
APLICACIÓN DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA EN EL ÁMBITO LABORAL

*Pamela Castro Morales*⁵²

RESUMEN

A partir de la Psicología Positiva, el Optimismo; como la expectativa de resultados positivos respecto a situaciones cotidianas de la vida; y la prevalencia de las emociones positivas como parte de la autorregulación emocional se convierten en elementos decisivos para lograr el éxito. Estos principios aplicados en el espacio laboral mediante un taller orientado al personal administrativo de la Universidad Mayor de San Andrés, muestran resultados favorables en el trabajo de las emociones, como parte del proceso de desarrollo personal de los participantes, propiciando un trabajo más satisfactorio y productivo traducido en una mejor atención al cliente.

PALABRAS CLAVE:

Psicología Positiva, Optimismo, Emociones Positivas, Psicología Laboral, Atención al cliente.

ABSTRACT

Beginning from Positive Psychology, Optimism as the expectation of positive results regarding everyday life situations, and the prevalence of positive emotions as part of emotional self-regulation become critical elements for success. These principles applied in the workplace through a workshop oriented to administrative staff of the Mayor de San Andrés University, show favorable results working with emotions, as part of the personal development of the participants, encouraging a more satisfying and productive work as a result of a better customer service.

KEYWORDS:

Positive Psychology, Optimism, Positive emotions, Laboral Psychology, Customer service.

RESUMO

A partir da Psicologia Positiva, o Otimismo; como a expectativa de resultados positivos relativos a situações da vida cotidiana, e a prevalência das emoções positivas, como parte da auto-regulação emocional se tornam elementos críticos para o sucesso. Estes princípios aplicados no espaço de trabalho através de uma oficina orientada a pessoal administrativo da de San Andrés, mostram resultados favoráveis no trabalho das emoções, como parte do processo de desenvolvimento pessoal dos participantes, incentivando um trabalho mais gratificante e produtivo resultando em um melhor serviço ao cliente.

PALAVRAS-CHAVE:

Psicologia Positiva, Otimismo, Emoções positivas, Psicologia do Trabalho, Serviço ao cliente.

I. INTRODUCCIÓN

La Psicología Positiva según Anolli⁵³, se ocupa de los aspectos positivos de la experiencia humana: desde el bienestar subjetivo y la satisfacción con la vida hasta la alegría, la experiencia óptima, la felicidad, el optimismo, la esperanza y la calidad de vida en su conjunto; por tanto, el Optimismo visto como la expectativa de resultados positivos respecto a las situaciones cotidianas de la vida, es un concepto muy importante que se convierte en un elemento decisivo para lograr

el éxito. Es así, que las personas optimistas tienen una mejor calidad de vida; lo que implica a su vez mejor estado de salud física y mayores habilidades y capacidades que utilizan para desenvolverse con mayor éxito en cualquier ámbito.

En el espacio laboral, la persona optimista presenta un buen estado de ánimo, a partir de un adecuado manejo de sus emociones positivas que se transmite en sus relaciones interpersonales tanto con sus compañeros de trabajo y en el trato al cliente. Esto le

⁵² Psicóloga (Universidad Mayor de San Andrés-Bolivia). La presente investigación ha sido realizada como requisito para obtener la licenciatura en Psicología y ha obtenido la calificación de Máxima Distinción.: cmpamela@live.com

⁵³ ANOLLI, Luigi El optimismo: aumenta la energía y mejora la calidad de vida. 2007, Barcelona, España. Editorial Alienta.

produce mayor satisfacción y el aumento de motivación para realizar sus actividades laborales, mostrando proactividad e interés en la Institución.

En función a esta perspectiva se consideró pertinente trabajar con los funcionarios administrativos de la Universidad Mayor de San Andrés, aplicando los conceptos de la Psicología Positiva. Para lo cual se realizó la propuesta de un taller con el objetivo general de fortalecer las emociones positivas, en el personal administrativo de la U.M.S.A. desde la Psicología Positiva, a través del optimismo en el trabajo.

De esta manera el taller se orientó a lograr que los funcionarios administrativos de esta institución percibieran de manera distinta las situaciones de la vida cotidiana, utilizando el enfoque de la Psicología Positiva a partir de la generación de emociones positivas, para encontrar con mayor facilidad respuestas a los problemas que enfrentaban en el día a día, logrando un sentimiento de satisfacción y control ante situaciones adversas y presentando una actitud positiva y propositiva en vez de una actitud negativa, pasiva y conformista.

Se partió de la premisa de que las actitudes positivas se convierten en pensamientos positivos que se encuentran presentes en todo momento, especialmente se nota su presencia ante situaciones adversas en las cuales es posible optar por soluciones más rápidas, creativas y efectivas, lo cual evita guiarse por pensamientos automáticos que, por lo general, generan conflicto y malestar. De esta manera, el funcionario administrativo, al modificar sus esquemas de pensamiento y autopercepción sus emociones, reconociendo las mismas, y desarrollando la presencia de emociones positivas, generaría un pensamiento positivo aplicable a cualquier situación tanto a nivel personal, familiar y laboral principalmente. Es así, que podían producir un cambio en el entorno en el que se desenvuelven, modificando de manera indirecta la conducta de los demás y creando un ambiente adecuado para desenvolverse.

Al contrario, las emociones negativas que generalmente se encuentran presentes en la cotidianidad de los trabajadores administrativos, provocan malestar en sus relaciones especialmente con los usuarios de los servicios (clientes). En muchas situaciones es posible que el cliente a pesar de llegar con una actitud agresiva al percibir que la persona que le brinda el servicio muestra amabilidad, predisposición y actitudes que son contrarias a la suya, modifique su conducta y se nutra de calma y apaciguamiento hasta que mínimamente finalice este contacto o, en todo caso, disminuya el nivel de molestia durante la interacción. En este sentido si el funcionario administrativo se encuentra con una actitud negativa, por el desconocimiento de autopercepción y controlar sus propias emociones, puede generar un clima hostil al responder con la misma actitud que presenta el cliente lo cual genera molestia en ambos, ya que se replican las actitudes de las personas con las que se interactúa.

Es importante hacer notar que una Institución es reconocida no solo por lo que produce, sino también genera una imagen a través de la interacción de los funcionarios con el cliente. En este sentido si el funcionario administrativo que participó en el taller, genera un pensamiento positivo y emociones positivas la mayor parte del tiempo, se puede replicar en los demás trabajadores administrativos, difundiendo una imagen positiva de la Institución a la que pertenecen.

Por lo señalado anteriormente, la aplicación de la Psicología Positiva en el ámbito laboral no sólo mejora la calidad de vida de los trabajadores administrativos de la U.M.S.A., sino que también incrementa la calidad en el servicio que brinda ésta Institución a sus usuarios.

II. MÉTODO

2.1 Enfoque de investigación

Se estableció el tipo de la investigación como cuali-cuantitativo, debido al uso de instrumentos y técnicas así como a los datos con los cuales se trabajaría.

En este sentido, Arnold y cols.⁵⁴, afirman que dentro de las ciencias sociales, las investigaciones cuantitativas tratan de temas o datos que pueden ser medidos, contados, en general expresados en términos numéricos, mientras que las investigaciones cualitativas enfocan tópicos conceptuales, simbólicos, normativos y otros no susceptibles de ser expresados en números o cantidades.

En el primer caso, la investigación se dirige a establecer regularidades estadísticas, como promedios o porcentajes, y en algunos casos procede a establecer correlaciones que pueden expresar vínculos causales [...]. Contrariamente en los estudios cualitativos se busca regularidades formales, como por ejemplo costumbres, técnicas o imágenes, para desembocar en estructuras y significados. Los dos enfoques, más que opuestos, son alternativos o complementarios (Arnold y cols., 2006, pág. 122).

Sin embargo, la investigación estuvo centrada y dirigida más por el enfoque cualitativo que por el cuantitativo ya que se encontraba vinculada a cuestiones de actitudes, interpretaciones y significados. Asimismo, otra de las características importantes de la investigación cualitativa y que fue de gran utilidad es que la misma se constituye en un diseño emergente, en contraposición a un diseño previo. Un diseño emergente, según Sandoval⁵⁵, “se estructura a partir de los sucesivos hallazgos que se van realizando durante el transcurso de la investigación, es decir, sobre la plena marcha, de ésta.

En cuanto al enfoque cuantitativo, el mismo es mencionado en éste apartado ya que se lo empleó al momento de aplicar la prueba de optimismo, misma que dio resultados numéricos acerca del manejo que tenían los participantes en lo referente a ésta habilidad, así como también al momento de servirse de la técnica de tablas de análisis de contenido, misma que sirvió para organizar la información

cualitativa y asignarle cantidades, como una forma de observar jerarquías y en función a ellas realizar la explicación pertinente.

2.2 Diseño de investigación

Según Hernández y cols.⁵⁶ al interior de la investigación cualitativa se encuentra el diseño de investigación-acción.

Si la acción ha de ser parte integrada de la investigación (Arnold y cols., 2006, pág. 144), en primer lugar se debe obtener (ya sea por fuentes externas o a través de un diagnóstico) información que identifique y justifique la necesidad de actuar; es por ello que en el estudio se planteó como primer objetivo específico el determinar el nivel de optimismo en los trabajadores administrativos de la U.M.S.A., de tal manera que fuese posible enfocar la intervención en los aspectos que se encontraban más devaluados o menos desarrollados.

En segundo lugar, se requiere colaboración institucional garantizada, ya que es imposible que un solo investigador, o un pequeño grupo de ellos, lleven a cabo un abordaje sin que medie la buena predisposición y colaboración de quienes dirigen la Institución (Arnold y cols., 2006, pág. 144). Bajo este lineamiento es que aún antes de empezar la estructuración de perfil del estudio, se tomó contacto con el STUMSA⁵⁷ no sólo para informarles sobre el trabajo a realizar y obtener el permiso respectivo, sino también para contar con su apoyo en la organización del taller, la motivación al personal participante y otros aspectos de diseño y administración.

En tercer lugar, es importante que la intervención sea estructurada en función a las características y necesidades de aquellos que se beneficiarán con ella. En otras palabras, no era solamente necesario que los contenidos estuviesen enfocados a las demandas rescatadas en el diagnóstico, sino también que las formas en las cuales eran abordadas fuesen las adecuadas para los participantes.

54 ARNOLD, Denise; SPEDDING, Alison; y PEREIRA, Rodney Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas. 2006, La Paz, Bolivia. Editorial U-PIEB.

55 SANDOVAL Casilimas, Carlos Investigación cualitativa. 2002, Bogotá, Colombia. ARFO editores e impresores.

56 HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; y BAPTISTA, Pilar Metodología de la investigación. 2006, México. Editorial McGraw Hill.

57 Sindicato de Trabajadores de la Universidad Mayor de San Andrés.

Es así que las técnicas e instrumentos estuvieron orientados a la comprensión acerca de lo que son las emociones positivas y el optimismo y la forma en que los mismos afectan positivamente en un espacio laboral y personal, así como también a la adquisición de herramientas que pudieran ser aplicadas en el espacio de trabajo específico de la U.M.S.A.

2.3 Plan de trabajo y procedimiento

Antes de dar a conocer el plan de actividades es necesario aclarar que en una investigación de tipo cualitativo no se realiza la operacionalización de variables, por la concepción misma de la investigación. Así, mientras que en la investigación cuantitativa la finalidad del análisis de los datos radica en la descripción de variables y la explicación de sus cambios y movimientos, en la investigación cualitativa se busca comprender a las personas y sus contextos. Este hecho implica que el enfoque cualitativo no usa variables, sino que se basa en casos o personas y sus

manifestaciones (Hernández y cols., 2006, pág. 14).

Asimismo, en la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis (y por lo tanto no se las enuncia), puesto que éstas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos (Hernández y cols., 2006, pág. 8). Si bien el tipo de investigación determinado es cuali-cuantitativo, recuérdese que se explica que el aspecto cuantitativo está en relación a la aplicación de un instrumento (cuestionario de optimismo) y una técnica (análisis de contenido), mismos que son herramientas de trabajo y no así reflejan la orientación y enfoque que persigue el estudio presente.

Habiendo aclarado estos aspectos, la tabla siguiente que muestra el plan de actividades a seguir, se encuentra sub-dividida en cuatro etapas fundamentales: el contacto institucional, fase diagnóstica, de elaboración del taller, aplicación y evaluación final.

PLAN DE ACTIVIDADES POR ETAPAS			
ETAPAS	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	MEDIOS E INSTRUMENTOS
CONTACTO	Establecer contacto con autoridades del estamento administrativo de la U.M.S.A., para obtener el permiso respectivo y consensuar el taller	Contacto con la institución	Presentación perfil de investigación a las autoridades respectivas, para su revisión.
			Obtención del permiso institucional para la intervención.
			Planteamiento de la propuesta de contenidos eje del taller.
			Delimitación de la muestra de trabajo
DIAGNÓSTICO	Identificar el nivel de optimismo y determinar su incidencia en el trabajo	Aplicación de instrumento cuantitativo	Validación y confiabilidad de la prueba de optimismo
		Obtención de datos	Aplicación de la prueba de optimismo laboral
DISEÑO DEL TALLER	Desarrollar instrumentos, técnicas y dinámicas que permitan mejorar el nivel de las emociones positivas en función al optimismo	Revisión teórica	Vaciado e interpretación de resultados
		Diseño del taller	Textos, tesis y documentos de internet para la obtención de información teórica
			Preparación de explicaciones teóricas bajo técnica participativa
			Determinación de dinámicas lúdicas y vivenciales
		Validación del taller	Especificación de puntos de reflexión y debate
Determinación tiempos	Presentación del material trabajado a jueces expertos para luego realizar las sugerencias planteadas		
EJECUCIÓN DEL TALLER	Aplicar el taller en personal administrativo de la U.M.S.A.	Desarrollo del taller propuesto	Exposiciones, dinámicas y plenarios
			Diario de sesiones
			Reflexiones
EVALUACIÓN FINAL	Evaluar el impacto del taller en cuanto al proceso de intervención	Evaluación procesual	Elaboración del diario de sesiones, para el recojo de información vivencial
		Evaluación final	Elaboración de la guía de preguntas del grupo focal, validación de la misma y aplicación
		Vaciado de datos	Tablas de análisis de contenido
		Análisis de datos	Interpretación de la información recabada con los instrumentos y cruce de datos
		Socialización de la información	Elaboración del informe final

2.4. Población

La población que, según Hernández y cols. (2006, pág. 238) está definida como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, se enfocó en todo el personal administrativo que desempeñaba sus funciones en la Universidad Mayor de San Andrés, el cual asciende a un número de 1300 funcionarios.

2.5. Muestra

La muestra (el grupo de personas que participarán en la intervención) en una investigación de tipo cualitativa, según Hernández y cols. (2006, pág. 562) “está constituida por un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”.

En este sentido, y antes de mencionar la definición de la muestra es preciso aclarar que la población definida para el estudio se circunscribió a todo el estamento administrativo de la U.M.S.A., mismo que se encuentra regido por un Sindicato (STUMSA), el que se encarga de planificar actividades de forma anual y que responde a las demandas de sus afiliados tanto en un ámbito económico, administrativo o de formación (personal, profesional y laboral).

Este sindicato se vinculó directamente a la investigación realizada, razón por la cual fue necesario presentar el material a dicha instancia la cual, a través de sus representantes, aceptó la propuesta de intervención; en función al análisis realizado acerca de la intervención y de manera conjunta se vio por conveniente definir como participantes a todos los funcionarios que tuvieran como tarea principal y directa la atención al cliente y que trabajen en Facultades cercanas a la Sede del STUMSA (Av. 20 de octubre casi esquina Aspiazú)⁵⁸.

Debido a que la formación no puede ni debe ser obligatoria, mucho más si la misma

⁵⁸ Este segundo requisito respondió a que dicho lugar fue el asignado para la realización del taller; por ello era necesaria su cercanía, con el fin de que tuviesen tiempo suficiente para llegar puntuales a las sesiones desde sus lugares de trabajo.

se refiere o incluye el desarrollo personal, se decidió (conjuntamente con el STUMSA) que la muestra sería de participantes voluntarios.

En este tipo de muestra las personas llegan de manera casual o fortuita al investigador (por voluntad propia) sin que éste determine su inclusión (Hernández y cols., 2006, págs. 565-566). De tal forma, se trabajó con todas aquellas personas que, luego de haber sido invitadas por el STUMSA decidieron ser parte del proceso de formación y se inscribieron en el mismo, es así que se inició el trabajo con un grupo de 14 personas.

III.RESULTADOS

Los instrumentos empleados en la investigación son tres: el cuestionario de optimismo, en la etapa diagnóstica; el diario de sesiones en la etapa procedimental; y finalmente el grupo focal en la etapa evaluativa.

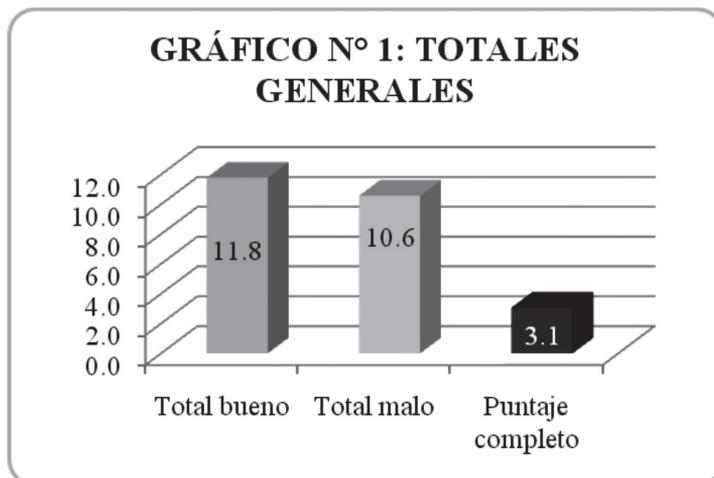
3.1 Cuestionario de Optimismo

El cuestionario de optimismo arroja resultados acerca de cómo la persona visualiza su vida (y la explica) ya sea de manera optimista o pesimista. En función a estos datos es que se pudo determinar no sólo el nivel de optimismo de los participantes, sino también los aspectos que requerían ser reforzados⁵⁹. Además, los resultados corresponden a un vaciado general de todos los participantes, y no así a resultados individualizados.

3.1.1 Totales generales

El optimismo para el ser humano es la capacidad cognitiva que hace que se esperen cosas buenas como resultado; al contrario el pesimismo es anticipar el resultado como negativo. Es así que el optimismo se puede convertir en un motivador para que la persona alcance las metas trazadas, mientras que el pesimismo es la visión que determina, predice y conlleva al fracaso en los objetivos planteados.

⁵⁹ El cuestionario de optimismo también brinda resultados detallados de tres categorías básicas que están relacionadas con las dimensiones del optimismo (permanencia el tiempo, penetración el espacio y personalización la persona), datos que fueron utilizados como referente para la elaboración del taller.



En cuanto a los puntajes generales obtenidos se tiene una contradicción: para el “total bueno” se asigna un puntaje de 11,8 lo que implica que el modo de pensar de los participantes es bastante pesimista.

Contrariamente, el “total malo” llega a un puntaje de 10,6 lo que indica que los participantes se encuentran en un puntaje promedio, es decir, ni pesimistas ni optimistas, sino que varía entre ambos parámetros según las situaciones y circunstancias.

En el “puntaje completo” se puede ubicar a los participantes en el promedio, se encuentran con un modo de pensar optimista y pesimista

que lo usan de manera indiferente ante las situaciones que se les presentan.

Como conclusión se afirma que los participantes emplean ambos estilos explicativos sin que exista una inclinación clara por ninguno de ellos.

3.2 Diario de sesiones

El diario de sesiones⁶⁰ refleja todo lo sucedido en cada encuentro que se tuvo con los participantes. A continuación se presentaran las tablas resumen por cada sesión en las que se especifican las categorías cualitativas que fueron consideradas.

60 El diario de sesiones detallado se encuentra en la tesis de grado para optar al grado de Licenciatura CASTRO, Pamela Fortalecimiento de las emociones positivas en función del optimismo, a partir de la Psicología Positiva en personal administrativo de la Universidad Mayor de San Andrés 2012, La Paz, Bolivia. (págs. 130-150).

3.2.1 Primera sesión- Sentido de vida

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Felicidad	Concepto de felicidad	12 personas fueron capaces de recordar momentos felices	<ol style="list-style-type: none"> 1. Almuerzo familiar. 2. Primer día de clases en el kinder. 3. Celebración de cumpleaños. 4. Momento de juegos con los primos. 5. Un día soleado jugando afuera de la casa. 6. La primera comunión. 7. Preparando la comida del día domingo con la familia. 8. Almuerzo en la casa de la abuela con toda la familia. 9. Cuando llegaba su padre de viaje, con regalos. 10. El abuelo que llegaba con regalos en el maletero del auto. 11. Comprar helados después del colegio cuando lo recogía su padre. 12. Comer empanadas calientes recién hechas.
		2 personas sólo recordaron momentos tristes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando llegaba su madre del trabajo muy cansada. 2. Cuando sus padre se quedó sin trabajo, por varios meses.
	Características asociadas a la felicidad	5 personas indicaron que la felicidad es efímera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Momentos al azar, donde hay sentimiento de bienestar. 2. Momento de plenitud. 3. Momento de sincronía con el mundo. 4. Momento en que se encuentran muchas emociones, además de la felicidad. 5. Momento de alegría.
		8 personas indicaron que es la sensación de sentirse satisfecho.	<ol style="list-style-type: none"> 2 personas explicaron que es satisfacción con uno mismo. 4 personas explicaron que es satisfacción con la vida. 2 personas dicen que es satisfacción con los resultados de los propios actos.
		1 persona indicó que es abstracta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se puede describir.
	Repercusión, en el presente, de momentos pasados felices	3 personas se emocionaron a través del llanto después de recordar los momentos felices	
9 personas dijeron que se sintieron bien al recordar momentos felices			
2 personas sólo recordaron momentos tristes			

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Reconocimiento de emociones positivas	Reconocimiento de emociones positivas pasadas	12 personas indicaron reconocer emociones positivas pasadas	Recordando momentos felices durante la dinámica.
		2 personas reconocieron emociones negativas del pasado	Recordando momentos tristes durante la dinámica.
	Valoración de emociones	14 personas le asignaron un valor a las emociones positivas o negativas	12 personas asignan mayor valor a las emociones positivas. 2 personas asignan mayor valor a las emociones negativas.

3.2.2 Segunda sesión- Emociones positivas y negativas

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Identificación de emociones positivas	Sensaciones asociadas a la emoción	7 personas lograron utilizar sus 5 sentidos para percibir emociones positivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alegría: sabor y olor a frutilla, es suave, color rosado y canta como pajarito. 2. Alegría: sabor a membrada de frutilla y olor a canela, textura de terciopelo, color naranja, suena como campana. 3. Alegría: sabor, olor y textura a crema chantilly, color blanca, suena como burbujas reventándose. 4. Alegría: sabor, olor a huminta recién homeada, color naranja, suena como papel arrugado. 5. Alegría: sabor a chocolate, olor a perfume de flores, color naranja, textura como algodón y suena como abriendo la envoltura de algo. 6. Alegría: sabor dulce como membrada de naranja, color naranja, olor y textura a lana de oveja, suena como soplo del viento. 7. Alegría: sabor a melón, color verde claro, olor a canela y textura suave, suena como tic-tac del reloj.
		5 personas solamente lograron percibir con la vista y el gusto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alegría: sabor frutilla, color rosado. 2. Alegría: sabor frutilla, color celeste como el cielo. 3. Alegría: sabor chocolate, color amarillo. 4. Alegría: sabor dulce, color morado. 5. Alegría: sabor a durazno, color turquesa.
		2 personas solamente lograron percibir visualmente las emociones positivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alegría: color amarillo. 2. Alegría: colores del arcoiris.
	Sentimientos asociados a la emoción	14 participantes asociaron sentimientos positivos a emociones positivas	<ol style="list-style-type: none"> 8 personas asociaron con tranquilidad. 3 personas asociaron con satisfacción. 3 personas asociaron con gozo.
	Reconocimiento de emociones que potencian.	<p>12 participantes reconocen las emociones que potencian</p> <p>2 participantes tuvieron dificultad al reconocer las emociones que potencian</p>	

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Identificación de emociones negativas	Sensaciones asociadas a la emoción	6 personas lograron utilizar sus 5 sentidos al percibir las emociones negativas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ira: sabor amargo, olor a limón, es rugoso, color negro, suena como si se rompiera algo. 2. Ira: sabor picante, olor a humedad, es pegajoso, color gris, suena como un grito. 3. Ira: sabor y olor a plátano, textura muy dura, color rojo, suena como cuando se cae algo. 4. Ira: sabor y olor a cilantro, textura suave, color verde, suena como rompiendo hojas de papel. 5. Ira: sabor y olor a tierra, textura granulosa, color café, suena como cuando se rasga una tela.
		6 personas solamente lograron percibir con la vista y el gusto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ira: color oscuro, sabor amargo. 2. Ira: color rojo, sabor a estuco. 3. Ira: color café oscuro, sabor a grasa. 4. Ira: color azul, sabor a agua de chocolo. 5. Ira: color rojo, sabor amargo. 6. Ira: color negro, sabor a betún de zapatos.
		2 personas solamente lograron percibir visualmente las emociones negativas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ira: color oscuro, sabor amargo. 2. Ira: color marrón oscuro.
	Sentimientos asociados a la emoción	14 participantes asociaron sentimientos negativos a emociones negativas	<ol style="list-style-type: none"> 10 participantes asociaron con frustración. 2 participantes asociaron sentimiento de vacío. 2 participantes asociaron intranquilidad.
	Reconocimiento de emociones que obstaculizan	<p>12 participantes reconocen las emociones que obstaculizan</p> <p>2 participantes tuvieron dificultad al reconocer emociones que obstaculizan</p>	

3.2.3 Tercera sesión- Auto percepción de emociones

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Culpa	Percepción del pasado	14 participantes logran percibir las situaciones pasadas	2 participantes se arrepienten de haber realizado ciertas acciones en el pasado.
	Asunción de responsabilidades	2 participantes no asumen responsabilidades en el pasado	
	Repercusión en el presente	2 participantes indicaron que la culpa obstaculiza su vida	
Preocupación	Percepción del futuro	14 participantes perciben las situaciones futuras	7 participantes indicaron que su preocupación es la familia. 2 participantes indicaron que su preocupación es la estabilidad económica. 5 participantes indicaron que se preocupan por el futuro de sus hijos.
	Percepción de los problemas	12 participantes percibe los efectos del problema actual en el futuro	
	Repercusión en el presente	12 participantes indicaron que la preocupación obstaculiza su vida	

3.2.4 Cuarta sesión-Comunicación de emociones

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Expresión de emociones	Manejo de situaciones conflictivas	12 personas indicaron no tener estrategias para manejar situaciones conflictivas	8 participantes indicaron que las situaciones conflictivas son laborales. 4 participantes indicaron que las situaciones conflictivas son familiares.
		2 personas manejan situaciones conflictivas	2 participantes indicaron manejar situaciones conflictivas en el trabajo.
	Expresión de emociones	14 participantes indicaron que es mejor camuflar las emociones y no expresarlas en situaciones conflictivas	4 participantes indicaron que camuflar las emociones es mantenerse en silencio. 8 participantes indicaron que camuflar es alejarse físicamente de la situación conflictiva. 2 participantes indicaron que camuflar implica estar de acuerdo con lo que dicen aún sin sentirlo.
		5 personas, en situaciones difíciles, no saben como expresar sus emociones negativas	
	Control de emociones	8 personas no tienen control sobre sus emociones negativas	8 personas afirmaron no tener control sobre la ira.

3.2.5 Quinta sesión-Permanencia

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Estilo optimista	Tiempo prolongado para situaciones positivas	4 participantes asignan un tiempo prolongado para situaciones positivas	
	Especificidad de tiempo para situaciones	3 participantes indicaron que las situaciones negativas tienen un tiempo prolongado	
Estilo pesimista	Tiempo prolongado para situaciones negativas	10 participantes adujeron que las situaciones negativas los afectan por tiempo prolongado	
	Especificidad de tiempo para situaciones positivas	10 participantes adujeron utilizar la especificidad para las situaciones positivas	

3.2.6 Sexta sesión-Penetración

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Estilo optimista	Generalización de espacios para situaciones positivas	2 participantes indicaron generalizar a otros espacios las situaciones positivas	
	Especificidad de espacio para situaciones negativas	2 participantes indicaron no generalizar a otros espacios las situaciones negativas	
Estilo pesimista	Generalización de espacios para situaciones negativas	12 participantes adujeron generalizar a otros espacios las situaciones negativas	
	Especificidad de espacio para situaciones positivas	12 participantes adujeron utilizar la especificidad de espacio en situaciones positivas	

3.2.7 Séptima sesión-Personalización

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Estilo optimista	Sentimientos de satisfacción personal en situaciones positivas	2 participantes indicaron tener sentimientos de satisfacción personal en situaciones positivas	
	Adjudicación de culpas al entorno en situaciones negativas	6 participantes indicaron adjudicar la culpa al entorno en situaciones negativas	
Estilo pesimista	Sentimientos de culpa en situaciones negativas	2 participantes indicaron adjudicar la culpa a sí mismos en situaciones negativas	3 participantes atribuyen sus logros al destino 3 participantes atribuyen sus logros a la suerte
	Adjudicación de logros al entorno en situaciones positivas	6 participantes indicaron adjudicar sus logros al entorno.	

3.2.8 Octava sesión-Placeres

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Placeres corporales	A través de los sentidos	8 participantes lograron percibir los placeres corporales utilizando sus 5 sentidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comer: salteñas, ceviche, platos típicos como la sajta y el fricasé. 2. Bebidas alcohólicas: cerveza. 3. Baile. 4. Conversar con amigos. 5. Hacer chistes, contar historias graciosas. 6. Contar intimidades de personas conocidas (chismes). 7. Reír con los amigos. 8. Jugar y hacer bromas a las amistades.

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Placeres superiores	Reconocimiento de talentos	8 participantes indicaron reconocer sus talentos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer buenos zurcidos. 2. Hacer postres. 3. Cocinar. 4. Bordar y tejer. 5. Cantar. 6. Bailar. 7. Cuidar a adultos mayores. 8. Actuar.

3.2.9 Novena sesión - Gratificación

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Satisfacción	Realización a nivel personal	8 personas indicaron haber recordado sentir realización personal en algún momento de su vida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al concluir sus estudios superiores, después de muchos años de esfuerzo. 2. Al ver a su hija en la colación de grado al graduarse con excelencia. 3. En el nacimiento de su hija. 4. Al comprarse un departamento propio. 5. El primer sueldo. 6. La primera obra de teatro realizada. 7. El día de su matrimonio. 8. El nacimiento de su primer nieto.
	Compromiso y esfuerzo	8 personas reconocen compromiso y esfuerzo en sus momentos de realización personal	
	Satisfacción y plenitud en la realización de tareas	8 personas indicaron haberse sentido satisfechos y plenos al realizar tareas que les gustan (hobbies)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jugar fútbol. 2. Bordar. 3. Ir al sauna. 4. Cocinar. 5. Cantar. 6. Bailar. 7. Actuar. 8. Hacer postres.

3.2.10 Décima sesión - Un acercamiento al engagement y al flow

INDICADORES CUALITATIVOS			
INDICADORES	SUB-INDICADORES	PARTICIPANTES	EXPERIENCIAS
Engagement	Eficiencia	6 personas indicaron que la eficiencia es más difícil de alcanzar, pero consideran que están en camino a lograrlo	
	Interés genuino por la actividad laboral	6 personas manifestaron tener interés genuino por la actividad que realizan	
	Duración permanente	2 indicaron que en su caso la duración es permanente	
Flow	Eficacia	8 personas se consideraron eficaces en su trabajo	
	Interés en tareas	8 personas indicaron tener mayor interés en las actividades	
	Duración breve	8 personas dijeron que en su caso la duración es breve	

3.3 Grupo focal

El grupo focal fue realizado en la Onceava sesión: Sesión de cierre individual y grupal, se realizaron preguntas tanto en relación a la organización y estructuración del taller, como también sobre los cambios experimentados y los recursos obtenidos.

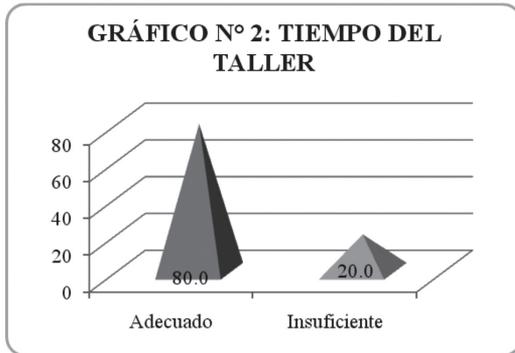
3.3.1 Aspectos de organización

Al interior de ésta categoría se consideraron

tiempo, organización, material didáctico y ambiente.

a) Tiempo del taller

El taller se realizó durante once sesiones cada una de dos horas de duración aproximadamente; el tiempo de taller se refiere a si el número de sesiones logró integrar todos los temas, conocimientos, técnicas y recursos para satisfacer las expectativas de los participantes.

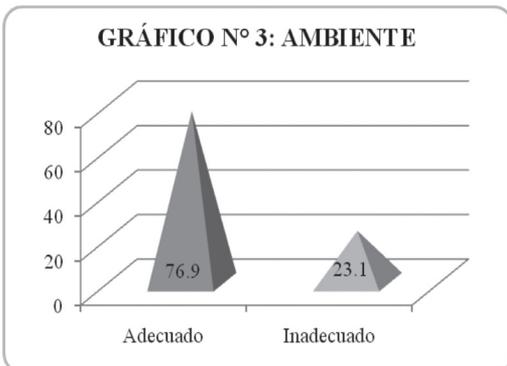


El 80% de los participantes consideró que el tiempo fue adecuado, debido a que la mayoría de ellos tienen otras ocupaciones a las cuales darles tiempo: “a mí me gustaría integrar grupos de crecimiento personal todo el tiempo, pero si lo hago así ¿cuándo disfruto de estar con mi familia?...”.

Un 20% de los participantes consideró el tiempo como insuficiente. Aún así afirmaron que tienen material para trabajar en ellos mismos y que ahora depende de la propia voluntad.

b) Ambiente

Los talleres se realizaron en un ambiente proporcionado por el STUMSA, el cual se utiliza para reuniones. En este sentido, se analiza la percepción de los participantes respecto al ambiente físico y al ambiente generado por el grupo durante las sesiones.



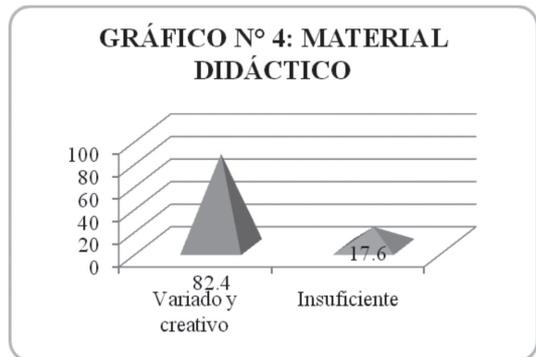
El 76,9% de los participantes consideró como adecuado el ambiente; se refirieron al ambiente físico como suficiente para el número de participantes y que no existieron

interrupciones de otras personas. Además indicaron que el ambiente que se generó en el grupo fue de confianza y respeto, por lo cual se sintieron cómodos durante el transcurso del taller, se generó “un ambiente amistoso y seguro...”.

El 23,1% de los participantes indicaron que el ambiente fue inadecuado con respecto al aspecto físico, “... hace frío y habían ruidos perturbadores de la calle que a veces distraían”.

c) Material didáctico

El material didáctico utilizado en los encuentros, de acuerdo a la percepción de los participantes, puede resumirse como variado y creativo (resaltando aspectos positivos), pero insuficiente (aspecto negativo).



Los participantes en un 82,4% consideraron el material como variado y creativo: “no esperaba encontrar tanta variedad, las hojas, las fichas, los videos todo muy creativo...”; además dijeron que el material fue novedoso.

El 17,6% de los participantes consideraron el material insuficiente al respecto de que faltaba material audiovisual, ya que indicaron que les habían gustado mucho los videos que se proyectaron y que les ayudaron a entender mejor el contenido, por lo mismo sugirieron utilizar más esos recursos.

d) Organización

La organización del taller, del material, la comunicación mantenida con los participantes antes, durante del taller es la información que

se recaba bajo éste ítem.



El 68,2% de participantes indicaron que la organización fue adecuada, tomando en cuenta que la facilitadora contaba con los números de teléfono de trabajo y personales para mantenerse en contacto; este hecho fue resaltado puesto que para ellos se constituyó además en un indicador de respeto: “podías habernos dejado venir en vano o hacer que nosotros te llamáramos, sin embargo te diste el trabajo de comunicarte siempre con nosotros”.

El 31,8% consideró la organización como inadecuada, debido a que se inició el taller con una planificación de seis sesiones misma que fue promocionada a través de los afiches. Luego de haber iniciado el taller recién se les comunicó que había la posibilidad de ampliación para cumplir las once sesiones con el grupo de personas que así lo deseasen. En este sentido, el reclamo estuvo manifestado a nombre de otros compañeros que hubieran querido continuar pero no pudieron hacerlo porque tenían otros cursos programados para esas fechas.

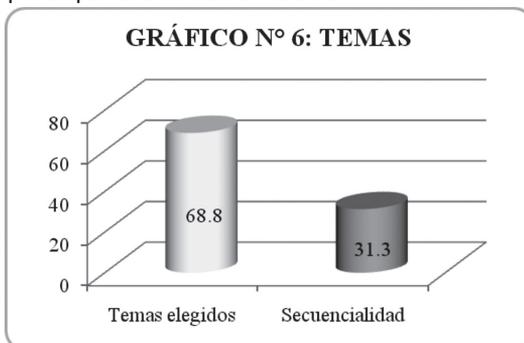
3.3.2 Taller

La segunda categoría está en relación a los aspectos más cercanos al taller y su metodología. Así, se consideraron los temas trabajados, la forma en que fueron expuestos, las dinámicas empleadas para vivenciar los aprendizajes y las etapas reflexivas.

a) Temas

La sub-categoría de temas está relacionada al material trabajado, las temáticas tocadas

en cada una de las sesiones y la relación de las mismas entre ellas, secuencialidad y adaptación tanto al ámbito laboral como también a aquellos otros en los que cotidianamente los participantes se desenvuelven.

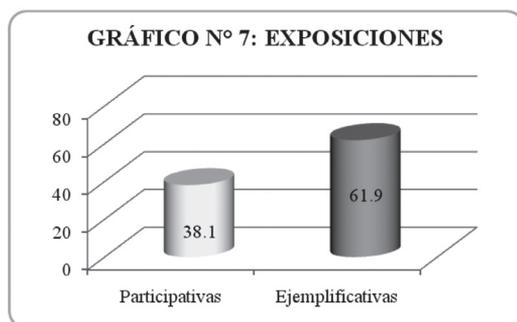


Los participantes en un 68,8% consideraron que los temas fueron bien elegidos, que no se centraron en el tema laboral solamente, también se habló de temas a nivel personal.

El 31,3% de los participantes comentaron acerca de la secuencialidad de los temas, de la relación que guardaba un tema con el otro, lo cual facilitó la comprensión de los contenidos temáticos

b) Exposiciones

Las exposiciones implican la forma cómo se transmitió el contenido teórico respecto a los temas trabajados.

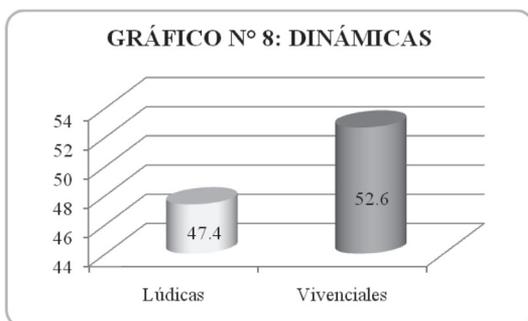


En lo referente a las exposiciones el 61,9% de los participantes indicaron que fueron ejemplificativas, se utilizaron ejemplos de la vida cotidiana en los ámbitos laboral y familiar, para explicar los contenidos de mejor manera. Además los ejemplos que se utilizaron surgieron tanto de parte de la facilitadora como de los participantes, enriqueciendo las exposiciones.

El 38,1% de los participantes indicaron que las exposiciones tuvieron un carácter participativo, a partir de la posibilidad de expresar los puntos de vista de cada uno, y también preguntar y compartir experiencias propias relacionadas con los temas y a la vez abrir nuevos temas de discusión.

c) Dinámicas

Se utilizaron dinámicas en todas las sesiones del taller, la mayoría de ellas fueron lúdicas, con el fin de que se convierta en un momento agradable y que los participantes se desinhiban; por otra parte al realizar las dinámicas los participantes pudieron evidenciar el carácter vivencial de las mismas.



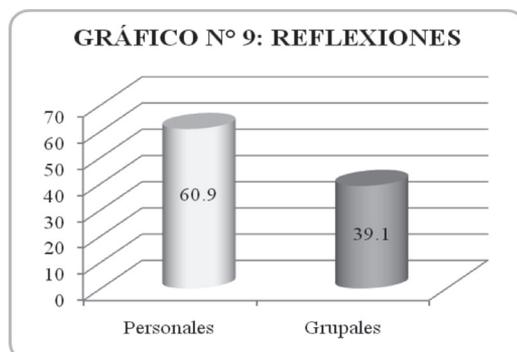
El 52,6% de los participantes consideraron como vivenciales las dinámicas que se utilizaron en el taller, porque pudieron identificarse y reflexionar acerca de lo que les ocurre en la familia, trabajo y otros ámbitos.

El 47,4% de los participantes indicaron que las dinámicas fueron de carácter lúdico, se divertieron y jugaron, lo cual fue un aspecto novedoso para ellos, ya que hasta ese momento no habían realizado dinámicas lúdicas en ningún otro taller. En este sentido uno de los participantes indicó lo siguiente: "Me gustaron mucho los juegos que hicimos, y las actuaciones y me ayudó a aprender a trabajar mejor en grupo, es más fácil cuando ya conoces a tus compañeros y eso se logró a través del transcurso de las sesiones".

d) Reflexiones

Las reflexiones se las realizaron a lo largo de todas las sesiones puesto que no sólo se discutieron y analizaron los recursos

aprendidos o las temáticas expuestas, sino que también los conceptos, las dinámicas, etc.



En lo referente a las reflexiones el 60,9% de los participantes realizaron reflexiones personales, debido a que relacionaron el tema directamente con lo que les ocurría en ese momento en su vida. En este sentido, estas reflexiones no sólo se materializaron en el taller y con el grupo de trabajo, sino que también trascendieron en tiempo y espacio puesto que eran elementos que les servían para pensar a lo largo del día, discutirlos con sus familias o tratarlos con sus compañeros de trabajo.

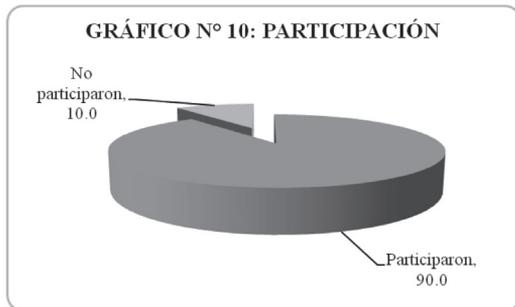
El 39,1% de los participantes indicaron que las reflexiones fueron de carácter grupal, a partir de que sintieron empatía por las experiencias que contaron los otros participantes; lo mismo les permitió expresar sus opiniones y expresarse en un marco de respeto, entendimiento y comprensión.

3.3.3 Autoevaluación

Al interior de ésta categoría se trabajaron dos temas. En primer lugar una autoevaluación de si participaron o no en las diferentes etapas de cada sesión; en segundo lugar, la visión personal acerca de los cambios que han vivenciado y de qué manera ha impactado el taller en sus vidas y relaciones.

a) Participación

La participación fue asumida como la interacción de los participantes entre sí y con la facilitadora.

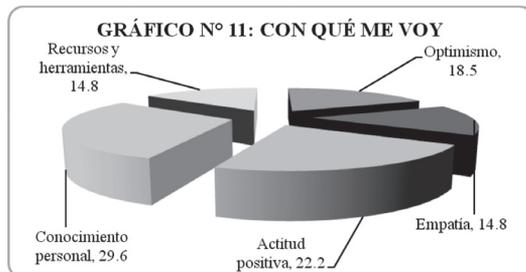


Con el 90% se observa que existió un elevado nivel de participación, el cual se pudo evidenciar a partir de que se generó un ambiente de confianza y respeto.

El 10% referente a la “no participación”, afirman los asistentes, fue más notorio al inicio del taller, durante las 2 primeras sesiones, en las que las que no se conocían entre ellos y se mostraron cohibidos en sus opiniones y comentarios.

b) Con qué me voy

Uno de los elementos más importantes a la hora de evaluar el taller es el impacto que se tuvo en relación a las actitudes, pensamientos y conductas de los asistentes.



Con un 29,6% los participantes indicaron que se llevan conocimiento personal, lo que indica que lograron verse a sí mismos y aprender a conocer sus emociones.

Con un 22,2% los participantes se llevan actitud positiva “con más alegría, más positivismo del que tenía y dejando mi carga negativa, lo pesado que a veces uno maneja sin darse cuenta”.

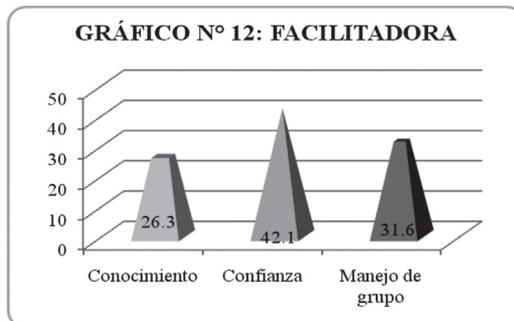
Con un 18,5% se llevan optimismo “me voy sabiendo que puedo mejorar, ya he mejorado creo, me siento más positiva, pero al mismo tiempo se que todavía puedo mejorar más”.

En relación a la empatía con un 14,8% un participante comenta lo siguiente: “con una buena carga de enseñanza para seguir viviendo, para mejorar en todo el sentido de la palabra, tratar de ayudar más bien, de comprender...”.

Finalmente los participantes se llevan con un 14,8% recursos y herramientas como ser reconocer emociones, autocontrolar las emociones negativas y utilizar las dimensiones del optimismo para vivir de manera optimista.

3.3.4 Facilitadora

Busca conocer la percepción de los participantes acerca del desenvolvimiento, habilidades y la forma de guiar el taller por parte de la facilitadora.



En este sentido los participantes indicaron que sintieron confianza en un 42,1%, hacia la facilitadora a partir de la tercera sesión en adelante, debido a que la percibieron muy joven en comparación a ellos; al respecto un participante expresó lo siguiente: “a veces pensamos que la juventud tiene menos experiencia y tú has demostrado que no es así, y una persona joven en este caso me ha enseñado mucho a mí”.

En lo referente al manejo de grupo con un 31,6% los participantes indicaron que desde el primer día de la formulación de las reglas del taller, la manera de ceder la palabra a cada participante, y la retroalimentación que existía pudieron sentirse cómodos con este aspecto, además de la motivación con la que se trabajó.

El conocimiento con un 26,3% según los participantes se notó durante el transcurso del taller con el dominio de las temáticas

empleadas y la resolución de dudas por parte de la facilitadora.

IV.DISCUSIÓN

A través de los resultados obtenidos en el diagnóstico (mismo que indicaba que las personas se encontraban en un estado intermedio de optimismo), se visualizó la importancia de reforzar un pensamiento optimista, a través del manejo de las emociones. Por ello se elaboró un taller de once sesiones las cuales fueron aplicadas con administrativos de la U.M.S.A., que tenía por objetivo el fortalecer las emociones positivas.

Al trabajar el sentido de vida, las personas tienden más a recordar lo negativo de los hechos pasados de su vida, o hasta anular recuerdos felices y enfocarse a los tristes. Sin embargo, a través de las técnicas empleadas, mismas que se basan en dirigir a las personas para que recuerden específicamente momentos felices de sus vidas, son capaces de reconocerlos y revitalizarse con las emociones positivas que en algún momento los embargaron. Lo revalorizante de ésta técnica consiste en que la persona es capaz de repetirla constantemente, hasta que se convierte en un hábito el dar prioridad a la felicidad y el optimismo sobre los sucesos negativos y tristes.

Pero para trabajar la felicidad también es importante introducir las emociones; para cambiarlas de un estado negativo a uno positivo el primer paso es lograr el reconocimiento de las mismas, el cual es un proceso complejo porque las emociones son relacionadas con conceptos abstractos, por ello, la técnica empleada fue convertir lo subjetivo en objetivo, es decir, asociar las emociones con características físicas que pueden pertenecer a un objeto tangible agradable o desagradable según la experiencia de cada persona. A partir de esta asociación la persona siente que es más real y factible la posibilidad de cambiar una emoción (negativa) por otra (positiva).

Entonces se genera un proceso de reflexión acerca de las propias experiencias; se corroboró que las personas pueden identificar

si existe mayor culpa (pasado) o preocupación (futuro) que les impiden vivir en el presente. A través de éste análisis asumen que ambos elementos son externos y que limitan su crecimiento.

Una vez reconocidas y trabajadas las emociones, es preciso comunicarlas. Si bien resulta más fácil expresar emociones negativas (ira, tristeza, etc.) que positivas (amor, alegría, etc.), en función a técnicas vivenciales, se vuelven más cautos al momento de manifestar sus emociones puesto que se dan cuenta que todo lo negativo repercutirá en el "otro" y les será devuelto en forma de agresión, negativa y descontento; mientras que al responder con emociones positivas, las personas con las que se interactúa suelen estar más abiertas y dispuestas al cambio, la negociación o la aceptación.

Una vez trabajada la parte de emociones, fue posible llegar al optimismo, en sus tres dimensiones (permanencia, penetración y personalización). Para apropiarse de una permanencia positiva, se trabajó en función a una experiencia externa para visualizar como los acontecimientos cambian a lo largo de la vida y como cada uno de ellos deja una enseñanza positiva, por lo que las personas aprenden que lo malo en sus vidas pasa en la medida en que dan preponderancia a las cosas buenas.

Otra dimensión del optimismo es la penetración, la cual se trabajó a partir de escenarios o espacios en los que las personas se desenvuelven cotidianamente; se corroboró que mostrando a los participantes de manera gráfica el cambio de lugares, la variedad de sucesos que pueden ocurrir y lo que sucede al final de un día, es posible controlar las propias emociones, puesto que la persona se hace consciente de si se maneja de una forma universal o específica.

De igual manera con la personalización, se trata de tomar consciencia de qué nivel de responsabilidad se asume y cuánto se asigna al entorno. Es así que si la persona identifica que tiende a externalizar lo cual podría ser positivo,

se debe acompañar con una reflexión acerca de la capacidad propia de ser responsable de lo bueno que puede suceder, para que no se convierta en una manera de ser irresponsable acerca de los propios actos. Lo mismo ocurre con la personalización interna que implica la culpa sobre uno mismo, lo cual la mayor parte del tiempo impide el crecimiento personal.

Por otra parte, los placeres están estrechamente ligados a la felicidad, es así que utilizando dinámicas como un role playing de una fiesta que les lleva a recordar momentos placenteros, las personas diferencian entre los placeres corporales y los placeres superiores. Sin embargo, cuando se pretende una felicidad auténtica y duradera se debe buscar gratificaciones. Es así que en función a la estructuración del tema, la mejor manera para que las personas revivan momentos gratificantes (logros) es relacionando los mismos con objetos tangibles; de esta manera las personas al encontrar objetos que representen acontecimientos importantes en sus vidas, pueden sentir satisfacción nuevamente, es decir, rememoran emociones positivas y las vuelven a vivenciar.

Sólo si se ha pasado por un proceso de comprensión de las emociones, su manejo, manifestación y control, es posible entender el engagement y el flow; para reforzar la comprensión es preciso emplear intervenciones en las cuales las personas sean capaces de manifestar su estado anímico en el trabajo, lo que les preocupa, lo que las motiva... y a partir de ello rescatar aspectos positivos que luego son transformados en consignas de la calidad de vida en el trabajo.

V. CONCLUSIONES

Es posible aseverar que la Psicología Positiva y muchas otras temáticas al interior de ésta ciencia requieren no sólo explicaciones claras de los conceptos manejados, sino sobre todo el trabajo con dinámicas vivenciales y lúdicas que permitan reflexionar mientras se actúa y divertirse mientras se aprende. Aun así, es preciso comprender que las personas son las que gestionan el momento en el cual

se utilizarán las herramientas adquiridas y de esta forma animarse a “tener el valor” de ver resultados diferentes en sus vidas a través de una actitud más positiva y un estado de ánimo satisfactorio.

En función a todo lo obtenido, es posible dar la conclusión respecto al objetivo general, mismo que establecía “fortalecer las emociones positivas, en personal administrativo de la Universidad Mayor de San Andrés desde la Psicología Positiva, a través del optimismo en el trabajo”.

La realidad de las personas no es necesariamente aquella tangible, sino más bien se conforma a partir de las propias percepciones, y estas, en función a las experiencias vividas que son las que mediatizan la conformación de esquemas mentales. Es así que cada quien asignará un sistema de valor a las situaciones y en función a ello actuará ante ellas, sea de forma positiva o negativa.

En este sentido, muchas de las personas tienden a visualizar la realidad de manera pesimista y por ello la actuación se retrasa o no se presenta, bajo el supuesto de que no hay nada que puedan hacer para modificar la realidad, para cambiar “su suerte”. Sin embargo, el momento en que la gente se da cuenta que tiene la posibilidad de modificar lo que vive, que puede sentirse mejor con lo que hace y que es capaz de crecer y sentirse satisfecha consigo misma (sin importar los resultados de sus acciones y pensamientos) entonces se genera un cambio perceptivo hacia el positivismo y los sentimientos de bienestar son los que se mantienen constantes y promoviendo la efectividad de las acciones.

No se trata, por tanto, solamente de dotar a las personas de herramientas que les permitan resolver los problemas. Es más, un problema no es solucionado sino en la medida en que éste es redefinido y observado en un estado puro; por ello, trabajar sobre emociones en las personas, introducir las emociones positivas y el optimismo, les permite observar los problemas desde otra perspectiva en la cual

ellos son capaces de dar la resolución más óptima, en la que se sienten capaces de gozar de bienestar e irradiar estos elementos a las personas que les rodean.

Y estos elementos aplicados en un espacio laboral son los que, de alguna manera, propician un trabajo más satisfactorio, más productivo y que se traduce en una mejor atención al público en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANOLLI, Luigi (2007). El optimismo: aumenta la energía y mejora la calidad de vida. Editorial Alienta. Barcelona, España.
- ARAMAYO Pimentel, Gabriela (2008). Programa para el desarrollo del proyecto de vida basado en la Psicología Positiva con adolescentes que asisten al Centro de Desarrollo Integral León de Judá Zona Este de la ciudad de La Paz. Tesis para optar por el grado de licenciatura en Psicología. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia.
- ARNOLD, Denise; SPEDDING, Alison; y PEREIRA, Rodney (2006). Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas. 2da edición. Editorial U-PIEB. La Paz, Bolivia.
- BETHENCOURT Gallagher, Pino (2009). Toma las riendas: ¿te atreves a cambiar? Editorial Alienta. Barcelona, España.
- BLANCH, Josep (1996). Psicología social del trabajo. En ALVARO, José Luis; GARRIDO, Alicia y TORREGROSA, José Ramón (coord). Psicología Social Aplicada. Editorial McGraw-Hill/ Interamericana. Madrid, España.
- CALLISAYA Hidalgo, Jorge Vito (2009). Apoyo social en fortalezas humanas a través de círculos restaurativos en privados de libertad por delitos menores (Penitenciaria San Pedro - La Paz). Tesis para optar por el grado de licenciatura en Psicología. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia.
- CARBELO, Begoña y JÁUREGUI, Eduardo (2006). Emociones positivas: humor positivo. En Papeles del Psicólogo, 2006. Vol. 27(1), Revista del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Madrid, España.
- CARR, Alan (2007). Psicología Positiva: la ciencia de la felicidad. Editorial Paidós Ibérica. Barcelona, España.
- CUERVO García, Álvaro (1997). La privatización de la empresa pública. Editorial Ediciones Encuentro y Álvaro Cuervo. Madrid, España.
- DYER, Wayne (1978). Tus zonas erróneas. 28ava edición, Editorial Grijalbo. Barcelona, España.
- ELÍAS, Joan (2000). Clientes contentos de verdad: claves para comprender a clientes y usuarios. Editorial Gestión 2000. Barcelona, España.
- FERNÁNDEZ Ríos, Luis (2008). Una revisión crítica de la psicología positiva: historia y concepto. En Revista Colombiana de Psicología N° 17. Bogotá, Colombia.
- FERNÁNDEZ Vidal, Fernando (2009). Pan y rosas: fundamentos de exclusión social y empoderamiento. Editorial Artegraf. Madrid España.
- FERNANDEZ-ABASCAL, Enrique (2008). Emociones positivas, Psicología Positiva y bienestar. Ediciones Pirámide. Madrid, España.
- GOLEMAN, Daniel (1996). Inteligencia emocional. Editorial Kairos. Barcelona, España.
- GOLEMAN, Daniel (1998). Inteligencia emocional en la práctica. Editorial Kairos. Barcelona, España.
- GOLEMAN, Daniel (2006). Inteligencia social: la nueva ciencia de las relaciones humanas. Editorial Planeta. México.
- GONZÁLEZ Zúñiga Godoy, Claudia (2004). La Psicología Positiva: un cambio en nuestro

-
- enfoque patológico clásico. Revista de Psicología Liberabit N° 10. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú.
- HERNÁNDEZ Martín, Miguel A. (1988). La intervención del sector público en la economía y su actividad empresarial. Editorial Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, España
- HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; y BAPTISTA, Pilar (2006). Metodología de la investigación. 4ta edición, Editorial McGraw Hill. México.
- LONDOÑO Mateus, Claudia María (2006). Atención al cliente y gestión de reclamaciones. Editorial Fundación Confemetal. Madrid, España.
- MAYAN, María (2001). Una introducción a los métodos cualitativos: un módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales. Instituto Internacional de Metodología Cualitativa. Canadá.
- MELLA, Orlando (1998). Naturaleza y orientaciones teórico-metodológicas de la investigación cualitativa. Talleres de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, México.
- MUÑOZ Giraldo, José Federman; QUINTERO Corzo, Josefina; y MUNÉVAR Molina, Raúl Ancizar (2002). Experiencia en investigación-acción con educadores en proceso de formación en Colombia. Revista Electrónica de Investigación Educativa, vol. 4, N° 1. Universidad Autónoma de Baja California. Ensenada, México.
- PEIRÓ, Josep (1996). Psicología social de las organizaciones. En ALVARO, José Luis; GARRIDO, Alicia y TORREGROSA, José Ramón (coord); Psicología Social Aplicada. Editorial McGraw-Hill/ Interamericana. Madrid, España.
- PÉREZ Torres, Vanesa Carolina (2006). Calidad total en la atención al cliente: pautas para garantizar la atención en el servicio. Editorial Ideas Propias. Madrid, España.
- PRADA, Eliana Cecilia (2005). Psicología Positiva y emociones positivas. Documento extraído el 15 de enero de 2011, de la web <http://www.psicologia-positiva.com/Psicologiapos.pdf>
- REIDL Martínez, Lucy; GUILLÉN Riebeling, Raquel; SIERRA Otero, Gisela; y JOYA Laureano, Lilia (2002). Celos y envidia: medición alternativa. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- ROBBINS, Stephen (1999). Comportamiento organizacional. 8va edición. Editorial Prentice Hall. México.
- RUIZ Farfan, Rosse Marie (2002). El clima organizacional y el comportamiento del trabajador en la Universidad Mayor de San Andrés. Tesis para optar por el grado de licenciatura en Psicología. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia.
- SALANOVA, Marisa; MARTINEZ, Isabel y LLORENS, Susana (2004). Psicología organizacional positiva. En PALACÍ Descals, Francisco José (coord); Psicología de la Organización. Editorial Prentice Hall. Madrid, España.
- SANDOVAL Casilimas, Carlos (2002). Investigación cualitativa. ARFO editores e impresores. Bogotá, Colombia.
- SELIGMAN, Martin (1991). El optimismo se adquiere. Editorial Atlántida. Buenos Aires, Argentina.
- SELIGMAN, Martin (2004). La autentica felicidad. 2da edición, ediciones B. Buenos Aires, Argentina.
- TENORIO Aguilera, David y DEL PINO Medina, José María (2008). La presión: conceptualización táctico-psicológica y su entrenamiento. Editorial MCsports. Barcelona, España.
- VENTRELLA, Scott (2002). El pensamiento positivo en los negocios: supere las

actitudes y desarrolle los 10 talentos clave. Editorial Gestión 2000 S.A. Barcelona, España.

VERA Poseck, Beatriz (2006). Psicología Positiva: una nueva forma de entender la psicología. En Papeles del Psicólogo, 2006. Vol. 27(1), Revista del Consejo

General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Madrid, España.

ZUAZUA Iriondo, Alberto (2007). El proyecto de autorrealización: cambio, curación y desarrollo. Editorial Club Universitario. Madrid, España.