP). Basándose en esto desarrollaron una primera versión del cuestionario Maslach Burnout Inventory (MBI), una herramienta que calcula el burnout de las personas en tres dimensiones claves.

El desarrollo inicial del Maslach Burnout Inventory (MBI) se centró en trabajadores cuyo empleo implicaba un contacto directo y constante con personas, especialmente en situaciones de alta demanda. Adicionalmente, se basaron en un constructo tridimensional por lo que en el cuestionario se divide en tres subescalas: el agotamiento emocional, la despersonalización y la baja realización personal. El cuestionario mide las respuestas de los individuos en base a sentimientos, emociones, pensamientos y conductas en su entorno laboral. La primera versión fue revisada varias veces hasta que más tarde, Schaufeli, Leiter, Maslach y Jackson (1996) desarrollaron una versión más general del MBI, no limitada a profesionales que trabajan directamente con personas, y denominaron las variables como baja eficacia profesional, agotamiento y cinismo. Por su parte, Leiter y Schaufeli (1996) indicaron que el síndrome de burnout también puede afectar a profesionales cuyo trabajo no implique contacto directo con individuos. A raíz de la primera versión el MBI se expandió y adaptó a diferentes entornos laborales.

El modelo Maslach Burnout Inventory (MBI), publicado en 1981, se convirtió en el estándar para medir el síndrome de burnout, proporcionando un marco práctico para identificar y abordar sus síntomas. Esta herramienta consta de un cuestionario de 22 ítems que evalúa las respuestas en relación con los sentimientos, emociones, pensamientos y conductas de los individuos en su ámbito laboral. El MBI se convirtió en el estándar para medir el burnout dentro de los diversos campos laborales y ha sido traducido y adaptado a numerosos idiomas. Además, es considerado una de las grandes herramientas para evaluar el burnout. En la actualidad el MBI es una herramienta clave para identificar y abordar el agotamiento laboral en los diversos sectores, ya que abarca desde investigaciones académicas hasta evaluaciones laborales en empresas. Es fundamental mencionar que cuenta con cinco formularios específicos: MBI-HSS para servicios humanos, MBI-HSS (MP) para personal médico, MBI-ES para educadores, MBI-GS para uso general y MBI-GS (S) para estudiantes. Estas versiones permiten medir las

tres subescalas del burnout y desarrollar estrategias efectivas para prevenirlo y mejorar el bienestar en diferentes entornos laborales y educativos.

A lo largo de los años, el MBI ha influido en políticas laborales, estrategias de intervención y en la comprensión del impacto del estrés crónico en el desempeño y salud mental de los colaboradores en sus empresas. Por lo consiguiente, surgieron varias teorías posteriores las cuales ampliaron esta base al integrar nuevos modelos como la Teoría de las Demandas y Recursos Laborales (DRL) es un enfoque unificador sobre el diseño laboral que integra múltiples perspectivas sobre estrés y motivación en el trabajo. Propone que las demandas y los recursos laborales influyen en el bienestar y rendimiento de los empleados, considerando comportamientos proactivos y reactivos para gestionar estas variables (Bakker y Demerouti, 2017). Originada en investigaciones sobre burnout y engagement, la teoría ha incorporado conceptos de modelos como el de demandas y control (Karasek, 1979)

Es importante mencionar que los modelos mencionados anteriormente aportan perspectivas claves relacionadas con el burnout. En primer lugar, la Teoría de las Demandas y Recursos Laborales (DRL) destaca la importancia del equilibrio entre demandas y recursos en las organizaciones para no llegar a un agotamiento laboral, ya que mientras más demandas, más recursos debe haber para que las personas estén enganchadas. El Modelo de Demandas y Control enfatiza la importancia del control laboral para reducir el estrés y evitar llegar a un punto grave de agotamiento. Todos los modelos nos ayudan a comprender como los trabajadores se están sintiendo dentro de la organización y que tan enganchados están con su trabajo y/o la empresa.

2.2 Revisión de estudios recientes sobre burnout en Ecuador y el mundo

El burnout es un fenómeno global que se ha venido estudiando desde los años 70 por diversos autores, los cuales han llegado a hallazgos alarmantes sobre este síndrome de estar

quemado a nivel mundial. Es relevante mencionar que el agotamiento laboral perjudica a los individuos como a las empresas. Son problemas originados por el estrés laboral que provocan la despersonalización del individuo, quien experimenta un deterioro notable de su ámbito personal debido a diversas alteraciones emocionales (Garita Elizondo & Herrera Salazar, 2019, p. 1). Es importante abordar este tema ya que cada vez toma mayor relevancia.

La salud mental es de suma relevancia y el entorno laboral juega un rol fundamental para los colaboradores de una empresa. Cerca del 60% de la población mundial trabaja, y un ambiente laboral seguro y saludable es un derecho fundamental que protege la salud mental. (World Health Organization: WHO, 2024). El trabajo decente beneficia a la salud mental de los colaboradores, lo cual proporciona confianza, inclusión, un ambiente digno dentro de la empresa, mejora el desempeño y la gente se vuelve embajadora de la marca lo cual beneficia a la reputación de las empresas. Por el contrario, la falta de trabajo y recursos puede afectar la productividad y salud mental de los individuos. Es relevante conocer cómo influye la salud mental y el burnout a nivel mundial. Según la organización mundial de la salud (2024):

Se estimó, que en 2019 el 15% de las personas en edad laboral padecía algún trastorno mental. A nivel mundial, la depresión y la ansiedad ocasionan la pérdida de 12 000 millones de días de trabajo al año, lo que representa un costo de 1 billón de dólares anuales en pérdida de productividad.

Las cifras globales son preocupantes: los riesgos de salud mental impactan significativamente en la productividad de los individuos, lo que repercute tanto en la economía de las empresas como en la economía mundial. La desmotivación y el malestar emocional pueden llevar a retrasos en la entrega de tareas, disminución de la calidad del trabajo e incumplimiento de plazos, generando pérdidas económicas considerables para las organizaciones.

A nivel mundial se han realizado múltiples estudios relacionados con el burnout. Según el Índice de Evaluación de la Vida, elaborado por Gallup, estima que 56% de los trabajadores, a nivel mundial, siente o tiene dificultades, que pueden llevarlos a padecer burnout. De hecho, 9% de los empleados dice vivir en sufrimiento, contrastado con 35% que afirma estar prosperando. Con corte a febrero de 2024, 49% de los trabajadores estadounidenses dijeron sentir estrés en el trabajo, 38% afirmó que está ansioso o preocupado, 21% manifestó estar triste y 17% considera que a lo largo del día tienen episodios de ira o rabia. Lo preocupante, según Gallup, es que solo 21% de los trabajadores dijo que su empresa está interesada en su bienestar, tanto laboral, como personal. En Holanda, Se calcula que el 15% de la fuerza laboral padece de Burnout, y se estima que las pérdidas debido a enfermedades asociadas al estrés alcanzan alrededor de 1.7 billones de euros (Danhof, Van Veen, & Zitman, 2011). El burnout va a perjudicar la productividad y rendimiento de los colaboradores ya que no encuentran motivación en su trabajo o no se encuentra en un buen entorno laboral lo cual perjudica a la organización.

Por otro lado, se han llevado a cabo diversos estudios a nivel mundial sobre el burnout en el personal de salud, ya que es uno de los sectores más afectados por el agotamiento laboral. Según un estudio realizado por Dyrbye *et al*, publicado en el 2010 en JAMA, entre los estudiantes de medicina hasta un 49,6% pueden padecer síndrome de sobrecarga emocional (Dyrbye et al., 2010). En Costa Rica, un estudio realizado en 2004 sobre médicos generales y especialistas de COOPESALUD R.L. (Clínica de Pavas) determinó que el 20% de la población médica padecía síndrome de Burnout, afectando principalmente a hombres y a trabajadores jóvenes de entre 25 y 34 años, con una incidencia del 55.6% en estos grupos (Díaz, 2004). El burnout está presente en todos los campos laborales, sin embargo, hay campos en los que se intensifica debido a las altas demandas emocionales y laborales que conllevan la profesión, por

ejemplo, el personal de la salud está sometido a una constante presión y estrés pues tienen que tomar decisiones críticas, la sobrecarga de trabajo y las largas jornadas.

En Ecuador, burnout es un fenómeno en ascenso en el mundo laboral, es un síndrome preocupante para la salud mental de los trabajadores. El Ecuador es el cuarto país en la región con mayores tasas de trabajadores afectados. Un estudio de Multitrabajos revela que el 83 % de los talentos ecuatorianos reportan síntomas de este síndrome, reflejando un incremento en comparación con años anteriores. Durante la pandemia de 2020, el 56 % de los trabajadores experimentaron burnout, cifra que aumentó al 79 % en 2022, evidenciando un deterioro significativo en el equilibrio emocional de los empleados (Ecuavisa, 2024).

Por otro lado, trabajar en el sistema hospitalario en Ecuador puede ser demandante y estresante debido a los cambios en las últimas décadas. Factores como el entorno laboral, las largas jornadas y las exigencias propias del trabajo han generado un impacto negativo en la salud física y mental del personal sanitario. Esta situación, reconocida como un problema evidente en el país, refleja un alto índice de desgaste en los profesionales del sector (Breilh, 2009). Las cifras de este síndrome en Ecuador son críticas y han ido incrementando a lo largo de los años, es importante que los trabajadores cuiden de su salud mental y las empresas desarrollen políticas o prácticas que promuevan un buen ambiente laboral.

2.3 Programas de bienestar y salud mental en el trabajo

Las personas deben adoptar medidas para proteger su bienestar emocional y evitar el burnout, para eso es necesario que establezcan límites claros entre su vida profesional y laboral. Es importante que los colaboradores realicen actividades que les permitan desconectarse del ámbito laboral. No obstante, las organizaciones también juegan un rol fundamental en la prevención del agotamiento laboral mediante la implementación de prácticas o políticas que promuevan un entorno laboral equilibrado.

El burnout se debe diferenciar del estrés laboral, ya que el burnout es un proceso crónico que se desarrolla a partir de un estrés prolongado llevando al individuo a un sentir despersonalización, agotamiento extremo, y baja realización personal. Es importante desarrollar programas enfocados en el bienestar laboral que fortalezcan la salud mental de los trabajadores y combatan el síndrome de agotamiento laboral. Las empresas pueden cuidar de sus colaboradores mediante diversos programas o actividades como talleres para saber identificar y manejar el estrés, sesiones de mindfulness, apoyo psicológico, coaching, pausas activas, etc. Por ejemplo, la OMS impulsa iniciativas clave para mejorar la salud mental laboral, como el Plan de Acción Integral sobre Salud Mental 2013-2030, enfocado en reducir la estigmatización y mejorar el acceso a servicios ocupacionales. Sus Directrices sobre salud mental en el trabajo promueven la prevención, la capacitación y el equilibrio vida-trabajo. En colaboración con la OIT, desarrolla marcos de acción para mejorar el entorno laboral, mientras que el Informe Mundial sobre Salud Mental (2022) resalta la importancia del lugar de trabajo en el bienestar integral de los empleados. (2024).

En México varias empresas realizaron diferentes programas para ayudar a sus colaboradores a gestionar de mejor manera el estrés. Por ejemplo, IBM: estableció un equipo "Ask Health & Safety" (24x7) para responder preguntas e inquietudes de los colaboradores. Grupo Bimbo implementó el programa "Balance de Vida", con apoyo psicológico y esquemas de trabajo flexible para mejorar el bienestar de sus colaboradores. Nestlé lanzó una iniciativa de bienestar integral, enfocada en el bienestar emocional, abordando estrés, sueño y descanso. En 2021, ofreció un subsidio para las primeras seis sesiones de terapia para colaboradores y hasta tres familiares (Fabeni, 2021). Cada vez son más las empresas que se suman a iniciativas relacionadas con la salud mental, creando programas o políticas que cuiden de sus colaboradores.

2.4 Promoción del equilibrio entre vida personal y laboral como prevención

Los riesgos psicosociales en el trabajo, como cargas excesivas, horarios inflexibles, inseguridad laboral, violencia o discriminación, afectan la salud mental de los empleados. Adicionalmente, factores de condiciones laborales deficientes, supervisión autoritaria y conflictos entre la vida laboral y personal agravan estos riesgos. Los síntomas del Síndrome de Quemado (SQT) son señales de que los factores de riesgo en el trabajo están afectando negativamente al trabajador. Estos síntomas varían en intensidad, con la ansiedad siendo la más común (80%) y la indiferencia la menos frecuente (22%). Otros síntomas incluyen irritación, tristeza, fatiga, dificultad para concentrarse, frustración, depresión, impotencia, sentimientos de culpa, exceso de trabajo, falta de realización personal, desinterés por el trabajo, y pérdida de motivación e interés en actividades fuera del trabajo (Fidalgo Vega, s.f.). Es importante identificar los síntomas, para así saber cómo prevenirlos o actuar en el momento en el cual se suceden.

Por lo tanto, prevenir los problemas de salud mental relacionados con el trabajo requiere gestionar los riesgos psicosociales a través de intervenciones organizacionales que mejoren las condiciones laborales, como la implementación de horarios flexibles y la adopción de medidas contra la violencia. Según Fidalgo (s.f) “La prevención del burnout se aborda en tres niveles: el primero es el organizativo, fortaleciendo la estructura laboral con roles claros, comunicación efectiva y formación continua; el segundo es el interpersonal, promoviendo vínculos sociales, colaboración y liderazgo adecuado; y finalmente individual, con orientación profesional, manejo del estrés y técnicas como relajación y reestructuración cognitiva (Fidalgo Vega, s.f.). El objetivo de prevenir el síndrome del burnout es buscar reducir el estrés laboral y crear un entorno sano y productivo.

Se recomienda sensibilizar a los trabajadores sobre salud mental para reducir la estigmatización y ofrecer programas y actividades recreativas que ayuden a gestionar el estrés. Para salvaguardar y fomentar el bienestar mental la OMS sugiere capacitar a supervisores en reconocimiento y manejo de dificultades emocionales, fortalecer sus competencias interpersonales y reducir factores estresantes 2024). Al final lo más importante es, prevenir la fortalecer, ayudar y cuidar de cada uno de los colaboradores.

En conclusión, el término burnout, aunque acuñado en la década de los 70, ha cobrado gran relevancia en la actualidad debido a la creciente preocupación por la salud mental y el bienestar de los individuos. Las empresas, conscientes de su responsabilidad con los empleados, han comenzado a implementar programas de bienestar que no solo favorecen la salud mental, sino que también mejoran la motivación y el rendimiento. Al final del día, un trabajador desmotivado afecta directamente la productividad y los ingresos de la organización. La adopción de estrategias de prevención, como la promoción del equilibrio entre la vida laboral y personal, es clave no solo para mitigar el burnout, sino también para elevar la calidad de vida de los empleados y optimizar los resultados organizacionales.

CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y SU ROL EN EL BIENESTAR ORGANIZACIONAL PARA LA PREVENCIÓN DE BURNOUT

Es importante iniciar este capítulo diciendo que todo lo que no se comunica no existe. La comunicación es la base de todo, influye en la vida diaria de las personas como en las empresas, puesto que permite transmitir mensajes, resolver conflictos, y tomar decisiones de manera eficiente. En las empresas es importante tener una buena comunicación ya que fortalece el trabajo en equipo, promueve la cultura organizacional, facilita la gestión de crisis, refuerza el sentido de pertenencia, etc. Además, es importante tener una comunicación clara y bidireccional en las empresas ya que mediante esta se impulsa la innovación, se motiva a los empleados y se asegura que los mismos conozcan la cultura de la empresa, es el eje central para el éxito de la organización. La comunicación es muy amplia por lo cual tiene varias ramas y en la que se enfocara este escrito es en la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional se divide en interna y externa. La comunicación interna es clave para la toma de decisiones, ya que fomenta la cultura corporativa, el sentido de pertenencia y el compromiso de los empleados al alinearlos con la visión, misión y valores de la empresa. La comunicación interna tiene como objetivo involucrar al personal, fomentar una cultura organizacional participativa y fortalecer la conexión entre los colaboradores y la organización. Busca garantizar que la información fluya de manera efectiva, mejorar el clima laboral, y fomentar una apertura que permita a los trabajadores expresar sus sentimientos y opiniones. Asimismo, es esencial que la organización cuente con una cultura que favorezca la comunicación, donde exista confianza y espacios que impulsen el compromiso y el bienestar del equipo, logrando una comunicación efectiva en todas las áreas de la organización.

Por otro lado, la comunicación externa busca relacionarse con públicos ajenos a la organización, permitiendo que esta se dé a conocer, gane valoración social y obtenga aprobación. (de Comunicación FEAPS, 2012, citado en Del Ángel Cortés et al., 2024). La comunicación dentro de las organizaciones busca que los colaboradores de la empresa entiendan la importancia de los objetivos y la cultura de la empresa, así como que se sientan identificados con estos. La comunicación es clave para el éxito de las empresas, los empleados juegan un rol fundamental para la reputación de la misma ya que son los primeros en ser embajadores de la marca por lo tanto es importante que estén alineados con lo que la empresa busca transmitir y compartan ese mismo mensaje tanto internamente como externamente.

Por otro lado, conecta a todas las áreas de manera efectiva, creando un buen ambiente laboral dentro de la empresa, lo cual mejora la productividad de los colaboradores ya que se sienten enganchados con su trabajo. Es de suma importancia que los colaboradores se sientan implicados con las tareas a realizar en la organización más allá de cobrar el sueldo porque deben entender la importancia de su trabajo y cómo influye para lograr las metas y objetivos de la empresa. Por lo tanto, este capítulo tiene como objetivo explorar estrategias de comunicación interna para la prevención del burnout, considerando su impacto en la cultura organizacional post pandemia. Se abordará también el papel de la educomunicación en la prevención del agotamiento laboral, así como los métodos de evaluación y medición del impacto de las estrategias de comunicación interna dentro de las empresas. En resumen, este capítulo explora la importancia de que las organizaciones manejen una comunicación interna sólida, para evitar el agotamiento laboral e impulsar el éxito de la organización mediante un entorno laboral saludable y sostenible.

3.1 Comunicación interna y su impacto en la cultura organizacional post-pandemia

La pandemia del COVID-19 marco un antes y un después en la vida de las personas y en las empresas. A raíz de la pandemia hubo muchos cambios en el manejo de la comunicación interna de las empresas, puesto que tuvieron que evolucionar ante los nuevos cambios que se presentaban. Desde la pandemia, las organizaciones tuvieron que adoptar nuevas tecnologías digitales para mantener a los equipos conectados, lo que hizo que las formas de interacción cambiaran. Por ejemplo, los medios que utilizaban para informar que eran considerados informales pasaron a ser fuentes de información cruciales durante la pandemia. En una organización no se puede dejar de comunicar, todos deben conocer todo lo que pasa dentro de la misma, es crucial que sea de manera formal para evitar que existan rumores. Es así como, la comunicación interna a partir de la pandemia ha cobrado relevancia en las organizaciones pues “es una herramienta básica, que permite ser transmisores y receptores constantes de información dentro de la empresa, lo que permite conectar con los colaboradores y tomar decisiones que cubran las necesidades laborales” (Abendaño et al., 2021, p. 262). Es así como el objetivo principal de la comunicación interna es que los colaboradores conozcan toda la cultura organizacional de la empresa y se vuelvan embajadores de esta.

La comunicación interna juega un rol fundamental en la cultura organizacional, porque es el canal por el cual se transmiten los valores, misión, visión y objetivos de la empresa. Como cita Gómez & Sarsosa Prowesk:

La cultura organizacional ha sido definida desde una perspectiva sociológica como “el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas que comparten los individuos” (Méndez, 2001, p. 82). Asimismo, Tichy (1982) señala que esta abarca las creencias, comportamientos, valores y suposiciones presentes en la empresa, funcionando como un "pegamento social y normativo" que permite a sus

miembros desarrollar una identidad común, comunicarse y cooperar en torno a un proyecto compartido (2011).

Por lo mismo, la comunicación interna facilita que los empleados esten alineados con la cultura organizacional, promoviendo su compromiso con la empresa.

La pandemia hizo evidente la necesidad de fortalecer la comunicación interna y la importancia de fomentar espacios de interacción e invertir en herramientas digitales para motivar y aumentar la productividad del personal. La comunicación interna es clave para la cultura organizacional, especialmente post-pandemia, ya que promueve la alineación estratégica, la cohesión y el bienestar emocional de los empleados. Además, ayuda a prevenir el burnout y mejora la productividad mediante prácticas como reuniones regulares y el uso de plataformas digitales colaborativas, lo que fortalece un entorno laboral saludable. (Vélez Zambrano, 2023). La pandemia impulso nuevos modelos de trabajo y demostró la importancia que tiene la comunicación interna sólida en las empresas para mantener la cohesión organizacional.

3.2 Estrategias de comunicación interna para la prevención del burnout

El burnout en la actualidad se ha convertido en una preocupación para las organizaciones, este síndrome representa un desafío para las mismas. Se caracteriza cuando existe un agotamiento emocional, despersonalización y baja realización personal, puede tener consecuencias negativas en la productividad de la empresa como en sus colaboradores. El estudio Burnout 2023 de Bumeran reveló que el síndrome de burnout afecta significativamente a los trabajadores en Latinoamérica:

Argentina lidera con un 94% de afectados, seguida de Chile con un 91%, Panamá con un 83%, Ecuador con un 79% y Perú con un 78%. Los principales síntomas incluyen falta de energía o cansancio extremo (52%), negativismo o cinismo hacia el trabajo

(41%) y disminución en la eficacia laboral (23%). Las causas más comunes son la falta de claridad en los roles (22%), la sobrecarga laboral (21%), el trato inadecuado de superiores (18%) y la presión laboral (13%), (Forbes Argentina, 2023).

El estudio evidencia un problema que afecta tanto la salud de los empleados como la productividad organizacional en la región.

Por lo tanto, la comunicación interna es una herramienta estratégica para prevenir y gestionar el agotamiento laboral, puesto que busca que los empleados conozcan y se alineen con los objetivos de la empresa, llevándolos a ser embajadores de esta. Según Duque-Rengel, Abendaño y Cusot (2022) La Comunicación Interna abarca procesos, políticas y decisiones, promoviendo valores auténticos y coherentes. Las organizaciones que comuniquen con credibilidad y coherencia, especialmente en temas como cambio climático, igualdad e inclusión, lograrán mayor engagement e impacto social, ganándose la confianza de colaboradores y público externo. Es primordial que los colaboradores confíen y se sientan enganchados con la empresa ya que habrá un ambiente laboral más saludable y se disminuirá el estrés.

El burnout es un problema significativo en el entorno laboral. Las estrategias organizacionales para prevenir el burnout incluyen, en su mayoría, el trabajo en equipo y programas de bienestar y apoyo a los colaboradores (Correa Arteaga et al., 2020), con esto se buscan mejorar el ambiente laboral y gestionar eficazmente la carga de trabajo. Por consiguiente, se mencionarán estrategias a nivel organizacional e individual que ayudan a reducir y prevenir el síndrome de burnout, las cuales sirven para motivar a los empleados y mejorar su bienestar.

Estrategias Organizacionales

- **Reconocimiento del problema:** La organización debe identificar y evaluar al burnout como un problema significativo en el entorno laboral, demostrando la preocupación que tiene por el bienestar de sus empleados.
- **Transparencia organizacional:** es esencial para mantener a los empleados informados sobre los objetivos y logros de la organización. Es importante compartir información sobre lo que ocurre en la organización para que los colaboradores comprendan cómo su trabajo contribuye al éxito de la empresa y creen sentido de pertenencia con la misma.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar el trabajo en equipo y la colaboración ayuda a reducir la carga individual y mejorar el apoyo social entre compañeros.
- **Horarios:** Implementar políticas claras en los horarios laborales de la empresa y no sobrepasarlos a menos que sea una crisis, esto ayudara a que los empleados separen lo laboral de lo personal.
- **Retroalimentación:** Se debe fomentar una retroalimentación bidireccional, en la cual la empresa mencione oportunidades de mejora de sus colaboradores y viceversa. La retroalimentación continua mejora el ambiente laboral y ayuda a identificar problemas antes de que escalen. Los colaboradores se sentirán valorados y escuchados si la empresa les brinda apertura para expresar sus ideas, sugerencias y preocupaciones.
- **Logros:** Reconocer y celebrar los éxitos individuales o del equipo aumenta la moral y motivación de los empleados. Esto demuestra a los colaboradores que su esfuerzo es valorado y apreciado, lo cual fomenta un ambiente de trabajo positivo.
- **Involucramiento en la toma de decisiones:** Permitir e involucrar a los empleados en la planificación de proyectos les otorga un sentido de pertenecía y responsabilidad

dentro de la misma. Este enfoque contribuye a aumentar el compromiso y la motivación, de los colaboradores con los objetivos de la empresa.

- **Oportunidades de capacitación y desarrollo:** Ofrecer programas de formación y desarrollo profesional demuestra que la organización está comprometida con el crecimiento y aprendizaje de sus empleados.
- **Campañas de bienestar y mindfulness:** Campañas internas que eduquen sobre el bienestar, la importancia del autocuidado y salud mental.
- **Cultura organizacional positiva:** Fomentar una cultura que se alinee con los valores de la empresa y fomente la inclusión dentro de la misma, puesto que es de suma importancia que los colaboradores puedan expresar sus inquietudes y sugerencias sin sentir temor a una represalia. Un entorno positivo ayuda a reducir el estrés y el burnout, promoviendo el bienestar general.
- **Canales de comunicación:** Los canales de comunicación juegan un rol importante, ya que por este medio los colaboradores están informados de lo que está pasando en la empresa, deben ser efectivos y se debe asegurar que los mensajes lleguen a su receptor. La empresa debe elegir los canales por los cuales va a informar su mensaje puede ser por boletines informativos, carteleros o reuniones regulares, esto va a depender del público al cual se quiere llegar. Estos canales permiten una mayor fluidez en la circulación de la información y ayudan a crear un ambiente de trabajo transparente y colaborativo.
- **Evaluación de la efectividad:** Realizar auditorías sobre la comunicación dentro de la empresa, para evaluar la eficacia de los medios que se usan y el clima que existe dentro de la empresa. Evaluar periódicamente permite conocer si los mensajes están cumpliendo su objetivo y que tan enganchados están los colaboradores con la empresa.

Estrategias Individuales

- **Autocuidado:** Tener hábitos saludables, como una alimentación balanceada, ejercicio y una buena higiene de sueño, que son fundamentales para el bienestar personal.
- **Programas de bienestar:** Participar en programas de bienestar espiritual, como mindfulness, yoga o meditación, que ayuden a manejar el estrés y mejorar la salud mental.

3.3 El papel de la educomunicación en la prevención del burnout

La educomunicación, juega un papel fundamental en la prevención del burnout ya que a través de esta se debe educar, promover y fomentar la detección del síndrome del burnout dentro de las empresas. Es importante que las personas identifiquen los síntomas del agotamiento laboral, comprendan sus efectos y tengan herramientas que les ayuden a reducirlo. Por otro lado, las empresas mediante la comunicación interna y la educomunicación deben informar sobre el agotamiento laboral y precautelar la salud mental de sus trabajadores, puesto que la productividad y motivación depende de que tan enganchados están los empleados con la empresa. Es fundamental que las empresas implemente campañas internas, talleres o capacitaciones sobre cómo prevenir el agotamiento laboral, separar su vida privada de lo laboral y sobre todo la importancia de cuidar de su salud mental.

Para esto es fundamental que la gente sepa identificar los síntomas del burnout y en caso de sufrir alguno de estos pedir ayuda. Este síndrome se caracteriza por síntomas como sentir pavor por el trabajo, actuar con cinismo, irritabilidad, desmotivación, procrastinación y desidia. Adicionalmente, las personas físicamente experimentan de cansancio extremo, estrés crónico, problemas de salud frecuentes, y malos hábitos de sueño (Martins, 2024). El agotamiento laboral se presenta por un estrés prolongado y un exceso de presión a causa del trabajo, lo cual puede provocar que la persona se sienta incapaz de afrontar nuevos retos y

tenga una baja autoestima. Por lo tanto, es importante implementar campañas de educomunicación que integren procesos educativos y comunicativos de cómo prevenir el burnout, empoderen a los empleados y prevengan los factores de riesgos relacionados con el agotamiento laboral.

Asimismo, las empresas deben contar con buenos líderes, que guíen, motiven, y orienten a su equipo, asegurándose que todos trabajen hacia los mismos objetivos. Un buen liderazgo puede prevenir el burnout, implementando estrategias para mejorar el bienestar de los empleados. Es aquí donde la educomunicación forma parte primordial para el manejo del burnout porque mediante talleres, capacitaciones o campañas interactivas sobre el manejo del estrés y espacios de dialogo se puede crear conciencia sobre el burnout y como prevenirlo, fortaleciendo así la cultura organizacional.

Es relevante mencionar que a raíz de la detección de burnout en la organización se deben realizar decisiones estrategias y crear políticas de bienestar laboral que beneficien a los colaboradores. Los departamentos de recursos humanos y comunicación trabajan juntos, recursos humanos se encarga de crear las políticas y prácticas, puesto que ellos manejan la parte psicológica y el área de comunicación se encarga de prevenir y mejorar la comunicación interna.

3.4 Evaluación y medición del impacto de las estrategias de comunicación interna en las empresas

Al momento de realizar estrategias es importante evaluar y medir la efectividad que estas tuvieron. En primer lugar, se puede medir el impacto de las herramientas de comunicación y la reputación de la empresa a nivel interno a través de una auditoria de comunicación interna. Se entiende como auditoría de comunicación interna “al conjunto de métodos de investigación y análisis con el objetivo de identificar, definir, revisar y evaluar el

contenido y desarrollo de la función. Constituye un sistema de control de la gestión efectuada” (Saló, 2005). La auditoría es un gran método de medición para conocer qué tan efectivos son los canales de comunicación y la opinión de los colaboradores de la empresa, una vez finaliza esta se puede replantear estrategias de mejora en la organización. Asimismo, se pueden realizar encuestas sobre clima laboral, analizar métricas digitales y entrevistas, las cuales miden el impacto de las estrategias en aspectos como el compromiso, la productividad y el bienestar de los colaboradores.

La implementación de estos métodos permite a las empresas ajustar y optimizar sus estrategias, implementando estrategias que midan y mejoren el ambiente laboral, asegurando que los colaboradores sepan y tengan claros los objetivos de la empresa. Realizar mediciones permite saber si la estrategia efectuada fue eficaz entre los colaboradores de la empresa y permite que la empresa realice mejoras continuas que motiven a sus empleados.

Finalmente, la comunicación es fundamental en todos los aspectos de la vida personal y profesional, y su importancia en las organizaciones no puede ser subestimada. Por lo tanto, la comunicación juega un papel fundamental para la prevención del síndrome de agotamiento laboral, ya que mediante la comunicación interna y la educomunicación se pueden crear estrategias de prevención y medir su efectividad. Es importante que los colaboradores de las organizaciones se sientan enganchados con su trabajo y sean voceros de la empresa, puesto que una opinión de una persona interna vale más que de una externa. Finalmente, se debe realizar campañas que promuevan la detección del síndrome del burnout y su prevención.

CAPÍTULO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ESCAPING BURNOUT

4.1 Presentación de campaña

A partir de la revisión bibliográfica previa, se ha llegado a rescatar la importancia de la salud mental, el bienestar laboral y la prevención del burnout dentro de los entornos laborales, ya que el síndrome del burnout cada vez se incrementa y cobra más relevancia. Este fenómeno, reconocido por la OMS como un factor de riesgo laboral, afecta la salud emocional, física y mental de miles de trabajadores, impactando también la productividad y el clima organizacional. Es así como nace la campaña Escaping Burnout la misma que busca visibilizar el síndrome del burnout, promover entornos laborales más saludables y brindar herramientas de autocuidado. Además, la campaña representa una apuesta por la comunicación como herramienta transformadora del bienestar, desde una perspectiva integral que articula salud mental, cultura organizacional y desarrollo sostenible.

En la actualidad la falta de límites claros entre el trabajo y lo personal, evidencia una necesidad urgente de implementar nuevas estrategias de prevención y bienestar emocional dentro de las organizaciones. Escaping Burnout se convierte en la primera campaña de comunicación en abordar la problemática del burnout, convirtiéndose así en una intervención pertinente y oportuna tanto a nivel empresarial como académico.

El objetivo de desarrollo sostenible al cual apoya Escaping Burnout es el número tres, el cual “busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades, y asegurar así el desarrollo sostenible.” (ODS 3 Salud y Bienestar | Pacto Mundial ONU, 2024). Este objetivo se alinea plenamente con los propósitos de la campaña, pues tiene como finalidad fortalecer la salud mental y física de los colaboradores, fomentando una cultura organizacional consciente y un entorno laboral sano.

La causa social en la que se enfoca la campaña es en prevenir el síndrome de burnout y fomentar el bienestar integral en el entorno laboral mediante una comunicación interna efectiva, la educación emocional y estrategias de gestión del estrés, promoviendo el autocuidado de los colaboradores, así como la productividad dentro de las empresas. Estas acciones promueven ambientes laborales más saludables y brindan la oportunidad de identificar como están los colaboradores dentro de la organización y que se puede mejorar en la misma.

De esta manera, la campaña Escaping Burnout se presenta como una respuesta a un problema social muchas veces invisibilizado: el burnout. Este síndrome afecta directamente a los individuos y, según Maslach y Jackson (1981), “se da cuando el individuo pierde la motivación laboral, su desempeño y relaciones se ven afectados, generando sentimientos de negatividad y fracaso personal.” Entre sus causas más comunes se encuentran la falta de claridad en los roles (22 %), la sobrecarga laboral (21 %), el trato inadecuado por parte de los superiores (18 %) y la presión laboral (13 %) (Forbes Argentina, 2023). Ante esta realidad, Escaping Burnout plantea un cambio cultural en las dinámicas laborales, promoviendo una nueva narrativa del trabajo basada en el bienestar y autocuidado de cada colaborador.

Existen diversas campañas previas sobre el síndrome de burnout centradas principalmente en la psicología. Escaping Burnout se presenta como una propuesta diferente, enfocada en fortalecer la comunicación interna, las relaciones entre equipos y el ambiente laboral dentro de las empresas. Busca visibilizar el síndrome y proporcionar a los colaboradores herramientas para el autocuidado y la gestión del estrés, con el fin de prevenir el burnout y mejorar los entornos laborales. Además, evalúa el impacto de los talleres mediante encuestas post-taller, lo que permite medir la eficacia del mismo. No obstante, a través de la comunicación interna y la educomunicación, la campaña se construye como una propuesta

dialógica y experiencial, basada en la escucha activa, que promueve la participación de los colaboradores y les brinda herramientas clave para su bienestar. Escaping Burnout se enfoca tanto en la teoría como en la práctica, ofreciendo contenidos informativos y recursos aplicables que permiten a su audiencia incorporar cambios reales en su día a día laboral.

4.2 Metodología de investigación cualitativa

El burnout, descrito por primera vez en los años 70s por Herbert Freudenberger, fue reconocido oficialmente como una enfermedad laboral por la Organización Mundial de la Salud en 2022 (Torres, 2022). A raíz de la pandemia, la salud mental ha cobrado mayor relevancia; sin embargo, los casos de agotamiento no han disminuido, sino que han aumentado de forma significativa. Según el estudio Burnout 2023 de Bumeran, Argentina encabeza la lista con un 94% de personas afectadas, seguida por Chile (91%), Panamá (83%), Ecuador (79%) y Perú (78%) (Forbes Argentina, 2023). Ecuador se ubica como el cuarto país de Latinoamérica con los índices más altos, lo que evidencia la urgencia de implementar programas y talleres que fortalezcan los entornos laborales y fomenten la cohesión de los equipos.

Desde la comunicación interna, el burnout está relacionado con la ausencia de espacios de retroalimentación positiva, el aislamiento entre colaboradores y la limitada gestión emocional en las organizaciones. Adicionalmente, la comunicación interna es igual de fundamental que la externa y las dos crean la reputación de la empresa ya que los colaboradores son los principales embajadores de marca. En este contexto, la educomunicación se presenta como una herramienta clave para promover el autocuidado, prevenir el síndrome de burnout, manejar el estrés y reforzar el trabajo en equipo.

Con el fin de establecer una propuesta sólida y un enfoque claro para la campaña, se llevaron a cabo entrevistas a expertos y a colaboradores de diversos sectores. Además, se realizaron dos focus groups: uno con estudiantes de Psicología Organizacional, enfocado en

explorar ideas y posibilidades para la campaña, y otro con colaboradores de distintas edades, con el objetivo de identificar sus necesidades y percepciones. Como parte del proceso investigativo, también se desarrolló un estudio etnográfico en una empresa de Quito. Las preguntas formuladas en los distintos instrumentos se centraron en tres variables principales:

- Primer contacto con el síndrome de burnout.
- El papel de la comunicación en el síndrome de burnout.
- Gobierno corporativo y su impacto en el burnout.

A continuación, se presentan las preguntas bases que se iban adaptando dependiendo el tipo de entrevista, ocupación o focus group se iba a realizar:

Preguntas

Desde tu perspectiva, ¿Cómo definirías el burnout en el contexto actual y qué factores, como la pandemia y el teletrabajo, consideras que más contribuyen al aumento del burnout?

¿Cómo puede la comunicación ser una herramienta efectiva para prevenir el burnout en las organizaciones?

¿Qué tipo de mensajes o enfoques de comunicación consideras más efectivos para sensibilizar a los empleados sobre el burnout sin alarmarlos?

¿Cuál es el papel de los líderes y gerentes en la comunicación sobre burnout dentro de la organización? ¿Cómo deberían involucrarse?

¿Qué buenas prácticas y programas de bienestar has visto que ayuden a prevenir el burnout en las empresas?

¿Qué cambios deberían adoptar las organizaciones para crear un entorno de trabajo que favorezca la salud mental y el equilibrio entre la vida personal y laboral de sus empleados?

¿Quiénes deberían ser los actores clave en la prevención del burnout dentro de una organización, y cómo deben colaborar?

¿Qué tipo de campaña de comunicación sería más efectiva para prevenir el burnout: informativa, estructurada o con acciones más personalizadas como talleres?

¿Cuáles son los principales obstáculos al implementar una campaña de prevención del burnout y cómo se pueden superar?

¿Cómo consideras que deberían estructurarse e impartirse los talleres sobre prevención del burnout dentro de la organización, y qué enfoque debería prevalecer para que sean efectivos?

Se realizaron cuatro entrevistas a expertos en distintas áreas: dos psicólogos, un comunicador y una educadora-periodista. En primer lugar, se entrevistó a la psicóloga María Cristina Crespo, coordinadora de la carrera de Psicología en la Universidad San Francisco de Quito. Ella definió al burnout como lo opuesto al engagement y señaló que, a mayor nivel de estrés, mayor es la probabilidad de desarrollar este síndrome. Explicó que, en la mayoría de los casos, las demandas laborales superan los recursos disponibles, por lo que es fundamental diseñar organizaciones que no generen burnout, así como estrategias que apoyen a los equipos y les permitan ser vulnerables. Destacó también la importancia del liderazgo dentro de una empresa, ya que una gestión deficiente puede provocar una alta rotación de personal, lo cual afecta el clima organizacional y eleva los costos operativos. Finalmente, advirtió que el estrés crónico puede derivar en ansiedad o depresión, por lo que es crucial implementar capacitaciones sobre autocuidado, fomentar la construcción de comunidad y reconocer que las mujeres suelen enfrentar una carga adicional por sus responsabilidades familiares.

En segundo lugar, se entrevistó a Juan Daniel Torre, psicólogo clínico y docente universitario en la Universidad San Francisco de Quito, quien ha combinado su experiencia en psicología organizacional y clínica para ofrecer una mirada integral sobre el síndrome de burnout. Durante la entrevista, Juan resaltó que muchas personas viven con burnout sin saberlo, debido a la normalización del agotamiento y la falta de información. Explicó que el burnout no aparece de un día para otro, sino que se va desarrollando progresivamente por la exposición continua a factores de estrés crónico, como la sobrecarga de trabajo, la falta de autonomía, el escaso reconocimiento y la ausencia de descanso real.

Asimismo, subrayó que en Ecuador prevalece una cultura laboral donde “todo es urgente”, lo que impide establecer límites claros entre la vida personal y profesional. Comentó que en muchos entornos los colaboradores no pueden salir puntualmente porque “no tienen puesta la camiseta”, y que la presión constante, tanto de superiores como de compañeros, contribuye a crear ambientes laborales tóxicos. Según Juan, uno de los aspectos más preocupantes es que los líderes no actúan como tales, sino como jefes que presionan sin empatía, generando miedo y competencia interna. También mencionó la importancia de implementar medidas preventivas desde tres niveles: eliminar causas estructurales (prevención primaria), brindar herramientas de afrontamiento (prevención secundaria), y ofrecer acompañamiento psicológico cuando el problema ya está presente (prevención terciaria). Al hablar sobre la campaña menciono que la prevención secundaria sería la más factible para llevar a cabo una campaña de prevención sobre el burnout. Finalmente, destacó que es fundamental que los líderes asuman su rol como agentes de cambio, ya que el clima laboral depende en gran medida de ellos, y que la comunicación efectiva es clave para prevenir y abordar el burnout.

En tercer lugar, se entrevistó a Gustavo Custode, comunicador, vicedecano de la Facultad de Comunicación y Artes Contemporáneas y coordinador de la carrera de Comunicación en la USFQ. Durante la conversación, resaltó que el COVID-19 marcó un antes y un después en la manera en que entendemos el bienestar laboral, ya que visibilizó el desgaste emocional y mental que muchos colaboradores ya venían experimentando. En este contexto, enfatizó la urgencia de hablar abiertamente sobre el burnout, especialmente en entornos donde aún se normaliza el estrés constante y la sobrecarga de tareas.

Gustavo mencionó que en la actualidad todo parece urgente, lo que impide establecer límites saludables y propicia ambientes laborales desorganizados. Para él, las empresas deben integrar programas de bienestar que incluyan actividades como pausas activas, alimentación consciente, talleres y consejos prácticos para la salud mental. También destacó la necesidad de campañas informativas que no solo definan el burnout, sino que lo traduzcan en términos comprensibles y aplicables al contexto ecuatoriano (“castellanizarlo”).

Uno de los puntos centrales de la entrevista fue la importancia del rol de los líderes: promover el respeto, definir roles claros y guiar desde la empatía son elementos esenciales para construir culturas organizacionales sanas. Además, subrayó el papel de la comunicación interna como herramienta clave para conectar a generaciones diversas, fortalecer la cultura corporativa y posicionar a la empresa como una marca empleadora atractiva. Finalmente, recalcó que, para lograr colaboradores más sanos y menos estresados, es indispensable implementar entrenamientos en habilidades blandas, incluir apoyo terapéutico y contar con equipos interdisciplinarios.

En cuarto lugar, se entrevistó a Gissela Echeverría Castro, terapeuta familiar sistémica y educadora, se definió el burnout como una afección física y emocional causada por la sobreexigencia y el miedo a fallar, que genera un estado de alerta constante y desgaste

profundo. Factores culturales como la presión por la excelencia y la competencia interna, especialmente en mujeres con múltiples roles, intensifican esta condición. La pandemia visibilizó la sobrecarga mental y el agotamiento digital, con efectos aún presentes. Gissela destacó la importancia de la comunicación interna como herramienta de prevención, que debe adaptarse tanto a colaboradores como a líderes. También mencionó la necesidad de talleres, psicoterapia y buenas prácticas como pausas activas y subsidios para terapia. Finalmente, hizo un llamado a transformar la gestión del talento humano hacia una atención integral del bienestar emocional.

Por otro lado, se realizaron tres diferentes entrevistas a personas en edad laboral, entre ellas a un CEO de una agencia de creación de contenido, a una persona que ha trabajado en educación en varios colegios y a una persona que ha trabajado en el sector público. Por motivos de confidencialidad no se revelará el nombre de los entrevistados ni de las empresas en las cuales trabajan.

En primer lugar, se realizó la entrevista al CEO de una agencia de creación de contenido, fue enriquecedora, ya que permitió comprender cómo cuida tanto de sus colaboradores como de sí mismo. La agencia promueve salidas y actividades de desconexión y team building, procurando realizarlas una vez al mes. Al contar con un equipo pequeño, se facilita el diálogo cercano y la atención individual. Aunque aún no existe una rutina fija ni fechas establecidas para estas actividades, se evidencia una intención clara de fomentar el bienestar y fortalecer al equipo. El CEO mantiene una postura abierta al diálogo, confía en su equipo y busca constantemente nuevas iniciativas. Además, se están desarrollando estrategias para construir una mejor cultura organizacional, como celebrar aniversarios y fortalecer los vínculos internos. También se establecen límites con los clientes, especialmente en cuanto a la comunicación fuera del horario laboral, como una forma de proteger el bienestar del equipo.

En segundo lugar, se entrevistó a un profesional en el área de la educación, quien nos comenta que el sistema educativo ofrece muchas ventajas, pero también presenta desafíos importantes para los profesores, ya que existen múltiples oportunidades para que los estudiantes pasen de año, lo que implica una mayor carga de trabajo para los docentes, quienes deben esforzarse para que los alumnos alcancen la nota mínima. Las planificaciones y requisitos que se solicitan cada año son muy extensos, lo que ha provocado en algunos casos contracturas musculares y dolores de cabeza, debido al tiempo prolongado frente a la computadora y la falta de variedad en las actividades. La convivencia con los estudiantes es muy buena y se disfruta el proceso de enseñanza. Nos da a conocer que entre colegios existen cambios significativos y si los compara en el colegio anterior tenía más libertad que en el actual, lo cual se debe al estilo de liderazgo de la coordinadora, quien en el nuevo colegio donde trabaja mantiene una actitud dictatorial y no está abierta al diálogo. Finalmente, dice que no existía un programa fijo sobre burnout y las charlas de bienestar no estaba acompañadas de talleres que les brinden las herramientas necesarias.

En tercer lugar, se entrevistó a un colaborador del sector público, en su entrevista se evidenció que existe una falta de cultura organizacional y de programas de bienestar en el sector público, ya que no se implementan actividades como charlas, talleres o programas relacionados con la salud mental o el bienestar. Se envían formularios para que los colaboradores los llenen sobre estos temas, pero no se los responde de forma consciente por miedo a posibles represalias. Además, hay una notable falta de recursos: las capacitaciones, en su mayoría, se realizan en línea, pero debido a la alta carga laboral, los funcionarios solo buscan completarlas rápidamente para continuar con sus tareas. En este caso particular, la persona entrevistada no conocía sobre el síndrome de burnout ni había recibido información del mismo.

Se realizaron dos focus groups para explorar las percepciones sobre el burnout en diferentes contextos:

El primero de estos fue con siete estudiantes de Psicología Organizacional, quienes destacaron la importancia de implementar estrategias de manejo del tiempo para prevenir el burnout, ya que la procrastinación y la ansiedad están estrechamente relacionadas. Mencionaron que planificar horarios, priorizar el autocuidado, redefinir expectativas y encontrar propósito en las tareas cotidianas puede marcar una diferencia significativa. También señalaron que el burnout se manifiesta de forma distinta según el rol: no es igual en un estudiante que en un colaborador, por lo que se debe segmentar a los públicos para abordarlo de manera adecuada. (Anexo 1)

En el ámbito laboral, la prevención depende directamente de la gestión del talento humano, mientras que en el ámbito académico recae en el estudiante. Además, indicaron que en Ecuador no se están brindando los recursos adecuados para prevenir el burnout, ya que muchas áreas de bienestar no cuentan con herramientas eficaces y las empresas suelen enfocarse únicamente en los objetivos, descuidando la salud física y mental. Como estrategia preventiva, propusieron establecer acuerdos claros, delimitar y cuantificar las tareas, y realizar un análisis estructural de los cargos dentro de la empresa. También resaltaron la necesidad de talleres enfocados en habilidades blandas y liderazgo, así como campañas de concientización sobre el burnout y el engagement. Finalmente, enfatizaron la importancia de generar confianza, fomentar la conexión entre áreas y promover una cultura de apoyo entre compañeros.

El segundo focus group se llevó a cabo con siete trabajadores de diferentes cargos y sectores, incluyendo pasantes, juniors y seniors. Durante la conversación, se destacó la falta de recursos y la constante variabilidad de la carga laboral, lo que genera ambientes de trabajo muy tóxicos. En particular, se mencionó que en las agencias es complicado establecer horarios

estables, ya que tanto las empresas como los colaboradores no respetan las horas de trabajo, lo que afecta negativamente el equilibrio entre la vida personal y profesional. Por otro lado, algunos participantes señalaron que trabajar y estudiar simultáneamente es un reto debido a la falta de lineamientos claros y la presión constante, especialmente al lidiar con los clientes y enfrentar cambios de última hora.

El burnout, dentro de sus organizaciones, sigue siendo poco reconocido y no se aborda de manera efectiva, ya que existe una gran falta de información y, aunque se tiene conocimiento teórico sobre el tema, rara vez se implementa en la práctica. Para mitigar estos problemas, los trabajadores sugirieron establecer límites claros, incorporar pausas activas y fomentar una comunicación abierta, donde no exista miedo a hablar con los superiores o pedir ayuda. Además, destacaron la importancia de tener reuniones periódicas con los superiores para revisar tareas, brindar apoyo y contar con los recursos necesarios. Finalmente, subrayaron que la concientización sobre el burnout debe ser una prioridad, y durante las capacitaciones se debe implementar con componente práctico donde se les proporcione herramientas adecuadas para prevenirlo y gestionarlo correctamente.

Se llevó a cabo un estudio etnográfico en una institución ubicada en Quito, Ecuador, donde se observó que la mayoría de los colaboradores permanecen durante toda la jornada laboral sentados frente a sus escritorios, sin realizar pausas activas adecuadas. Las pocas interrupciones en la rutina se dan únicamente por motivos puntuales como tomar un café, asistir a reuniones o ir al baño. El ambiente general es tenso, y aunque existen recursos y cursos de formación para el bienestar del personal, estos son de carácter obligatorio y suelen cumplirse de manera superficial, por compromiso o presión de tiempo, priorizando terminar la tarea para volver a su carga laboral. Esta carga varía dependiendo del departamento, siendo particularmente elevada en áreas como Finanzas y Recursos Humanos hacia fin de mes, debido

a cierres y pagos. Se evidencia una falta de cultura de autocuidado y programas de bienestar efectivos, así como una gestión del tiempo que no considera las necesidades físicas ni emocionales del personal.

A partir de la investigación cualitativa realizada —que incluyó entrevistas a expertos, colaboradores de distintos sectores, dos focus groups y una etnografía— se evidencian patrones claros sobre la presencia e impacto del burnout en el entorno laboral ecuatoriano. El burnout surge como resultado de una sobrecarga crónica de trabajo, ambientes tóxicos, ausencia de pausas activas, falta de reconocimiento y escasa autonomía. Se identificó una cultura organizacional centrada en la urgencia, con liderazgos autoritarios y poca claridad de roles, lo que genera estrés constante, especialmente en mujeres con múltiples responsabilidades. Aunque algunas empresas muestran esfuerzos aislados por implementar prácticas de bienestar, estos programas suelen ser obligatorios, poco efectivos o mal ejecutados. La falta de comunicación interna efectiva, el desconocimiento del síndrome y la escasa formación en habilidades blandas agravan el problema. La campaña se sustenta en estos hallazgos, diseñando estrategias de prevención secundaria que fortalezcan el autocuidado, promuevan espacios de diálogo, formación en liderazgo empático y fomenten políticas organizacionales claras y sostenibles.

4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña

A partir de las investigaciones previas, nace la campaña de concienciación y acción "Escaping Burnout" el objetivo principal de la campaña es prevenir el síndrome de burnout en los colaboradores de la empresa mediante una charla informativa y una sesión práctica que brinde herramientas de gestión del estrés, fortaleciendo así el bienestar emocional y promoviendo una cultura organizacional más saludable y sostenible. La campaña incluyó diversas gestiones clave. En primer lugar, se desarrolló una estrategia digital basada en

contenido dinámico e informativo para dar a conocer de forma clara y accesible todo lo relacionado con el burnout. En segundo lugar, se gestionaron alianzas estratégicas con expertos que lideraron los talleres de capacitación, así como con empresas dispuestas a abrir sus espacios para la implementación de estas actividades. Además, se trabajó en la visibilización del mensaje a través de medios de comunicación, y como parte del cierre de la campaña, se realizó una activación durante el evento de cierre de la campaña en la Universidad San Francisco de Quito.

El nombre de la campaña, Escaping Burnout o en español Escapando del agotamiento laboral, surge como un llamado a la acción para evitar llegar a las fases más críticas del síndrome debido a la falta de cuidado del bienestar individual. El objetivo del nombre es invitar a las personas a priorizar su salud mental y, en caso de llegar a ese estado, recordar que siempre hay una salida. Ya sea con el apoyo de alguien cercano o, en casos más severos, a través de ayuda profesional. El logotipo de la campaña se diseñó en coherencia con su nombre, Escaping Burnout. Representa a una persona en actitud dinámica y motivada, que salta con energía, simbolizando la acción de escapar del agotamiento laboral. Se incorporó una flecha para reforzar visualmente la idea de avance y salida del estado de burnout.

La paleta de colores utilizada —#F8AF1, #208481, #0DB1A4 y #F8F4EC— fue elegida estratégicamente para transmitir conceptos como energía, creatividad, optimismo, calma, estabilidad, confianza, frescura y bienestar. Estos colores refuerzan el mensaje de superación personal, motivación y productividad, reflejando cómo se ve una persona comprometida y saludable en su entorno laboral. La tipografía seleccionada fue Jomhuria, la cual destaca por su elegancia y estilo exótico, además de su alta legibilidad, lo que la convierte en una opción llamativa y coherente con el espíritu de la campaña.



Mapa de públicos y aliados estratégicos.

Público	Características	Necesidades/ Expectativas	Rol en la campaña	Estrategias de comunicación
Colaboradores	Personas en edad laboral.	Mejorar su bienestar y brindar herramientas para su autocuidado	Público objetivo principal	Talleres, contenido en redes, kits prácticos, historias interactivas
Líderes y Directivos	Toman decisiones, manejan equipos, impacto directo en clima organizacional	Aprender a prevenir el burnout en sus equipos y gestionar su estrés.	Tomadores de decisión y público objetivo	Dar a conocer la importancia de estos temas del bienestar y liderazgo Generar alianzas que permitan llevar a cabo los talleres dentro de las empresas
Recursos Humanos	Encargados del bienestar, políticas internas y clima laboral	Implementar estrategias de prevención sostenibles a largo plazo dentro de la empresa	Aliados estratégicos	Planificación y organización en conjunto para el taller
Especialistas	Expertos en herramientas de autocuidado y talleres de bienestar	Promover intervenciones efectivas	Asesores y voceros especializados	Apoyo en los talleres de las empresas.
Público en General	Comunidad creada a través de la campaña	Información útil y replicable sobre bienestar laboral	Público objetivo	Redes sociales, videos y medios de comunicación

Marcas aliadas	Empresas conscientes, marcas saludables, de bienestar o responsabilidad social	Asociación con una causa relevante	Aliados estratégicos	Colaboración durante el período de campaña
----------------	--	------------------------------------	----------------------	--

Para la campaña se planteó cuatro objetivos específicos con sus respectivas estrategias y tácticas:

1. Aumentar la visibilidad del síndrome de burnout en redes sociales, alcanzando al menos 200 seguidores y generando contenido educativo con alta interacción en publicaciones clave durante el mes de campaña.

Las estrategias planteadas para lograr este objetivo es crear una identidad visual coherente, mantener los colores elegidos para la campaña y diseñar un feed atractivo. También se diseñar contenidos de valor que explique qué es el síndrome de burnout, en qué se diferencia del estrés y cuáles son sus síntomas, procurando que el contenido sea claro y relevante.

La táctica consistió en publicar al menos un post semanal en la página de Instagram, mantenerse activo en historias mostrando el desarrollo de la campaña, y usar hashtags consistentes en cada publicación (#EscapingBurnout #BienestarLaboral).

2. Capacitar a colaboradores en la gestión del estrés a través de al menos cinco talleres durante el mes de campaña, brindando herramientas prácticas para mejorar el bienestar laboral.

Las estrategias planteadas son implementar talleres con componentes teóricos y prácticos, para que los participantes aprendan a autocuidarse y adquieran herramientas efectivas para la gestión del estrés. Involucrar a expertos en el tema como aliados para brindar los talleres, y establecer alianzas estratégicas.

Las tácticas incluyeron diseñar presentaciones con los contenidos del taller, adaptarlos a las necesidades de cada empresa, y entregar kits con actividades que permitieran a los participantes desconectarse y relajarse.

3. Mejorar la comunicación interna y el ambiente laboral en las empresas, evaluando el impacto de los talleres mediante encuestas post-taller realizadas durante el mes de campaña, con el objetivo de evidenciar una mejora en la percepción del bienestar y la comunicación organizacional.

Las estrategias consistieron en crear espacios de escucha activa y colaboración, promoviendo la participación de todos los colaboradores y generando entornos seguros.

La táctica fue evaluar los talleres a través de la herramienta Mentimeter para conocer qué aprendizajes se llevaban los asistentes y analizar si el taller resultó útil.

4. Organizar un evento de cierre de campaña con un mínimo de 60 participantes y al menos 3 auspiciantes estratégicos, con el fin de consolidar los mensajes clave de la campaña Escaping Burnout, promover el bienestar laboral y fortalecer alianzas con organizaciones comprometidas con la salud mental en el entorno laboral.

Las estrategias para llevar a cabo el evento incluyen su difusión y la convocatoria al público en general, la búsqueda de alianzas estratégicas con marcas alineadas al bienestar, y la creación de una experiencia significativa para los asistentes.

Las tácticas son diseñar y difundir una cadena de WhatsApp invitando al evento e incentivando el registro previo, redactar una carta de auspicio para contactar marcas afines, incluir la intervención de un experto en el evento y desarrollar actividades dinámicas.

A continuación, se detalla la planificación de los objetivos previamente mencionados. En la estrategia digital se llevaron a cabo tres fases para la realización del contenido:

Fase 1: ¡SOS Emocional!

Esta fue la fase de expectativa de la campaña. Su objetivo era generar curiosidad y comunicar lo que se aproximaba, así como el propósito principal de la campaña.

Fase 2: Kit de Supervivencia

Esta fase tuvo un enfoque informativo. Se centró en compartir conocimientos sobre el síndrome de burnout, sus diferenciadores, herramientas de autocuidado, recomendaciones y meditaciones. El objetivo era profundizar en la comprensión del síndrome.

Fase 3: Rescate

La última fase fue de recordación, enfocada en visibilizar todos los logros alcanzados durante el tiempo de ejecución de la campaña.

En la cuenta de Instagram, durante la campaña se publicaron 13 posts fijos. Se alcanzó un total de 262 seguidores. En total, se lograron 18.843 visualizaciones, de las cuales el 41,8% provenían de seguidores y el 58,2% de personas que no seguían la página. Además, se generaron 757 interacciones, de las cuales el 65,9% fueron realizadas por seguidores y el 34,1% por no seguidores. La ubicación geográfica de los seguidores mostró que el 94,3% provenía de Ecuador. La ciudad principal fue Quito, con un 44,8%, seguida de Cumbayá, con un 20,3%. El rango de edad predominante fue de 18 a 24 años con un 35,2%, seguido por el grupo de 45 a 54 años, con un 27,0%. En cuanto al género, el 55,7% del público era femenino y el 44,3% masculino. Los contenidos con mayor número de visualizaciones fueron los Reels (Anexo 2).

Para la realización de los talleres durante la campaña, se contó con el apoyo del centro terapéutico Wiñak Muyu y la psicóloga clínica Paulina Véjar, quienes fueron un respaldo

fundamental en este proceso, ya que brindaron la parte práctica del taller y proporcionaron herramientas necesarias a los colaboradores.

El taller se componía de dos partes:

- Una parte teórica, que abordaba qué es el burnout, sus síntomas y estadísticas alarmantes que evidencian la importancia de prevenirlo.
- Una parte práctica, guiada por nuestras expertas, que ofrecía dinámicas y ejercicios para la gestión del estrés.

Una alianza estratégica clave para las capacitaciones fue con Jardín Alado, Cora y Corre la Voz, quienes aportaron con un kit para algunos talleres, el cual incluía un chocolate y una entrada al Jardín Alado. Lo más importante del kit fue que incentivaba a los participantes a desconectarse de la rutina y regalarle un momento de bienestar, visitando un espacio natural como el Jardín Alado, ideal para la relajación y la reconexión personal. (Anexo 3)

Adicionalmente, al finalizar los talleres se aplicaron encuestas interactivas a través de Mentimeter, utilizando la pregunta “¿Qué nos llevamos hoy?” como una herramienta de evaluación y satisfacción (Anexo 4). Esto permitió conocer las percepciones de los participantes sobre lo aprendido y el impacto del taller. Asimismo, se solicitó retroalimentación a la persona de contacto dentro de cada empresa, quien facilitó la apertura y el espacio para llevar a cabo la actividad; se le pedía su apreciación sobre el taller y se le invitaba a compartir sugerencias que nos permitieran fortalecer y mejorar futuras intervenciones. Estas acciones nos ayudaron a mejorar cada uno de los talleres puesto que los primeros nos recomendaron que sean más interactivos y más que nada buscar que las personas compartan como se sienten ya que aún había temor en compartir sus sentimientos frente a los altos cargos. A su vez con los talleres buscamos contribuir a la fomentación de entornos laborales más saludables y colaborativos, siempre tomando en cuenta la comunicación interna.

El evento de cierre de la campaña se llamó “De Todo un Poco Para tú Bienestar” un evento enfocado a la musicoterapia, el autoconocimiento y regulación emocional. El evento se realizó en 26 de abril en la Universidad San Francisco de Quito, junto con el apoyo de dos campañas de titulación “Hombres en Cambio” y “Cambiemos el Disco”. Los objetivos planteados para el evento fueron los siguientes:

Informar: Brindar a los asistentes conocimientos sobre técnicas de regulación emocional, autoconocimiento y autocuidado, asegurando que al menos el 80% de los participantes adquieran nuevas herramientas para mejorar su bienestar emocional, medido a través de encuestas al final del evento.

Motivar: Fomentar la reflexión y el compromiso personal con el bienestar emocional, logrando que al menos el 60% de los asistentes se comprometan a implementar una técnica aprendida en su rutina diaria, medido mediante registros post-evento y testimonios en redes sociales.

Facilitar acción: Crear un espacio interactivo donde los participantes puedan experimentar al menos dos prácticas de regulación emocional, promoviendo su aplicación en la vida cotidiana y fortaleciendo una cultura de autocuidado y bienestar en la comunidad.

El evento fue difundido en las redes sociales de las tres campañas mediante piezas gráficas y videos (Anexo 5). Contó con un total de 60 asistentes registrados, y el día del evento se sumaron más personas interesadas que asistieron de manera espontánea. En total, entre las tres campañas se logró conseguir 14 auspiciantes, quienes aportaron con productos y servicios para el kit de bienvenida y el coffee break.

La activación de la campaña se llevó a cabo al finalizar el taller, luego de la charla sobre autoconocimiento. Esta activación consistía en una dinámica participativa donde los asistentes respondían preguntas reflexivas como: ¿Quién soy y qué hago para cuidar de mi bienestar?,

¿quiénes son mi red de apoyo en días difíciles?, ¿qué límites me cuesta poner?, ¿qué hago para sentirme en equilibrio conmigo mismo?, ¿qué necesito cuando estoy estresado?, ¿cómo cuido de mi salud mental?. Esta actividad buscaba generar conciencia individual sobre el bienestar y fomentar una cultura de autocuidado (Anexo 6).

Por otro lado, se realizó una gestión de medios para visibilizar y amplificar el alcance de esta iniciativa. Por ello, se enviaron varios boletines de prensa a distintos medios (Anexo 7), logrando compartir el mensaje clave de la campaña: la importancia de prevenir el burnout, promover entornos laborales más saludables y destacar la relevancia de la comunicación interna como eje fundamental para lograr estos objetivos. En total difundimos el mensaje en los siguientes cinco medios de comunicación: Telesucesos en el programa En Familia, Radio Zaracay, En Clave, RCN y Ponte Once.

A través de acciones de relaciones públicas, se lograron conseguir los auspicios para el evento. Para ello, se envió un desglose detallado a marcas que considerábamos alineadas con los valores de bienestar y salud, invitándolas a formar parte de la iniciativa (Anexo 8). Paralelamente, para gestionar las capacitaciones dentro de las empresas, se remitió una solicitud formal al jefe, director o al departamento de Recursos Humanos, según el caso. En dicha comunicación se explicaba en qué consistía el taller, los temas que se abordarían y los beneficios que aportaría tanto a los colaboradores como al clima laboral de la organización (Anexo 9).

Durante la campaña se obtuvieron logros no esperados que potenciaron significativamente su impacto. Uno de ellos fue la entrevista en Radio Zaracay, a raíz de la cual muchas personas se mostraron interesadas, se pusieron en contacto para solicitar más información y comenzaron a seguir activamente la página de la campaña. Además, surgió la oportunidad de escribir un artículo sobre el burnout en entornos laborales, lo que promueve

aún más la iniciativa. Como resultado, varias empresas manifestaron su interés en continuar con talleres más específicos junto a nuestros aliados, lo que permitió establecer un valioso networking y abrir puertas para futuras colaboraciones.

Finalmente, la campaña comunicacional Escaping Burnout se convirtió en un referente para la prevención del síndrome de burnout y la promoción del bienestar laboral, con el objetivo de mejorar la productividad dentro de las empresas. La campaña logró llevar a cabo seis talleres en diferentes organizaciones de distintos sectores. Las organizaciones donde se realizaron los talleres fueron: Quokka Creation Content, Aleph Holding, Puratos Ecuador donde se realizaron dos capacitaciones al igual que en el Colegio Marie Clarac, alcanzando un total de más de 70 colaboradores de diversos sectores. Además, el mensaje se transmitió en cinco medios de comunicación, se organizó un evento enfocado en el bienestar, una activación participativa, y una estrategia digital que permitió alcanzar 262 seguidores en la cuenta de Instagram. Escaping Burnout es la primera campaña de comunicación en centrarse específicamente en el síndrome de burnout, y cumplió con su principal propósito: prevenir este síndrome y promover entornos laborales saludables. Es importante mencionar que esta iniciativa marca un precedente para seguir creando campañas de concientización sobre el burnout, impulsando el bienestar y la productividad en las empresas. Porque el bienestar no es un lujo, es un derecho.

CONCLUSIONES

En resumen, el síndrome de burnout ha tenido un impacto creciente en la salud física y mental de los colaboradores, así como en la productividad de las organizaciones. Aunque hoy en día hay una mayor conciencia sobre la salud mental, aún existe confusión entre el estrés laboral y el burnout, lo que dificulta su identificación y tratamiento. Por lo tanto, es esencial que las empresas comprendan este síndrome, desarrollen estrategias de prevención y promuevan espacios que favorezcan el bienestar de los empleados. Por otro lado, la comunicación interna juega un papel crucial en este proceso, ya que permite diagnosticar posibles falencias en la comunicación organizacional y evaluar el nivel de compromiso de los colaboradores, quienes son los verdaderos embajadores de la marca. Al identificar áreas de mejora, se pueden implementar cambios y utilizar la educomunicación para sensibilizar y educar a los empleados sobre cómo prevenir y detectar el agotamiento laboral. Las organizaciones deben fomentar un ambiente donde los empleados se sientan comprometidos y apoyados, y donde la comunicación sea una prioridad para detectar problemas de manera temprana.

Bajo estas pautas se realizó la campaña de comunicacional Escaping Burnout, una iniciativa que busca visibilizar el síndrome de burnout y promover entornos laborales más saludables. Representa una pauta para que las empresas tomen la iniciativa de fortalecer sus espacios de trabajo y se preocupen más por sus colaboradores, ya que la productividad y la reputación de una organización depende netamente de los empleados de la misma.

A pesar de ser una iniciativa nueva y de llevarse a cabo en época de elecciones presidenciales, la campaña logró importantes resultados. Escaping Burnout estuvo presente en cinco medios de comunicación visibilizando el burnout, promoviendo entornos más saludables

y destacando la importancia de la comunicación interna. Realizamos seis talleres en cuatro empresas, llegando a más de 70 colaboradores de distintos sectores. Con la estrategia digital planteada alcanzamos 260 seguidores en la cuenta de Instagram @escaping_burn_out. Además, nos aliamos con dos campañas más —Hombres en Cambio y Cambiemos el Disco— para organizar un evento llamado De Todo un Poco para tu Bienestar, en el cual conseguimos catorce auspiciantes, realizamos una activación.

Finalmente, es fundamental que las empresas sigan implementando campañas o programas relacionados con la salud mental y la prevención del burnout, especialmente aquellos que integren componentes tanto teóricos como prácticos, ya que así los colaboradores adquieren conocimientos y herramientas que pueden aplicar en su día a día. Además, es crucial que los directivos y líderes comprendan la importancia del bienestar de su equipo y la necesidad de crear entornos laborales más saludables, pues esto no solo fortalece la productividad de la empresa, sino que también demuestra un compromiso genuino con el cuidado de las personas. Invertir en la prevención del burnout y en el desarrollo de una cultura organizacional sana no solo mejora la calidad de vida de los empleados, sino que también representa una estrategia clave para el éxito empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abendaño-Ramírez, M., Velásquez-Benavides, A., Duque-Rengel, V., & Rodríguez-Castillo, J. (2018). Relación entre el uso de medios sociales de las universidades del Ecuador Vs. el consumo de los millennials. *13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, Caceres, Spain, pp. 1-6. Disponible: <https://bit.ly/3ztw5pUA>

Alomoto Paucar, R. M. (2021). *Burnout y teletrabajo en profesionales DECE* (Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Psicología Educativa Orientación Vocacional y Profesional). Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, Carrera de Psicología Educativa. Riobamba, Ecuador.

A, F. S. C., & Angeles, L. C. (2017). El Síndrome de Burnout: antecedentes y consecuentes organizacionales en el ámbito de la sanidad pública gallega. *Dialnet*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=155904>

Ariza, M. M. (2024, 4 mayo). Burnout, el síndrome que está afectando a los empleados en el mundo. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/salud-ejecutiva/casi-la-mitad-de-los-empleados-a-nivel-mundial-estan-en-riesgo-de-sufrir-burnout-3854575>

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job Demands-Resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(3), 273-285.
<https://doi.org/10.1037/ocp0000056>

Breilh, J. (2009). Trabajo hospitalario, estrés y sufrimiento mental; Deterioro de la salud de los internos en Quito, Ecuador. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3378/1/Breilh%20%20JCON-087a-Trabajo%20hospitalario.pdf>

Carrera, M. (2022, diciembre 5). El 54% de trabajadores reconoce tener agotamiento laboral tras la pandemia, según estudio. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/trabajadores-agotamiento-laboral-pandemia-estudio.html>

CIDEC. (2000). *Perspectiva internacional del trabajo: Nuevas formas de trabajo en la sociedad de la información*. Disponible en <http://www.cidec-net> (Consultado el 21-01-2010).

Correa Arteaga, M. F., Chacón Fandiño, L. K., García Pérez, Y. L., & López Gómez, S. (2020). Estrategias organizacionales de prevención del burnout en profesionales de la salud: Revisión de literatura. *Universidad CES, Programa de Salud Pública, Especialización Gerencia*.

Danhof, M. B., Van Veen, T., & Zitman, F. G. (2011). Biomarkers in burnout: A systematic review. *Journal of Psychosomatic Research*, 70, 505–524.

Del Ángel Cortés, L., Clemente Martínez, G., Torres Grimaldo, J. A., & Calvillo Villicaña, M. E. (2024). Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelan la difusión de la información, la sostenibilidad social, satisfacción y la productividad. *Latin American Journal of Social Studies*, 5(4). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2396>

Díaz, F., & Gómez, I. (2016). La investigación sobre el síndrome de Burnout en Latinoamérica entre 2000 y 2010. *Psicología desde el Caribe*, 33(1), 113-131.

Díaz, S. (2004). Comportamiento del síndrome de desgaste profesional en médicos que laboraron en Coopesalud R.L, de agosto a octubre de 2004. *Acta Médica Costarricense*, 49(2).

Forbes Argentina. (2023, 7 noviembre). El síndrome de burnout en la Argentina llegó a un nivel récord: el 94% afirmó padecerlo. *Forbes Argentina*.

<https://www.forbesargentina.com/innovacion/el-sindrome-burnout-argentina-llego-nivel-record-94-afirmo-padecerlo-n43299>

Duque-Rengel, V. K., Abendaño, M., & Cusot, G. (2022). Gestión de Comunicación Interna en Universidades de Ecuador: la mirada de los colaboradores. *Revista ComHumanitas*, 13(1), 34-49. <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.335>

Dyrbye, L. N., Massie, F. S., Eacker, A., Harper, W., Power, D., Durning, S. J., Thomas, M. R., Moutier, C., Satele, D., Sloan, J., & Shanafelt, T. D. (2010). Relationship Between Burnout and Professional Conduct and Attitudes Among US Medical Students. *JAMA*, 304(11), 1173-1180.

Ecuavisa. (2024b, mayo 31). El burnout en Ecuador: un fenómeno en ascenso en el mundo laboral. *www.ecuavisa.com*. <https://www.ecuavisa.com/tendencias/salud/burnout-ecuador-fenomeno-ascenso-mundo-laboral-JA7417902>

Fabeni, N. (2021, 29 abril). Mejores Empresas y la gestión del estrés por la pandemia. *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/news/story/mejores-empresas-y-la-gesti%C3%B3n-del-estr%C3%A9s-por-la-pandemia-4385745/>

Garita Elizondo, L. P., & Herrera Salazar, J. P. (2019). El síndrome de Burnout según la teoría de Maslach y Jackson como factor estresor en el desempeño laboral del personal administrativo: Caso Departamento de Registro de la Universidad Nacional de Costa Rica

(Trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas). Universidad Nacional, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Secretariado Profesional.

Gómez, D. M., & Sarsosa Prowesk, K. (2011). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento Psicológico*, 9(17), 57-67. Pontificia Universidad Javeriana.

Hilbrecht, M., Shaw, S. M., Johnson, L. C., & Andrey, J. (2008). ‘I’m Home for the Kids’: Contradictory Implications for Work–Life Balance of Teleworking Mothers. *Gender Work and Organization*, 15(5).

Karasek, R. A. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285–308.

<https://doi.org/10.2307/2392498>

Kossek, E. E., Lautsch, B. A., & Eaton, S. C. (2009). “Good teleworking”: Under what conditions does teleworking enhance employees’ well-being? In *Technology and Psychological Well-being* (Issue January). <https://doi.org/10.1017/CBO9780511635373.007>

Martins, J. (2024, 28 marzo). Síndrome de burnout: cómo identificarlo y prevenirlo [2024]. *Asana*. <https://asana.com/es/resources/what-is-burnout>

Maslach, C., & Jackson, S. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2(2), 99-113.

Martínez Pérez, A. (2010). El síndrome de Burnout. Evolución conceptual y estado actual de la cuestión. *Vivat Academia*, 112, 42-80.

<http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n112/DATOSS.htm>

Mullen, C. (2020). El estrés de los trabajadores y la resiliencia son una preocupación a medida que los líderes de la empresa consideran regresar a la oficina. Obtenido de <https://www.bizjournals.com/bizwomen/news/latest-news/2020/05/worker-stressresiliency-a-concern-as-company.html?page=all>

Negocios, E., & Negocios, E. (2022, 6 diciembre). Betterfly revela Estudio sobre Bienestar 2022 ¿Qué está pasando en el trabajo? Una mirada desde los colaboradores. Ekos Negocios. <https://ekosnegocios.com/articulo/betterfly-revela-estudio-sobre-bienestar-2022-que-esta-pasando-en-el-trabajo-una-mirada-desde-los-colaboradores>

ODS 3 Salud y bienestar / Pacto Mundial ONU. (2024, 19 septiembre). Pacto Mundial. <https://www.pactomundial.org/ods/3-salud-y-bienestar/>

Torres, Y. (2022, enero 7). La OMS oficializa el Síndrome del Burnout como una enfermedad de trabajo. *Medicina y Salud Pública.* <https://medicinaysaludpublica.com/noticias/salud-publica/oms-oficializa-el-sindrome-del-burnout-como-una-enfermedad-de-trabajo/12348>

United Nations. (s. f.). Estado de la salud mental tras la pandemia del COVID-19 y progreso de la Iniciativa Especial para la Salud Mental (2019-2023) de la OMS | Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/estado-de-la-salud-mental-tras-la-pandemia-del-covid-19-y-progreso-de-la-iniciativa>

Vélez Zambrano, C. B. (2023). Trabajo de titulación - Maestrías. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0521cddb-11d3-45af-aa24-be2c1c37a7e1/content>

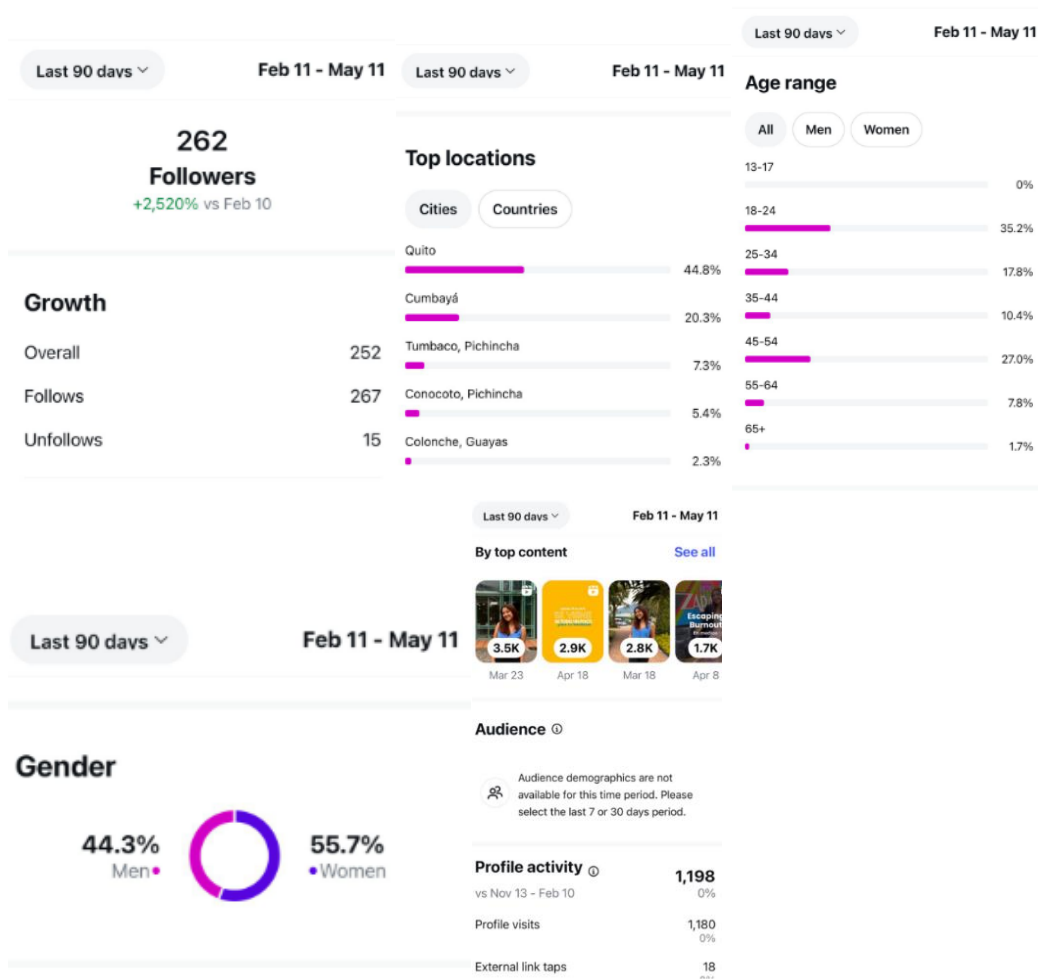
World Health Organization: WHO. (2024, 2 septiembre). La salud mental en el trabajo. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work>

World Health Organization. (2020, 10 de enero). Coronavirus.

https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

World Health Organization. (2022, 28 de septiembre). La OMS y la OIT piden nuevas medidas para abordar los problemas de salud mental en el trabajo. *Organización Mundial de la Salud*. <https://www.who.int/es/news/item/28-09-2022-who-and-ilo-call-for-new-measures-to-tackle-mental-health-issues-at-work>

.



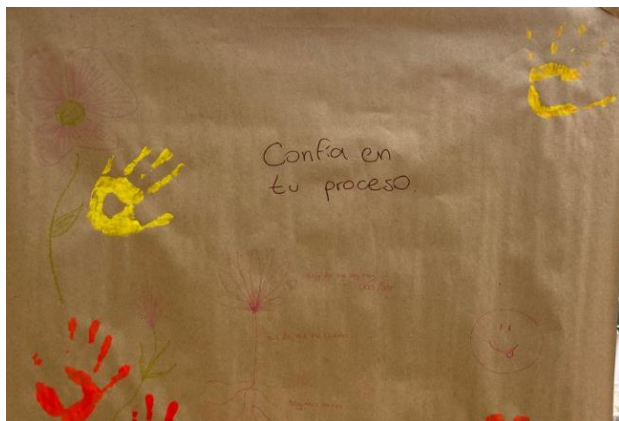
Anexo 3: Kit Capacitaciones





Anexo 6: Activación de la campaña





Anexo 7: Boletines de Prensa

BOLETÍN DE PRENSA

Escaping Burnout: Una campaña para visibilizar el agotamiento laboral y fomentar entornos saludables

Quito, marzo de 2025 – La campaña *Escaping Burnout*, liderada por **Doménica Peralta**, estudiante de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, busca generar conciencia sobre el **síndrome de burnout** y su impacto en el bienestar y la productividad laboral. En un contexto donde el agotamiento afecta a miles de trabajadores, esta iniciativa busca visibilizar el problema, mejorar la percepción del bienestar organizacional y fortalecer la comunicación interna en las empresas.

Objetivos de la campaña:

- ✓ **Visibilizar el síndrome de burnout** y su impacto en la salud mental y el desempeño laboral.
- ✓ **Mejorar la percepción del bienestar organizacional** mediante acciones que promuevan un equilibrio entre el trabajo y la salud mental.
- ✓ **Fortalecer la comunicación interna y el ambiente laboral**, fomentando espacios de diálogo y apoyo dentro de las empresas.

Oportunidad en medios de comunicación

Para amplificar el alcance de esta iniciativa, **buscamos medios de comunicación que nos brinden espacios para difundir este mensaje** y llegar a un público más amplio. La difusión de información sobre el burnout es fundamental para generar un impacto real en la forma en que las empresas y trabajadores abordan el estrés laboral.

Solicitamos su apoyo a través de **entrevistas, reportajes o menciones en sus plataformas**, con el fin de sensibilizar a más personas y contribuir a una cultura organizacional más saludable.

Doménica Peralta

BOLETÍN DE PRENSA

Según datos de la OMS y la OIT, cada año se pierden **12.000 millones de días de trabajo** debido a la depresión y la ansiedad, lo que representa un costo cercano a **1 billón de dólares para la economía mundial**.

Escaping Burnout es una campaña de comunicación social que busca visibilizar el síndrome de burnout y promover entornos de trabajo saludables a través de capacitaciones y contenidos educativos.

La iniciativa es liderada por **Doménica Peralta**, estudiante de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, quien promueve un cambio que favorezca el talento humano en las empresas.

A través de talleres en organizaciones y la difusión de información en redes sociales, la campaña busca concienciar sobre la importancia de la comunicación interna y la gestión del estrés laboral para prevenir el agotamiento profesional.

Está dirigida a empresas, colaboradores y profesionales interesados en fortalecer el bienestar laboral y mejorar la comunicación en sus entornos de trabajo.

Como parte del cierre de la campaña, el **26 de abril se llevará a cabo el evento "De todo un poco"** en la **Universidad San Francisco de Quito (USFQ)**, donde se busca informar, motivar y crear espacios enfocados en el bienestar y autocuidado.

Anexo 8: Solicitud de talleres

Quito, 25 de marzo 2025

Estimados señores Aleph Holding:

Mi nombre es Doménica Peralta, estudiante de la carrera de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito. Actualmente me encuentro desarrollando una campaña de comunicación como proyecto de titulación, llamada "Escaping Burnout". Esta campaña se enfoca en visibilizar el síndrome de burnout y en promover entornos laborales más saludables.

Como parte de esta iniciativa, estoy implementando talleres dentro de empresas. Por ello, me gustaría contar con su autorización para realizar un taller, de preferencia de manera presencial, dirigido al personal que forma parte de la institución. El objetivo es prevenir el síndrome de burnout o agotamiento laboral, y brindar herramientas prácticas para la gestión del estrés en el entorno de trabajo. En caso de que no sea posible la modalidad presencial, también se puede desarrollar de forma virtual.

El taller se divide en dos partes:

- Una charla introductoria sobre qué es el burnout, sus síntomas, causas y herramientas para prevenirlo.
- Una sesión práctica, con dinámicas enfocadas en aplicar dichas herramientas, técnicas de autocuidado y una reflexión grupal.

Este espacio será adaptado al contexto y al tiempo de apertura de la empresa, y busca contribuir al fortalecimiento del bienestar, el trabajo en equipo y la salud organizacional.

Agradezco de antemano su apertura y quedo atenta a su respuesta para coordinar los detalles necesarios.

Atentamente,

Doménica Peralta
Estudiante de Comunicación
Universidad San Francisco de Quito
Correo: dperaltav@estud.usfq.edu.ec
Teléfono: Doménica Peralta