

**NIVEL DE FELICIDAD EN EL TRABAJO DE LOS COLABORADORES QUE
PRESTAN SERVICIOS DE FACILITY EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN
SUPERIOR: ENFOQUE DIAGNÓSTICO Y PLAN DE MEJORAMIENTO**

LEANDRO GALEANO AGUILAR

**PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)**

DIRECTOR

JAVIER CORREDOR BELTRÁN

MAGISTER EN FINANZAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN – MBA

BOGOTÁ D.C

2024

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del director

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García-Peña

Consejero Institucional

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica

Dra. María Fernanda Vega de Mendoza

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Vicerrectora de Investigaciones y Extensión

Dra. Susan Margarita Benavides Trujillo

Secretario general

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dra. Magaly Faride Herrera Giraldo

Coordinador Maestría en Administración – MBA

Dra. Ana María Espinel Suarez

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Pregunta(s) de investigación	14
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. OBJETIVOS	19
3.1 Objetivo general	19
3.2 Objetivos específicos	19
4. MARCO TEÓRICO	20
4.1 Modelo de medición de la felicidad – Workplace Perma Profiler	20
<i>4.1.1 Adaptación del modelo Eorkplace PERMA-Profiler</i>	22
4.2 Definición de felicidad por autores	23
<i>4.2.1 La psicología positiva</i>	23
<i>4.2.2 Felicidad según Pablo Claver</i>	24
<i>4.2.3 Felicidad según Tal Ben Shahar</i>	26
<i>4.2.4 Felicidad según Martín Seligman</i>	26
4.3 La felicidad en el trabajo	27
<i>4.3.1 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la productividad</i>	27
<i>4.3.2 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la satisfacción del cliente</i>	29
<i>4.3.3 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la Recordación de marca</i>	30
4.4 Escalas de medición de felicidad en el trabajo	31
<i>4.4.1 La escala de bienestar social (SWBS)</i>	31
<i>4.4.2 Escala de felicidad en el trabajo (JHW)</i>	32

4.4.3	<i>Escala de satisfacción en el trabajo (JSS): Evaluando la felicidad laboral</i>	32
4.4.4	<i>Escala de bienestar psicológico en el trabajo (PWBTS): Explorando la felicidad laboral</i>	32
4.4.5	<i>Escala de percepción de la calidad del trabajo (JQWL): Evaluando la calidad del trabajo desde la perspectiva del trabajador</i>	32
5.	DISEÑO METODOLÓGICO	33
5.1	Tamaño de la población	34
5.1.1	<i>Parámetros de interés</i>	34
6.	REALIZAR UN INVESTIGACIÓN DE LOS DIFERENTES MODELOS EXISTENTES PARA MEDIR LA FELICIDAD EN EL TRABAJO VIGENTES	35
6.1	La escala de bienestar social (SWBS)	35
6.2	Escala de felicidad en el trabajo (JHW)	36
6.3	Escala de satisfacción en el trabajo (JSS): evaluando la felicidad laboral	38
6.4	Escala de bienestar psicológico en el trabajo (PWBTS): explorando la felicidad laboral	39
6.5	Escala de percepción de la calidad del trabajo (JWQL): evaluando la calidad de trabajo desde la perspectiva del trabajador	41
6.6	Escala PERMA Profiler	42
6.6.1	<i>Estructura modelo PERMA</i>	43
6.6.2	<i>Interpretación de las puntuaciones</i>	43
7.	DETERMINAR EL NIVEL DE FELICIDAD EN EL TRABAJO DE LOS COLABORADORES OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE SUMMAR PRODUCTIVIDAD, QUE PRESTAN SUS SERVICIOS DE FACILITY EN UN CLIENTE PARETO DE LA COMPAÑÍA QUE SE DEDICA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR	45
7.1	Análisis descriptivo	46
7.1.1	<i>Análisis de datos demográficos</i>	46

7.1.2 <i>Categoría de colaboradores</i>	48
7.1.3 <i>Análisis PERMA</i>	49
7.1.4 <i>Análisis PERMA – Categoría de colaboradores</i>	49
7.1.5 <i>Análisis PERMA – Género</i>	52
7.1.6 <i>Análisis PERMA – edad</i>	52
7.1.7 <i>Análisis PERMA – estrato socioeconómico</i>	53
8. DISEÑAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA PROMOVER UN PROGRAMA DE FELICIDAD EN EL TRABAJO, PARA LOS COLABORADORES OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE SUMMAR PRODUCTIVIDAD, QUE PRESTAN SUS SERVICIOS DE CACILITY EN UN CLIENTE PARETO DE LA COMPAÑÍA QUE SE DEDICA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR	56
8.1 Listado de iniciativas que inciden en la felicidad en el trabajo	61
9. CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS	70
ANEXOS	71

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 <i>Cultura organizacional bajo estrategia de felicidad</i>	16
Figura 2 <i>Proporción por Género</i>	47
Figura 3 <i>Histograma por Rangos de Edad</i>	47
Figura 4 <i>Histograma por Estrato Socioeconómico</i>	48
Figura 5 <i>Proporción por Categoría – Colaborador</i>	48
Figura 6 <i>Promedio por categoría PERMA – Total Población</i>	49
Figura 7 <i>Promedio por categoría PERMA – Colaboradores Administrativos</i>	50
Figura 8 <i>Promedio por categoría PERMA – Colaboradores Operativos</i>	51
Figura 9 <i>Promedio por categoría PERMA – Comparativos Tipo de Colaborador</i>	51
Figura 10 <i>Promedio por categoría PERMA – Comparativos Género</i>	52
Figura 11 <i>Promedio por categoría PERMA – Edad</i>	53
Figura 12 <i>Promedio por categoría PERMA – Estrato</i>	55
Figura 13 <i>Contextualización y Justificación del Plan de Formación y Bienestar</i>	57
Figura 14 <i>Propuesta Integral de Implementación: Iniciativas, Plazos y Estrategias para el Cliente Pareto en el Estudio de Formación y Bienestar 2023-2024</i>	62

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 <i>Promedio de Puntos en componentes de Relaciones, Emociones Negativas y Soledad por Estrato</i>	54

RESUMEN

Es proyecto de investigación busca determinar el nivel de felicidad en el trabajo de los colaboradores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía, que se dedica a la prestación de servicios de educación superior y como resultado del análisis de la información recopilada, busca plantear un programa de felicidad en el trabajo aplicable a esta misma población.

En su contenido, se compila información acerca estudios previos en relación del tema de felicidad en el trabajo y teorías relevantes acerca de la psicología positiva, su relación con la felicidad en el trabajo y su incidencia en la excelencia operacional, la productividad y fidelización de clientes de una organización.

Es así como toma relevancia la realización de este tipo de medición y planteamiento de un programa que busque lograr que los colaboradores de Summar Productividad S.A.S, experimenten más y mejores niveles de felicidad en el trabajo.

Palabras clave: Psicología Positiva, Felicidad en el trabajo, Bienestar, PERMA.

INTRODUCCIÓN

Hace más de 2350 años, el filósofo Aristóteles definió la felicidad como un “bien supremo”, consideró que solo al estar felices, logramos alcanzar la plenitud de nuestra existencia.

En sus escritos argumentó, “Volvamos ahora a nuestra primera afirmación; y puesto que todo conocimiento y toda resolución de nuestro espíritu tienen necesariamente en cuenta un bien de cierta especie, expliquemos cuál es el bien que en nuestra opinión es objeto de la política, y por consiguiente el bien supremo que podemos proseguir en todos los actos de nuestra vida. La palabra que le designa es aceptada por todo el mundo; el vulgo, como las personas ilustradas, llaman a este bien supremo, felicidad, y, según esta opinión común, vivir bien, obrar bien es sinónimo de ser dichoso” (Aristóteles, 2016).

Según el filósofo, para ser feliz cada individuo debía dar lo mejor de sí mismo, explotar al máximo todas sus potencialidades, de una manera justa y honrada, y de esta forma, poder afirmar que todo lo logrado ha sido con mérito propio y no con engaño e injusticia.

Partiendo de estas definiciones resulta válido indicar que con el pasar de los años, el concepto de felicidad en un individuo cambia de manera constante; en los primeros años de la infancia, la felicidad está asociada a la tenencia del juguete favorito, el cual, en caso de no tenerlo, genera un sentimiento de infelicidad. Para el adolescente, la felicidad empieza a alejarse del núcleo familiar y su confort, pasando usualmente a estar sujeta a las relaciones interpersonales con los demás, las cuales en algunos casos llegan a afectar su estado de ánimo hasta incidir seriamente en su sensación de felicidad.

Al llegar la madurez y con varios aprendizajes, el individuo empieza a redefinir su concepto de felicidad, comúnmente lo asocia a la estabilidad material y emocional, logro que no en todos los casos es posible alcanzar en un entorno tan cambiante como el que actualmente experimentamos.

Es por ello que en la cotidianidad observamos al interior y exterior de nosotros mismos, varios sentimientos de infelicidad derivados de las deudas, la relación de pareja, los hijos, los hermanos, los padres, los colegas y jefes, y en general cualquier relación y/o situación que sea considerada contraria a nuestro modo de pensar y entender la vida.

No obstante, luego de múltiples experiencias, positivas y negativas, con el pasar del tiempo, el individuo empieza a crear consciencia que la felicidad está en sí mismo y en la manera como entiende, percibe y se relaciona con las demás personas, con sus comportamientos y como cada individuo asimila esos comportamientos cuando le afectan de alguna manera directa o indirecta.

En línea con los anterior y motivado por un interés personal y profesional de aportar en la mejora de las condiciones de trabajo de un grupo de personas con altos niveles de vulnerabilidad, este proyecto de grado, busca determinar el nivel de felicidad de los colaboradores operativos y administrativos de una compañía de servicios de facility y outsourcing que presta sus servicios en una universidad ubicada en la ciudad de bogota y plantear un programa de felicidad en el trabajo aplicable a esta población, que permitan fomentar la cultura de felicidad, que aporte al logro de los objetivos organizacionales de la empresa y principalmente aporte a la realización personal de sus colaboradores; convencido que con la implementación de este proyecto de grado, se dejará un legado que aporte a transformar su calidad de vida e impacte de manera positiva a la sociedad.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Summar Productividad SAS, es una organización que brinda soluciones en productividad a sus aliados. Nació como temporal en el año de 1983 y en el año de 1991 abrió la línea de negocios de Summar Procesos. Uno de los servicios de Summar Procesos, es el servicio de facility, por medio del cual se presta servicios de limpieza, cafetería, jardinería y mantenimiento locativo menor y otros servicios de soporte a organizaciones de todos los sectores.

Cuenta con oficinas en once ciudades principales e intermedias logrando una cobertura de servicios a nivel nacional y un portafolio de más de 100 clientes corporativos en los diferentes sectores de la economía. Debido a lo anterior, presta servicios de domingo a domingo en los tres turnos establecidos por la jornada laboral permitida en Colombia.

Dentro de su estructura organizacional, cuenta con una junta directiva, una presidencia, cuatro direcciones, dos gerencias y once jefaturas de área, las cuales administran y operan los procesos de la organización.

Actualmente, en las compañías de facility en Colombia, el talento humano es un recurso fundamental para el desarrollo de su actividad económica y posicionamiento entre las demás marcas del sector.

Basado en lo anterior, puede ocurrir, que el estado de ánimo y las relaciones interpersonales que experimentan las personas que conforman una organización como Summar, con sus pares, superiores y con el cliente incidan directamente en la productividad de la organización y la fidelización de sus clientes.

Por otra parte, es importante resaltar que Summar Productividad actualmente experimenta una problemática asociada a un nivel de rotación de personal operativo superior al 7% mensual, indicador que se encuentra por encima de la media del sector.

Esta alta rotación podría estar directamente relacionada con factores de estrés laboral, maltrato, insatisfacción en el trabajo y falencias en el clima laboral de la organización.

En ese orden de ideas, se considera factible que en Summar Productividad se encuentren colaboradores que no son felices realizando su labor y como consecuencia

de ello, puedan generar fallas en el servicio al cliente, bajas en la productividad y con ello el deterioro de la imagen de la compañía en el mercado, afectando de manera negativa el resultado de la organización y la calidad de vida de sus colaboradores.

Por otra parte, el sentimiento de no experimentar felicidad en su trabajo, por parte de los empleados de Summar Productividad, podría repercutir en la utilización inadecuada de la maquinaria, equipos e insumos con los que el personal cuenta para realizar su labor, así como impactar negativamente, en su trato impersonal y despectivo a sus compañeros, superiores y subalternos, llevándolos a generar un ambiente de desmotivación en su lugar de trabajo.

1.1 Pregunta(s) de investigación

- ¿Cuál es el nivel de la felicidad organizacional de los trabajadores operativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior?
- ¿Cuál es el nivel de la felicidad organizacional, de los trabajadores administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior?
- ¿Cuáles son las actividades más adecuadas que conformen un programa de felicidad en el trabajo para los colaboradores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior?

2. JUSTIFICACIÓN

A continuación, se presentan algunos datos estadísticos resultantes de organizaciones en las cuales se han implementado mediciones y programas de felicidad en el trabajo, que inciden en variables clave en el desempeño de las mismas según (Gallup, 2014).

- Aumenta la productividad: 31% a 40%.
- Incrementa la excelencia operacional: 30% a 45%.
- Mejora la calidad de servicio a los usuarios: 15% a 25%.
- Mejora el valor accionario y la rentabilidad: 15% a 28%.
- Reduce el ausentismo: 43% a 51%.
- Disminuye la accidentabilidad: 48% a 50%.
- Reduce la rotación: 33% a 58%.
- Incrementa el compromiso de los colaboradores: 30% a 55%.
- Mejora el clima laboral: 55% a 90%.
- Aumenta confianza en jefaturas y compañeros de trabajo: 40% a 55%.

Los índices anteriores, muestran claramente la importancia que tiene para una organización, realizar diagnósticos que permitan medir el nivel de felicidad de sus empleados y con base en estos diagnósticos, desarrollar programas de felicidad corporativa a la medida de sus organizaciones que mejoren la calidad de vida de sus colaboradores y con esto los resultados de la organización.

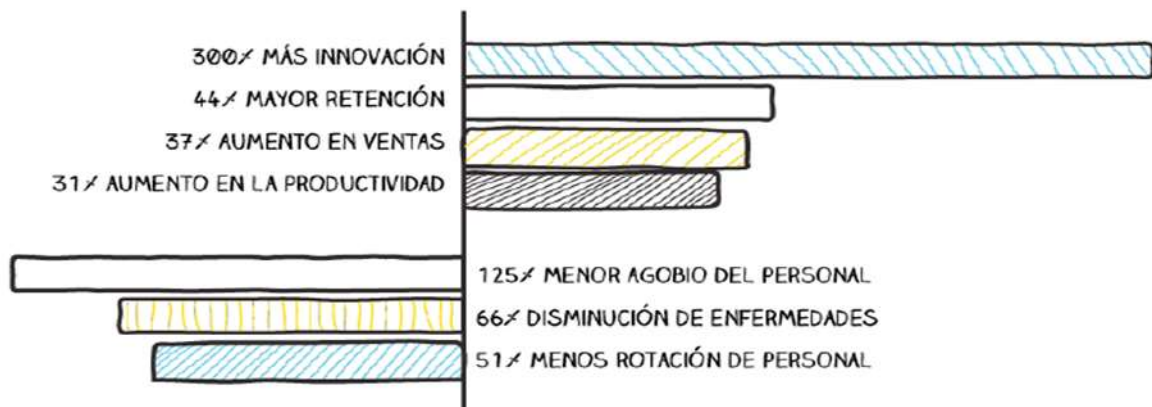
Actualmente, la felicidad en el trabajo ha sido vinculada a “innumerables beneficios tanto para organizaciones como empleados. Entre sus principales consecuencias, este fenómeno pronostica algunos resultados importantes como una mayor productividad y rendimiento laboral, mayor autocontrol, mejores relaciones interpersonales” (López & Fierro, 2015, p181)

Por otra parte, algunos autores exponen que “En el mundo de los negocios hay tres estrategias para competir: bajo costo, diferenciación e innovación. Sin embargo, hoy por hoy, sólo una de las tres opciones es verdaderamente sostenible a través del tiempo: la innovación” (Nicola Bello et al., 2010, p.2), refiriéndose a que implementar modelos disruptivos como el modelo de la felicidad en el trabajo, permiten a la organización innovar y alcanzar sus metas de una manera más eficiente.

Tanto Lopez & Fiero, como Bello & Cisneros, coinciden en los múltiples beneficios que trae consigo la implementación de programas de felicidad en el trabajo y como los empleados felices son más productivos, auto controlados y mejores compañeros de trabajo, lo cual representa un camino seguro hacia la permanencia de la organización en el tiempo. En otro apartado indican que la felicidad en una organización debe ser rentable y se logra por medio de la alineación de todos sus empleados hacia un mismo fin. Así mismo, expone Bello, que cuando la felicidad se vuelve parte de la cultura de una organización se obtienen los siguientes resultados (Vasquez & Hervás, 2019).

Figura 1

Cultura organizacional bajo estrategia de felicidad



Nota: Información tomada de Nicola Bello, David Ioli, Juan Cisneros, Carlos Da Silva, & Vanessa ZoghbiE. (2010). 7 estrategias para implementar La Felicidad Corporativa en Tu Empresa (Evendelos, Ed)

En línea con lo anteriormente expuesto, la realización del presente proyecto de investigación, fundamenta su utilidad e importancia en un concepto de autosatisfacción del individuo que conlleva a su felicidad; cuyo enfoque busca diagnosticar el nivel de felicidad de una población específica y plantear un programa de felicidad en el trabajo, que permitan mejorar aspectos humanos en una población vulnerable de trabajadores del sector de facility service, que, por su condición sociocultural y económica, se encuentran inmersos en situaciones que afectan su estado de ánimo y su sistema emocional. Con este proyecto de grado, se busca conocer y comprender la problemática planteada y con ello suministrar información clave para la definición de estrategias, cuyo

objetivo será influir positivamente en más de doscientos individuos y sus familias en la ciudad de Bogotá.

Expuesto lo anterior, resulta relevante para las organizaciones del sector de facility service, en las cuales más del 90% del personal son madres y padres cabeza de familia, identificar la problemática que afecta a los colaboradores, de tal manera que le permita a la organización plantear estrategias que aporten de manera significativa a la sensación de bienestar de sus trabajadores, que los conlleve a sentimientos de felicidad al experimentar satisfacción y auto reconocimiento en sus diferentes labores.

Por tratarse de mano de obra no calificada y haber transcurrido la mayor parte de su vida en condiciones de limitación extrema, lo que se pretende con el presente proyecto de investigación aplicada, es diagnosticar el nivel de felicidad de una población específica y plantear un programa de felicidad en el trabajo, que ayude a mitigar la problemática social y afectiva que sufre un porcentaje importante de estos colaboradores y por ende la incidencia en la productividad, excelencia operativa y la fidelización de los clientes de la empresa Summar Productividad S.A.S

Otros autores como Velazco indican que, “no existe empresa humana que pueda presumir de tener tantos seguidores como aquella de la búsqueda de la felicidad y la satisfacción en la vida. Incluso la ética más elevada suele justificar su existencia por su contribución a la felicidad humana, por lo tanto, es extraordinario y casi increíble que se hayan hecho tan pocos intentos por aplicar las técnicas de la investigación psicológica para comprender la naturaleza de la felicidad” (Velazco, 2015, pág. 1).

Otro autor que ha escrito acerca de la importancia de la felicidad y su relación con la productividad de los empleados de una empresa es Nicola Bello, quien manifiesta que una organización que cuenta con hombres y mujeres felices y motivados y dando lo mejor de sí, ha hecho la mejor inversión que todo negocio debe hacer. (Bello, Loli, & Cisneros, sl)

En línea con los anterior, la realización de este trabajo de grado aporta de manera importante a la identificación del nivel de felicidad de una población vulnerable y brinda a la organización Summar Productividad, información para plantear programas que

permitan implementar acciones encaminadas a mejorar la percepción de felicidad de sus colaboradores.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Plantear un programa de felicidad en el trabajo, para los trabajadores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior.

3.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación de los diferentes modelos existentes para medir la felicidad en el trabajo vigentes
- Determinar el nivel de felicidad en el trabajo de los colaboradores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior
- Diseñar un plan de acción para promover un programa de felicidad en el trabajo, para los colaboradores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía que se dedica a la prestación de servicios de educación superior

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Modelo de medición de la felicidad – Workplace Perma Profiler

En el año de 1962 el psicólogo estadounidense Abraham Maslow fue pionero en el campo de la psicología en describir el “bienestar”, con sus características de persona autorrealizada. La descripción de la autorrealización, fue un concepto preliminar al que el modelo PERMA establece, en el cual describe las características de una teoría del bienestar individual y la manera como la vida de un individuo florece.

En el año de 1998, el escritor y psicólogo estadounidense, Martin Seligman usó su discurso inaugural como presidente entrante de la American Psychological Association – APA, para reenfoque la psicología convencional centrada en el estudio de la enfermedad mental y la patología, hacia el estudio de lo que es bueno y positivo en la vida.

A partir de este momento, las teorías y la investigación examinaron las intervenciones de la psicología positiva que ayudan a que la vida valga la pena y cómo definir, cuantificar y crear bienestar (Rusk & Waters, 2015).

Al desarrollar una teoría para abordar esto, el Dr. Martín Seligman seleccionó cinco componentes que las personas buscan, pues consideran que son intrínsecamente motivadores y contribuyen al bienestar. Estos elementos se persiguen por sí mismos y se definen y miden independientemente unos de otros (Seligman, 2019).

Es así como, el modelo Perma – Profiler en el lugar de trabajo, es una escala que mide cinco pilares del bienestar en la teoría PERMA, propuesta por Martin Seligman en el 2012.

En su traducción en español especifica las siguientes variables:

- Emociones positivas
- Compromiso
- Relaciones
- Significado (Propósito)
- Logro

Estas variables se cuantifican a través de la escala de Likert, método de medición utilizado por los investigadores con el objetivo de evaluar la opinión y actitudes de las personas, por medio de una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a un individuo, sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo en un rango donde 0 es la menor puntuación y 10 es la mayor puntuación.

La dimensión de las emociones positivas, incluyen la esperanza, el interés, la alegría, el amor, la compasión, el orgullo, la diversión y la gratitud. Cuantifica las directrices generales hacia la satisfacción y la alegría.

La dimensión del compromiso, describe aspectos de la absorción, dedicación y el vigor. El compromiso se conoce como el estado de “flujo”; es decir, ese nivel hacia el cual la persona enfoca toda su actividad, aislándose de lo que le rodea; y, finalmente, termina perdiendo el sentido del tiempo.

La dimensión de las relaciones positivas, representa la medida sobre cómo la persona recibe y transmite apoyo a otros (satisfacción y el sentirse apreciada).

La dimensión del significado o propósito, describe los sentimientos de llevar una vida con un objetivo, sentido y valor; esta dimensión valora la sensación de la importancia de la vida.

La dimensión del logro, se refiere a la periodicidad en que la persona avanza y alcanza sus metas, así como la condición en la que se encuentra para asumir sus responsabilidades; por otra parte, esta dimensión, involucra trabajar para conseguir objetivos y sentirse capaz de cumplir tareas y compromisos en el día a día.

El Perma-Profilier contiene 15 ítems que permiten analizar las dimensiones que contiene la teoría de PERMA.

Las preguntas de la escala Perma fueron traducidas, para poder aplicar el cuestionario a los trabajadores operativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía, que se dedica a la prestación de servicios de educación superior, y de esta manera para conocer el nivel de felicidad de sus colaboradores operativos y administrativos.

Expuesto lo anterior, el modelo PERMA WBT (Theory of Well Being), especifica que cada dimensión funciona en conjunto, para dar lugar a una construcción de orden superior que permite el florecimiento de equipos, comunidades, organizaciones y naciones.

Por otra parte, “Las investigaciones han demostrado asociaciones positivas significativas entre cada uno de los componentes de PERMA y la salud física, la vitalidad, la satisfacción laboral, la satisfacción con la vida y el compromiso dentro de las organizaciones” (Kern, Waters, Alder y White, 2014).

“PERMA también es un mejor predictor de angustia psicológica que informes previos de angustia” (Forgeard et al., 2011).

Esto significa que trabajar proactivamente en las dimensiones y componentes del modelo PERMA WBT, no solo aumenta los aspectos del bienestar, sino que también disminuye la angustia psicológica de los individuos.

4.1.1 Adaptación del modelo Eorkplace PERMA-Profiler

En el año 2016, las investigadoras Margaret L. Kern y Julie Butler profesores asociados de la Universidad de Pennsylvania en su investigación “Perma – Profiler, una breve medida multidimensional de la prosperidad” establecen, que el modelo Workplace Perma-Profiler, en su versión en inglés, arroja resultados confiables y aceptables. Sin embargo, en el proceso de adaptación al castellano, el modelo no presentó resultados confiables ni aceptables, pues se logró determinar que aproximadamente el 40 % de la población a la cual se le aplicó el modelo, presentó problemas en la comprensión de los ítems establecidos en el modelo traducido tácitamente al castellano, como por ejemplo en la pregunta: ¿Con qué frecuencia estás absorto o completamente “metido” en lo que haces?

Razón por lo cual se tuvo que elaborar una versión en español para la adaptación a este idioma, donde participaron investigadores bilingües, cuya lengua materna era el castellano.

“Esta versión fue sometida a una otra prueba piloto, sobre 1247 participantes, la cual otorgó buenos resultados” (Lima, Peña, Cedillo, & Cabrera, 2017)

El modelo Perma – Profiler es útil y contribuye al desarrollo de este proyecto de investigación, ya que permite realizar la medición del nivel de felicidad de los trabajadores operativos y administrativos de Summar Productividad, que prestan sus servicios de facility en un cliente Pareto de la compañía, que se dedica prestación de servicios de educación superior y sus resultados cuantificables, serán base para el planteamiento de un programa de felicidad en el trabajo que impactará positivamente esta población de más de 200 colaboradores.

4.2 Definición de felicidad por autores

A continuación, se presentan diferentes conceptos sobre la felicidad descrita por algunas escuelas y autores que la definen y analizan desde el punto de vista personal y laboral.

4.2.1 La psicología positiva

Aristóteles define la felicidad como un bien supremo, solo al estar felices, alcanzamos la plenitud de nuestra existencia. Para lograr alcanzar dicha plenitud debemos dar lo mejor de cada uno, explotar al máximo todas nuestras potencialidades, de una manera justa y honrada, y poder saber que lo que hemos logrado ha sido con mérito propio y no con engaño e injusticia.

La psicología positiva estudia las bases del bienestar psicológico y de la felicidad, así como de las fortalezas y virtudes humanas. El precursor de la psicología positiva fue el Profesor Martin Seligman, quien propuso la creación de esta corriente específica dentro de la psicología (gerryvelasco, 2017).

“La psicología positiva se basa en tres pilares, en primer lugar, en el estudio de la emoción positiva; el estudio de los rasgos positivos sobre todo las fortalezas y virtudes, pero también las habilidades como la inteligencia y la capacidad atlética; y, el estudio de las instituciones positivas, como la democracia, las familias unidas y la libertad de información que sustentan las virtudes y a su vez sostienen las emociones positivas. Las emociones positivas como la seguridad, la esperanza y la confianza no resultan más útiles en momentos difíciles que cuando la vida es fácil. En épocas de dificultad, comprender y reforzar instituciones positivas como la democracia, la unión familiar y la libertad de prensa cobran una importancia inmediata en tiempos difíciles comprender y desarrollar fortalezas y virtudes como el valor, la objetividad, la integridad, la equidad y

la lealtad, puede resultar más urgente que en épocas prosperas” (Seligman M. E., 2019, pág. 14)

Tal como lo expone Seligman, la psicología positiva hace un llamado a la psicología tradicional a observar desde un punto de vista diferente el optimismo, la diversión y la felicidad como un factor clave en el mejoramiento de las condiciones psicológicas de los individuos y su entorno.

“En el mundo en el que los psicólogos se sienten más a gusto, los sentimientos positivos acerca de una persona o un objeto hace que nos acerquemos a ellos, mientras que los sentimientos negativos nos conduce a evitarlos. El delicioso aroma de los pastelitos de chocolate mientras se hornea nos acercan al horno y el olor repulsivo del vómito nos lleva a cambiar de acera. Pero se supone que las amebas y los gusanos también se acercan a lo que necesitan y evitan las dificultades, utilizando sus facultades sensoriales y motoras básicas sin sentimiento alguno. Sin embargo, en algún punto de la cadena evolutiva unos animales más complejos adquirieron el escurridizo revestimiento de una vida emocional” (Seligman M. E., 2019, pág. 57). Indudablemente, la evolución de las especies es un factor fundamental y directamente proporcional al desarrollo psicológico de las mismas. Según expone Seligman, a un ritmo similar los expertos en psicología clínica han venido migrando a aceptar como válidos los sentimientos positivos y sensaciones de bienestar, dentro de las bases para la exploración de los estados de felicidad de las personas incluso en su ambiente de trabajo.

“Todas las emociones tienen un componente sentimental, uno sensorial, uno de reflexión y uno de acción. El componente sentimental de todas las emociones negativas es la aversión: indignación, temor, repulsión odio y similares. Estos sentimientos, como todo aquello que vemos, oímos y olemos, se inmiscuya en la conciencia e inválida todo lo que está pasando” (Seligman M. E., 2019, pág. 58).

4.2.2 Felicidad según Pablo Claver

Pablo Claver es experto en felicidad y en emprendimiento, temas de los que es conferencista internacional. Ha creado dieciséis empresas en seis países de Europa, África y Latinoamérica. Antes de cumplir los treinta años tuvo su primer fracaso empresarial del que se repuso y antes de cumplir los cuarenta años vendió su grupo de

empresas a una multinacional francesa. Licenciado en gestión comercial y marketing por el ESIC Business & Marketing School, PDG de IESE Business School (Universidad de Navarra) y premio ASTER 2005 al mejor emprendedor del año en España.

“Al menos para mí la felicidad es ser consciente de lo que la mayoría de las personas hacen de una manera inconsciente, con el piloto automático puesto. Es disfrutar de todos los pequeños buenos momentos que tiene el día, desde que abrimos los ojos hasta que nos acostamos, viviéndolos de una manera positiva. Disfrutar la temperatura del agua cuando me ducho relajadamente y no enterarme de que me he duchado porque la toalla está mojada. Es saborear en familia el desayuno disfrutando los sabores y no mirando el reloj. Que salir a la calle y regalar una gran sonrisa a la primera persona que se cruza en mi camino y por supuesto, disfrutar de los días de trabajo incluidos los lunes, compañeros y de sus familias, los proveedores, de los accionistas, de la comunidad, de todas las personas que están en mi entorno laboral” (Claver & Claver, 2018, pág. 20)

En esta definición el autor, muestra la importancia de no vivir de manera apresurada sin disfrutar cada día que pasa de una manera profunda y decidida para encontrar la felicidad verdadera. Solo de esta manera, se puede encontrar el sentido a la existencia y alcanzar las metas propuestas no solo a nivel laboral sino a nivel personal.

“Las empresas felices venden un 20% y un 40% más, su productividad aumenta alrededor del 30%, son tres veces más creativas, las rotaciones y las bajas médicas se reducen drásticamente según investigaciones publicadas por Harvard Business Review. Y con estos datos encima de la mesa avalados por las mejores consultoras y universidades del mundo, todavía es difícil encontrar líderes convencidos de que apostar por la felicidad de los equipos de trabajo es un buen negocio” (Claver & Claver, 2018, pág. 21)

El autor en el apartado anterior, indica que a pesar que está demostrado que la felicidad en el trabajo aporta al logro y mejora de los indicadores de gestión y resultados de las organizaciones de manera contundente, aun no es un tema reconocido e incluso es a veces tildada de romanticismo la intención de incidir en la felicidad de los colaboradores. A su turno, la siguiente cita, enmarca el punto de vista de Claver, en relación a la situación

actual y los resultados positivos que indican que Colombia es un país donde su gente experimenta felicidad.

“Año tras año Colombia queda muy bien posicionada en varios estudios y observatorios de felicidad como el barómetro global de felicidad o la encuesta anual realizada por Gallup WIN y el centro de consultoría en Colombia. Muchos colombianos se sorprenden cuando en los medios de comunicación se hace eco de estos estudios y sus resultados” (Claver & Claver, 2018, pág. 171)

4.2.3 Felicidad según Tal Ben Shahar

Tal Ben-Shahar es doctor en Psicología, autor y conferenciante. Enseñó dos asignaturas en la Universidad de Harvard, Psicología positiva y Psicología del liderazgo. Hoy en día, Tal Ben da conferencias en todo el mundo a ejecutivos de corporaciones multinacionales, sectores de la población en riesgo y al público en general. Los temas sobre los que versan sus conferencias incluyen liderazgo, felicidad, educación, innovación, ética, autoestima, resiliencia, establecimiento de metas y atención.

En una entrevista en el año 2018 hecha por el periodista Almer Villajos, Tal Ben, define la felicidad como “la experiencia general del placer y el significado” (Villajos, 2018, pág. 169). Una persona feliz disfruta de las emociones positivas mientras percibe su vida como determinada. La definición no pertenece a un solo momento, sino a un agregado generalizado de las propias experiencias: una persona puede a veces experimentar el dolor emocional y aun así, ser feliz en general.

4.2.4 Felicidad según Martín Seligman

Durante el año 1996 Martin Seligman fue nombrado presidente de la American Psychological Association (APA), una presidencia que supondría la oportunidad de abrir nuevas vías de investigación y trabajo para esta ciencia. Su principal objetivo durante su mandato era la de aunar conocimiento teórico y práctico.

En 1998 propuso la búsqueda de una psicología positiva, no tan centrada únicamente en los aspectos patológicos de la psique y la conducta y que se buscara estudiar los aspectos que nos hacen sentir bienestar y felicidad.

Seligman es considerado el padre de la Psicología Positiva y su definición de Felicidad es considerada base fundamental para los posteriores desarrollos en este campo de la psicología contemporánea.

“La felicidad en el presente está constituida por estados muy distintos a los de la felicidad respecto al pasado y al futuro, y abarca dos aspectos muy diferentes: los placeres y las gratificaciones. Los placeres tienen un claro componente sensorial y emocional, lo que los filósofos denominan sensaciones crudas: éxtasis, emoción, orgasmo, deleite, regocijo, euforia y bienestar. Son efímeros e implican muy poco, o nulo pensamiento. Cuando hablo de gratificaciones me refiero a aquellas actividades que nos gusta mucho realizar, pero que no van necesariamente acompañadas de una sensación cruda. Las gratificaciones nos involucran por completo; quedamos inmersos y absortos en ellas y perdemos la conciencia propia” (Seligman, 2019, pág. 159).

4.3 La felicidad en el trabajo

4.3.1 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la productividad

La globalización económica y cultural que en la actualidad experimentamos, los cambios constantes en el mercado, las tecnologías cada vez más aceleradas y la necesidad de las organizaciones por ser más competitivas, requiere personas que apoyen el cumplimiento de sus objetivos, es por ello como señala Godoy “en la última década existen numerosos estudios de las ciencias administrativas que han desarrollado importantes investigaciones sobre los individuos y grupos en las organizaciones, donde se concluyó que el talento humano es el activo más importante para la compañía” (Moreno Briceño & Godoy, 2012, p.58)

“Las personas que son felices en su trabajo son 25% más productivas que las no felices, y por ende contribuyen a que sus fuentes laborales tengan mayores utilidades” (Hernández & Serravalle, 2014, p.14)

En el ámbito corporativo de las organizaciones, la productividad es una variable fundamental al interior de las compañías, que constituye una ventaja competitiva frente a competidores del sector, su importancia es clave para medir la eficiencia y la evolución de los sectores económicos, “Pocas áreas de las ciencias económicas son tan relevantes

y complejas como la medición de la productividad. La importancia radica en el uso más eficiente y racional posible de los recursos productivos y en la relación que guarda con el bienestar de la población,”(Oscar A & Colmenares D, 2007,p.1)

Las organizaciones deben estar en una constante innovación para hallar diferentes estrategias que les permita incidir en la felicidad de sus empleados, a través de programas e incentivos (no necesariamente económicos) que mejoren su experiencia en la organización en la cual pasan la mayor parte de sus vidas, en ocasiones más que en sus propios hogares. Es importante que la organización conozca a sus funcionarios y participe en su crecimiento personal y profesional a fin de alcanzar sus objetivos organizacionales con mayor efectividad y con un alto grado de productividad de sus colaboradores.

A la hora de validar la productividad en las organizaciones, la felicidad cobra gran importancia, pues no es suficiente el solo basarse en los indicadores financieros, de producción, contables o de otra índole. Se hace necesario ir a lo subjetivo, por ello se estima que la implementación de estrategias de felicidad tendría una influencia positiva en el rendimiento operativo y financiero de la empresa; en este sentido, la felicidad actúa como una variable subjetiva constante.

Según un estudio realizado por la multinacional Adecco en el año 2017, se concluyó que la felicidad influye en la productividad, el 93% de los encuestados afirmaron que “el estar feliz” es un factor determinante a la hora de desarrollar mejor su trabajo. Sin duda alguna, el talento humano es el capital más importante de una empresa y todos los esfuerzos de las compañías deben ir encaminados a cuidar y velar porque los empleados se sientan a gusto y satisfechos con su trabajo. De ahí que de la fuerza laboral dependa el éxito de estrategias empresariales, como en el presente proyecto lo es la felicidad en el trabajo.

De acuerdo con la Revista Dinero, en la entrevista que se le realizó a Sunny Grosso (Coach de la felicidad en el trabajo), aseguró que “los empleados felices que trabajan con pasión y propósito se desempeñan en niveles consistentemente altos, multiplicando su efectividad e incrementando los resultados del negocio”. Adicionalmente afirmó que de acuerdo con estudios realizados por Delivering Happiness, cuando las compañías adoptan una cultura de felicidad en el trabajo, hay un incremento de un 300% más en

innovación, un 44% más de alta retención de empleados, un 37% más de incremento en las ventas y en un 31% más se incrementa la productividad, entre otros aspectos a destacar.

4.3.2 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la satisfacción del cliente

Como lo explica Alcaide, en la revista Marketing y RR. HH. “El hecho de que una organización haga cosas buenas a favor de los empleados y sea un buen empleador se traduce directamente en más altos niveles de satisfacción de los clientes, mayor fidelización por su parte” (Alcaide Casado, 2010, p.208).

En relación con esta afirmación, podemos evidenciar que existe una estrecha relación entre la satisfacción de los colaboradores de una organización y la calidad del nivel de servicio que prestan a sus clientes y usuarios; lo que finamente incide en la fidelización de los mismos. Existen una correlación clara entre el estado de felicidad que experimenta un colaborador de servicios generales que experimenta felicidad derivada de un estado de satisfacción con su labor diaria y la manera como se relaciona con su cliente. Con base en lo anterior el implementar estrategias de felicidad en el trabajo, conlleva a una actitud de servicio con altos estándares de satisfacción del cliente.

A su turno. explica que, si “Queremos referirnos a la importancia que tiene el personal en la prestación de los servicios y, en particular, en el logro de altos niveles de calidad para la misma. Esto es así debido a que la creación, prestación y entrega de un servicio es una tarea fundamentalmente humana, cuyos resultados dependen en gran medida del nivel de interacción que se produce entre el personal de la empresa y los clientes” (Alcaide Casado, 2010, p.208)

La intervención del personal de servicios de limpieza y cafetería es determinante en la creación de percepciones, de relaciones one to one (significa relaciones uno a uno) y para la creación de “costos emocionales de salida”. Cuando se trata, por ejemplo, de atención personalizada, asesoría técnica, atención de requerimientos, mantenimiento, formación, o de la forma como va vestido, la apariencia física, las actitudes y comportamientos que adopta el personal, estamos ante elementos que afectan la percepción de valor que se hacen los clientes.

En los servicios, el personal puede modificar el servicio base en el momento de la prestación atendiendo a enfoques one to one, y no limitarse a entregar un elemento ya completamente elaborado (como sí sucede en los productos tangibles). La actitud del personal genera comunicación voz a voz positiva o negativa (un elemento sumamente importante en los servicios) que se traduce directamente en que la mayor parte del marketing de fidelidad que realiza una empresa sea llevada a cabo por su personal, que puede transmitir personalización o estandarización en las relaciones, así como no hacerlo.

Implementar estrategias de felicidad en el trabajo conduciría a desarrollar prácticas muy propias y diferenciales, respecto a los tangibles, de los servicios. “Debemos tener en cuenta que, en las organizaciones basadas en los servicios, la satisfacción de los usuarios está directamente relacionada con las personas que los atienden, y que por más protocolos de actuación que la empresa tenga asignados frente a distintas situaciones, si los trabajadores no están realmente motivados y felices por la tarea que realizan, transmiten esa sensación, aunque sigan la normativa”. (Alcaide Casado, 2015, pág. 181)

4.3.3 La felicidad en el trabajo y su incidencia en la Recordación de marca

Marjoie Leger, escritora y mentora de marcas y experta en marketing y desarrollo de marcas, explica en su blog, “cómo lograr que tus empleados se conviertan en embajadores de marca”, que los empleados constituyen una pieza clave en la promoción de una marca, y denota que en muchas ocasiones los esfuerzos e inversiones monetarias que realiza la marca tienen un gran enfoque hacia lo externo; no obstante, considera que si no se presta igual atención al equipo humano que dedica 8 o 10 horas diarias de su vida a una determinada empresa, se está descuidando un aspecto vital en la estrategia de marketing y branding.

De esta manera, Leger indica que “La promoción de la marca no es una tarea relegada exclusivamente al departamento de marketing, sino cada persona de la organización debe contribuir a impulsar la marca, llevar su ADN en sus actitudes y acciones y promoverla ante sus amistades, familiares, colegas y redes sociales. Los empleados son tu mayor activo en tu estrategia de marketing, Branding y comunicación. Procura siempre

llevar a cabo acciones enfocadas a crear en ellos pasión por la marca, y el resto será historia” (Launchmetrics, 2015, p1.)

Algunas estadísticas y argumentaciones que arrojan luz sobre qué influye en la toma de decisiones en las personas, son las siguientes:

- Mientras sólo el 15% de las personas confía en recomendaciones de las marcas, un 84% confía en recomendaciones de personas que ellos mismos conocen.
- El 70% de la percepción que el consumidor tiene de una determinada marca está determinada por las experiencias que otros individuos han vivido.
- Algunos empleados por motivación se constituyen en profesionales de las relaciones públicas, así no sea su función específica en la empresa, ni hayan sido contratados para tal fin, dado que hablarán libremente de la marca de forma positiva o negativa con base en la experiencia que ellos mismos tienen la marca que representan;
- también pueden ejercer un rol de influencer y dependiendo de su actitud y nivel de servicio pueden fidelizar a un cliente o bien provocar que la compañía pierda el mismo.

Los anteriores conceptos, explican cómo existe una estrecha relación entre el nivel de felicidad que experimenta un colaborador con el resultado de las variables analizadas y descritas en líneas anteriores.

4.4 Escalas de medición de felicidad en el trabajo

A continuación, se enuncian algunas escalas aplicables para la medición de felicidad en el trabajo

4.4.1 La escala de bienestar social (SWBS)

La Escala de Bienestar Subjetivo en el Trabajo (SWLS), desarrollada por Diener, Suh, Lucas y Smith en 1993, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir el bienestar subjetivo en el contexto laboral. Se basa en la idea de que la felicidad en el trabajo no solo depende de las condiciones objetivas del trabajo, sino también de la percepción individual del trabajador.

4.4.2 Escala de felicidad en el trabajo (JHW)

La Escala de Felicidad en el Trabajo (JHW) es un instrumento de evaluación psicológica desarrollado por Judge, Heller y Watkins en 2002 para medir la felicidad en el trabajo. Se basa en la idea de que la felicidad en el trabajo es un constructo multidimensional que abarca cinco áreas clave.

4.4.3 Escala de satisfacción en el trabajo (JSS): Evaluando la felicidad laboral

La Escala de Satisfacción en el Trabajo (JSS), desarrollada por Spector en 1985, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir la satisfacción general del trabajador con su trabajo. Se basa en la idea de que la satisfacción en el trabajo es un factor importante para el bienestar individual y la productividad de las empresas.

4.4.4 Escala de bienestar psicológico en el trabajo (PWBTS): Explorando la felicidad laboral

La Escala de Bienestar Psicológico en el Trabajo (PWBTS), desarrollada por Diener, Suh, Lucas y Smith en 1993, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir el bienestar psicológico en el contexto laboral. Se basa en la idea de que la felicidad en el trabajo no solo depende de las condiciones objetivas del trabajo, sino también de la percepción individual del trabajador.

4.4.5 Escala de percepción de la calidad del trabajo (JQWL): Evaluando la calidad del trabajo desde la perspectiva del trabajador

La Escala de Percepción de la Calidad del Trabajo (JQWL), desarrollada por Hackman y Oldham en 1975, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir la percepción del trabajador sobre la calidad del trabajo que realiza. Se basa en la idea de que la calidad del trabajo no solo depende de las características objetivas del trabajo, sino también de la percepción individual del trabajador.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

El enfoque de la investigación de este proyecto de investigación de tipo descriptivo y enfoque cualitativo, ya que estudia la realidad en su contexto natural como lo es la Felicidad en el trabajo, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar las variables estudiadas de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas e investigadores y autores acerca del tema de estudio.

El método aplicado es el neopositivismo, el cual resalta la importancia de la comprobación científica de los conceptos filosóficos y cuyo principal tema de preocupación es el análisis de la significación por medio de un análisis lógico del lenguaje; el conocimiento sobre la realidad se da tan sólo en el pensar cotidiano o concretamente científico; desde el punto de vista del neopositivismo, el análisis filosófico no se hace extensivo a los objetos reales, ha de limitarse a lo “dado”, es decir, a la experiencia inmediata o lenguaje.

El diseño de la investigación de este proyecto de grado es cualitativo de tipo descriptiva.

La investigación cualitativa descriptiva se centra en comprender y describir en detalle un fenómeno o situación social desde la perspectiva de los participantes. Busca explorar las experiencias, creencias, valores y significados que las personas otorgan a su realidad, sin pretender generalizar los resultados a una población mayor. Algunas características de la investigación cualitativa descriptiva con las siguientes:

- **Énfasis en la descripción:** Se busca una representación rica y detallada del fenómeno, capturando la complejidad y las diferentes perspectivas de los participantes.
- **Metodologías:** Se utilizan métodos como entrevistas en profundidad, grupos focales, observación participante y análisis de documentos, que permiten recopilar datos no numéricos y comprender la perspectiva de los participantes.
- **Análisis inductivo:** El análisis de los datos se realiza de forma inductiva, es decir, a partir de los datos específicos se van construyendo categorías y conceptos que permiten comprender el fenómeno en su conjunto.
- **Objetivo:** No busca generalizar los resultados a una población mayor, sino

comprender en profundidad un caso particular.

Como se mencionó anteriormente, entre las herramientas y técnicas de recolección de datos a utilizar, está la encuesta, que es una técnica de recopilación de información donde el investigador interroga a los investigados los datos que desea obtener. Se trata de conseguir información, de manera sistemática y ordenada de una población o muestra, sobre las variables consideradas en una investigación.

5.1 Tamaño de la población

La población de interés del presente estudio consta del 100% de los trabajadores de Summar Productividad que prestan sus servicios en una institución prestadora de servicios de educación superior, para un total de 230 trabajadores.

5.1.1 Parámetros de interés

Para la evaluación se definen dos parámetros principales promedios y proporciones. La proporción aparecen en las preguntas de selección única y también en preguntas de selección múltiple. El cálculo de proporciones implica la creación de una variable indicadora (dummy) y el cálculo del promedio sobre esta variable, así por ejemplo si se indaga por el sexo, para las categorías masculino y femenino se construye una variable indicadora que toma el valor 1 si el individuo tiene el sexo de interés (por ejemplo, masculino) y cero en otros casos, sobre esa variable se calcula un promedio y así se obtiene el promedio poblacional. Dado que

Media poblacional: se define como la suma de la variable de interés en el universo sobre el tamaño poblacional. Se calcula como (Gutiérrez, 2016):

$$\bar{y}_{U_h} = \frac{1}{N_h} \sum_{U_h} y_k$$

Con y_k es la variable de observada en la unidad k , N_h es el tamaño de la población en el estrato h , h hace referencia al universo en el estrato h .

Proporción poblacional: la proporción poblacional se obtiene con la expresión de la media para los casos en que la variable y_k toma el valor 1 si la unidad k tiene el atributo de interés y 0 en otro caso.

6. REALIZAR UN INVESTIGACIÓN DE LOS DIFERENTES MODELOS EXISTENTES PARA MEDIR LA FELICIDAD EN EL TRABAJO VIGENTES

Para el desarrollo del objetivo número uno se realizó una investigación de múltiples escalas de felicidad, algunas de las cuales se detallan a continuación:

6.1 La escala de bienestar social (SWBS)

La Escala de Bienestar Social (SWBS) es un instrumento de evaluación psicológica creado por Corey Keyes en 1998 para medir el bienestar social en individuos adultos. Se basa en la conceptualización del bienestar social como un constructo multidimensional que abarca cinco áreas clave:

1. Integración Social: Sentimiento de pertenencia a una comunidad o grupo social, con relaciones positivas y significativas con otras personas.
2. Aceptación Social: Percepción de ser valorado y respetado por los demás, sintiéndose parte de un grupo social que lo acepta.
3. Contribución Social: Sentimiento de que uno está haciendo una contribución valiosa a la sociedad, ya sea a través del trabajo, el voluntariado o cualquier otra actividad.
4. Actualización Social: Percepción de que uno está desarrollando su potencial y alcanzando sus metas en la vida.
5. Coherencia Social: Sentimiento de que las normas y valores de la sociedad son justos y equitativos, y que uno puede vivir de acuerdo con ellos.

La SWBS consta de 32 ítems, divididos en las cinco dimensiones mencionadas. Cada ítem se responde en una escala Likert de 5 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo".

Beneficios de utilizar la SWBS:

- Autoconocimiento: Permite a las personas conocer mejor su propio nivel de bienestar social en las diferentes áreas.
- Evaluación de programas: Se puede utilizar para evaluar la eficacia de programas y políticas sociales que buscan mejorar el bienestar social.

- Investigación: Es una herramienta útil para investigadores que estudian el bienestar social y sus diferentes componentes.

Limitaciones de la SWBS:

- Subjetividad: La percepción del bienestar social es subjetiva y puede variar entre las personas.
- Influencias culturales: Las respuestas pueden estar influenciadas por la cultura y el contexto social del individuo.
- No es un diagnóstico: La SWBS no es un instrumento de diagnóstico clínico, sino una herramienta de autoevaluación.

6.2 Escala de felicidad en el trabajo (JHW)

La Escala de Felicidad en el Trabajo (JHW) es un instrumento de evaluación psicológica desarrollado por Judge, Heller y Watkins en 2002 para medir la felicidad en el trabajo. Se basa en la idea de que la felicidad en el trabajo es un constructo multidimensional que abarca cinco áreas clave:

1. Satisfacción con el trabajo: Se refiere al grado en que el trabajador se siente satisfecho con las tareas que realiza, su nivel de responsabilidad y el uso de sus habilidades.
2. Orgullo en el trabajo: Se refiere al sentimiento de satisfacción y accomplishment que el trabajador siente al realizar su trabajo.
3. Disfrute del trabajo: Se refiere al grado en que el trabajador disfruta de las actividades que realiza en su trabajo.
4. Relaciones con los compañeros: Se refiere a la calidad de las relaciones que el trabajador tiene con sus compañeros de trabajo.
5. Relaciones con el supervisor: Se refiere a la calidad de la relación que el trabajador tiene con su supervisor.

Estructura:

La Escala JHW consta de 15 ítems, divididos en las cinco dimensiones mencionadas. Cada ítem se responde en una escala Likert de 5 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo".

Interpretación de las puntuaciones:

Las puntuaciones totales para cada subescala se interpretan de la siguiente manera:

- **Baja:** Si la puntuación total es inferior a la media, el trabajador podría no estar experimentando altos niveles de felicidad en esa dimensión.
- **Media:** Si la puntuación total está alrededor de la media, el trabajador se encuentra en un nivel promedio de felicidad en esa dimensión.
- **Alta:** Si la puntuación total es superior a la media, el trabajador probablemente está experimentando altos niveles de felicidad en esa dimensión.

Beneficios de utilizar la Escala JHW:

- **Evaluar la felicidad en el trabajo:** Permite a las empresas y organizaciones conocer el nivel de felicidad de sus empleados en diferentes áreas.
- **Identificar áreas de mejora:** Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la empresa puede mejorar para aumentar la felicidad de sus empleados.
- **Investigación:** Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del trabajo y las organizaciones.

Limitaciones la Escala JHW:

- Es importante tener en cuenta que la Escala JHW es un instrumento de autoevaluación y no un diagnóstico.
- Si se obtienen puntuaciones bajas en alguna de las subescalas, es recomendable realizar un análisis más profundo para identificar las causas de la insatisfacción en el trabajo.

6.3 Escala de satisfacción en el trabajo (JSS): evaluando la felicidad laboral

La Escala de Satisfacción en el Trabajo (JSS), desarrollada por Spector en 1985, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir la satisfacción general del trabajador con su trabajo. Se basa en la idea de que la satisfacción en el trabajo es un factor importante para el bienestar individual y la productividad de las empresas.

Estructura:

La JSS se compone de 9 ítems que evalúan diferentes aspectos de la satisfacción en el trabajo, como:

- El trabajo en sí: Se refiere al grado en que el trabajador disfruta de las tareas que realiza, su nivel de responsabilidad y el uso de sus habilidades.
- Las condiciones de trabajo: Evalúa la satisfacción del trabajador con el salario, los beneficios, el ambiente físico de trabajo y las horas de trabajo.
- Las relaciones con los compañeros: Mide la calidad de las relaciones que el trabajador tiene con sus compañeros de trabajo.
- Las relaciones con el supervisor: Evalúa la calidad de la relación que el trabajador tiene con su supervisor.
- Las oportunidades de promoción: Se refiere al grado en que el trabajador siente que tiene oportunidades de ascender en la empresa.

Formato de respuesta:

Cada ítem se responde en una escala Likert de 7 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo".

Interpretación de las puntuaciones:

Las puntuaciones totales se interpretan de la siguiente manera:

- Baja: Si la puntuación total es inferior a la media, el trabajador podría no estar satisfecho con su trabajo.

- Media: Si la puntuación total está alrededor de la media, el trabajador se encuentra en un nivel promedio de satisfacción con su trabajo.
- Alta: Si la puntuación total es superior a la media, el trabajador probablemente está satisfecho con su trabajo.

Beneficios de utilizar la Escala JSS:

- Evaluar la satisfacción en el trabajo: Permite a las empresas y organizaciones conocer el nivel de satisfacción de sus empleados con su trabajo.
- Identificar áreas de mejora: Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la empresa puede mejorar para aumentar la satisfacción de sus empleados.
- Investigación: Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del trabajo y las organizaciones.

Limitaciones de utilizar la Escala JSS:

- Es importante tener en cuenta que la JSS es un instrumento de autoevaluación y no un diagnóstico.
- Si se obtienen puntuaciones bajas, es recomendable realizar un análisis más profundo para identificar las causas de la insatisfacción en el trabajo.

6.4 Escala de bienestar psicológico en el trabajo (PWBTs): explorando la felicidad laboral

La Escala de Bienestar Psicológico en el Trabajo (PWBTs), desarrollada por Diener, Suh, Lucas y Smith en 1993, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir el bienestar psicológico en el contexto laboral. Se basa en la idea de que la felicidad en el trabajo no solo depende de las condiciones objetivas del trabajo, sino también de la percepción individual del trabajador.

Estructura:

La PWBTs se compone de 6 ítems que evalúan dos dimensiones clave del bienestar psicológico en el trabajo:

1. Satisfacción con el trabajo: Mide el grado en que el trabajador se siente satisfecho con su trabajo en general, incluyendo las tareas que realiza, las condiciones de trabajo y sus compañeros.
2. Afectividad positiva en el trabajo: Evalúa la frecuencia con la que el trabajador experimenta emociones positivas en el trabajo, como alegría, entusiasmo y satisfacción.

Formato de respuesta:

Cada ítem se responde en una escala Likert de 7 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo".

Interpretación de las puntuaciones:

Las puntuaciones totales se interpretan de la siguiente manera:

- Baja: Si la puntuación total es inferior a la media, el trabajador podría no estar experimentando altos niveles de bienestar psicológico en el trabajo.
- Media: Si la puntuación total está alrededor de la media, el trabajador se encuentra en un nivel promedio de bienestar psicológico en el trabajo.
- Alta: Si la puntuación total es superior a la media, el trabajador probablemente está experimentando altos niveles de bienestar psicológico en el trabajo.

Beneficios de utilizar la escala PWBT:

- Evaluar el bienestar psicológico en el trabajo: Permite a las empresas y organizaciones conocer el nivel de bienestar de sus empleados en el trabajo.
- Identificar áreas de mejora: Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la empresa puede mejorar para aumentar el bienestar de sus empleados.
- Investigación: Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del trabajo y las organizaciones.

Limitaciones de utilizar la escala PWBT:

- Es importante tener en cuenta que la PWBTS es un instrumento de autoevaluación y no un diagnóstico.
- Si se obtienen puntuaciones bajas, es recomendable realizar un análisis más profundo para identificar las causas del bajo bienestar psicológico en el trabajo.

6.5 Escala de percepción de la calidad del trabajo (JWQL): evaluando la calidad de trabajo desde la perspectiva del trabajador

La Escala de Percepción de la Calidad del Trabajo (JQWL), desarrollada por Hackman y Oldham en 1975, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir la percepción del trabajador sobre la calidad del trabajo que realiza. Se basa en la idea de que la calidad del trabajo no solo depende de las características objetivas del trabajo, sino también de la percepción individual del trabajador.

Estructura:

La JQWL se compone de 9 ítems que evalúan cinco dimensiones clave de la calidad del trabajo:

1. Variedad de habilidades: Mide el grado en que el trabajo requiere que el trabajador utilice una variedad de habilidades y talentos.
2. Significado de la tarea: Evalúa el grado en que el trabajo tiene un impacto significativo en la vida de otras personas.
3. Autonomía: Mide el grado en que el trabajador tiene control sobre la forma en que realiza su trabajo.
4. Identidad de la tarea: Evalúa el grado en que el trabajo es un todo completo e identificable.
5. Retroalimentación: Mide el grado en que el trabajador recibe información clara y precisa sobre su rendimiento.

Formato de respuesta:

Cada ítem se responde en una escala Likert de 7 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo".

Interpretación de las puntuaciones:

Las puntuaciones totales para cada subescala se interpretan de la siguiente manera:

- **Baja:** Si la puntuación total es inferior a la media, el trabajador podría no percibir una alta calidad en esa dimensión del trabajo.
- **Media:** Si la puntuación total está alrededor de la media, el trabajador tiene una percepción promedio de la calidad del trabajo en esa dimensión.
- **Alta:** Si la puntuación total es superior a la media, el trabajador probablemente percibe una alta calidad en esa dimensión del trabajo.

Beneficios de utilizar la escala JQWL:

- **Evaluar la percepción de la calidad del trabajo:** Permite a las empresas y organizaciones conocer la percepción de sus empleados sobre la calidad del trabajo que realizan.
- **Identificar áreas de mejora:** Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la empresa puede mejorar la calidad del trabajo para sus empleados.
- **Investigación:** Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del trabajo y las organizaciones.

Limitaciones de utilizar las escalas JQWL:

- Es importante tener en cuenta que la JQWL es un instrumento de autoevaluación y no un diagnóstico.
- Si se obtienen puntuaciones bajas, es recomendable realizar un análisis más profundo para identificar las causas de la baja percepción de la calidad del trabajo.

6.6 Escala PERMA Profiler

La escala PERMA Profiler, desarrollada por el Dr. Martin Seligman y sus colaboradores en 2011, es un instrumento de evaluación psicológica que busca medir el bienestar integral de la persona. Se basa en el modelo PERMA, que identifica cinco pilares fundamentales del bienestar:

- Emociones positivas: Mide la frecuencia con la que la persona experimenta emociones positivas como alegría, entusiasmo y satisfacción.
- Compromiso: Evalúa el grado en que la persona se encuentra comprometida y absorbida en sus actividades.
- Relaciones positivas: Mide la calidad de las relaciones que la persona tiene con sus amigos, familiares y pareja.
- Significado: Evalúa el grado en que la persona tiene un sentido de propósito y significado en su vida.
- Logros: Mide el grado en que la persona ha logrado sus objetivos y metas en la vida.

6.6.1 Estructura modelo PERMA

El PERMA Profiler se compone de 25 ítems, divididos en las cinco dimensiones mencionadas anteriormente. Cada ítem se responde en una escala Likert de 10 puntos, que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo" ó "Nunca" hasta "Siempre".

6.6.2 Interpretación de las puntuaciones

Las puntuaciones totales para cada subescala se interpretan de la siguiente manera:

Baja: Si la puntuación total es inferior a la media, la persona podría no estar experimentando un alto nivel de bienestar en esa dimensión.

Media: Si la puntuación total está alrededor de la media, la persona se encuentra en un nivel promedio de bienestar en esa dimensión.

Alta: Si la puntuación total es superior a la media, la persona probablemente está experimentando un alto nivel de bienestar en esa dimensión.

Beneficios de utilizar El PERMA Profiler:

- En el año 2016, las investigadoras Margaret L. Kern y Julie Butler profesores asociados de la Universidad de Pennsylvania en su investigación "Perma – Profiler, una breve medida multidimensional de la prosperidad" establecen, que el modelo Workplace Perma-Profiler, en su versión en inglés, arroja resultados confiables y

aceptables. Posteriormente fue traducido al español por traductores nativos corrigiendo posibles imperfecciones en la aplicación de las preguntas.

- Permite evaluar el bienestar integral: Permite a las personas conocer su nivel de bienestar en las cinco dimensiones del modelo PERMA.
- Permite Identificar áreas de mejora: Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la persona puede mejorar su bienestar.
- Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del bienestar.

Limitaciones de utilizar El PERMA Profiler:

- Luego de revisar el modelo y su aplicabilidad, estructura y preguntas a aplicar no se evidencian limitaciones para su aplicación.

7. DETERMINAR EL NIVEL DE FELICIDAD EN EL TRABAJO DE LOS COLABORADORES OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE SUMMAR PRODUCTIVIDAD, QUE PRESTAN SUS SERVICIOS DE FACILITY EN UN CLIENTE PARETO DE LA COMPAÑÍA QUE SE DEDICA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Con el fin de desarrollar los objetivos específico número dos de este proyecto, se realizó un censo al personal de la firma Summar que presta sus servicios en un cliente Pareto que se dedica a la prestación de servicios de educación superior en la ciudad de Bogotá con el fin de medir el nivel de felicidad de esta población basado en la herramienta PERMA. Luego de la revisión de varias escalas para la medición de la felicidad se optó por elegir el modelo PERMA por las siguientes razones:

- En el año 2016, las investigadoras Margaret L. Kern y Julie Butler profesoras asociadas de la Universidad de Pennsylvania en su investigación “Perma – Profiler, una breve medida multidimensional de la prosperidad” establecen, que el modelo Workplace Perma-Profiler, en su versión en inglés, arroja resultados confiables y aceptables. Posteriormente fue traducido al español por traductores nativos corrigiendo posibles imperfecciones en la aplicación de las preguntas.
- Permite evaluar el bienestar integral: Permite a las personas conocer su nivel de bienestar en las cinco dimensiones del modelo PERMA.
- Permite Identificar áreas de mejora: Se puede utilizar para identificar las áreas en las que la persona puede mejorar su bienestar.
- Es una herramienta útil para la investigación en el campo de la psicología del bienestar.

En línea con los anteriores y con el fin de desarrollar el objetivo número dos de este proyecto de grado, la información recolectada fue tratada y analizada de acuerdo a la siguiente metodología.

En total se tomaron 230 encuestas utilizando PERMA, de las cuales 1 no aceptó el tratamiento de datos para fines académicos, por lo que no se tuvo en cuenta para el presente estudio.

Las respuestas de la encuesta se realizaron de manera anónima, con el fin de que fuesen lo más transparente posibles, sin embargo, buscando revisar que no se tuviesen duplicados en el diligenciamiento de la herramienta, se solicitó el número de documento de identificación (Cédula de Ciudadanía) a los participantes. Con esto en cuenta, se encontró que 2 de los participantes realizaron la encuesta más de una vez.

Buscando que los resultados fuesen lo más cercanos a la realidad posible, se evaluó si las respuestas cambiaron entre un diligenciamiento y el siguiente; de ser así, se mantenían las dos respuestas, de otra manera, se eliminaba uno de los registros. Así pues, para los participantes con registros duplicados, en un caso se mantuvieron los dos registros y en otro se eliminó uno de los registros.

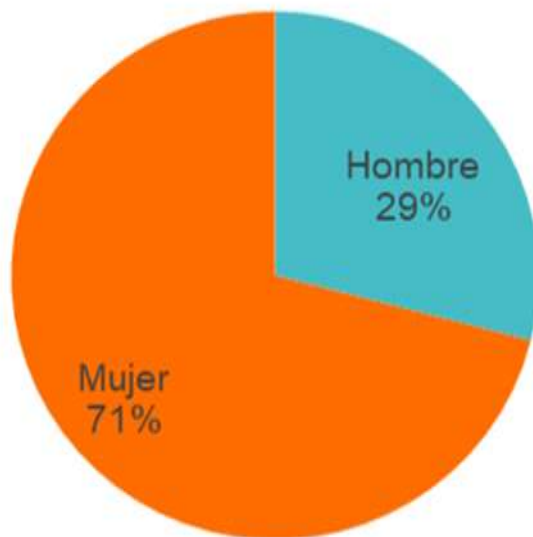
7.1 Análisis descriptivo

7.1.1 Análisis de datos demográficos

Demográficamente, se tuvieron en cuenta las variables de edad, estrato socioeconómico y género. Se encontró que la población de estudio es mayoritariamente femenina (71%); el rango de edad predominante en la población estudiada es de 36 a 45 años (32%), sin embargo, hay una concentración alta en los rangos de edad de 26 a 35 años (29%) y mayores de 45 años (28%).

Figura 2

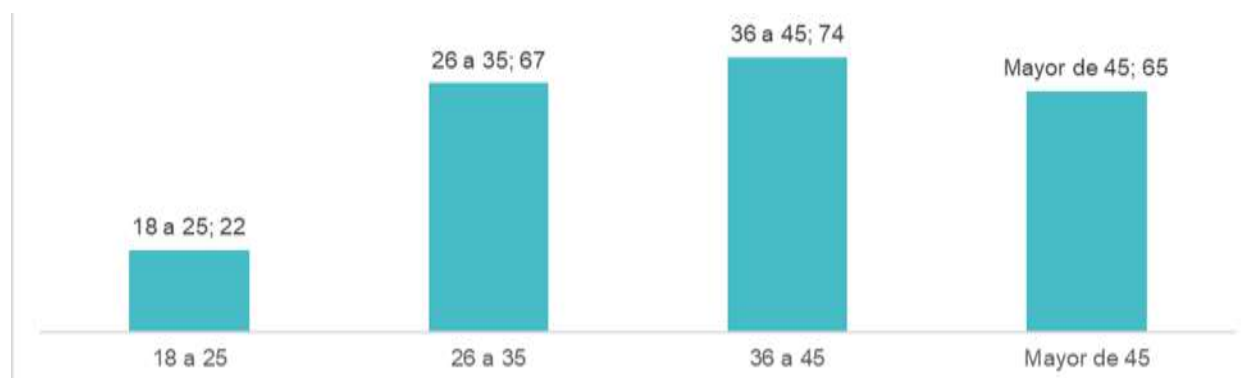
Proporción por Género



Nota. El estudio demográfico reveló una mayoría femenina (71%), con una concentración destacada en los grupos de 26 a 35 años (29%) y mayores de 45 años (28%).

Figura 3

Histograma por Rangos de Edad

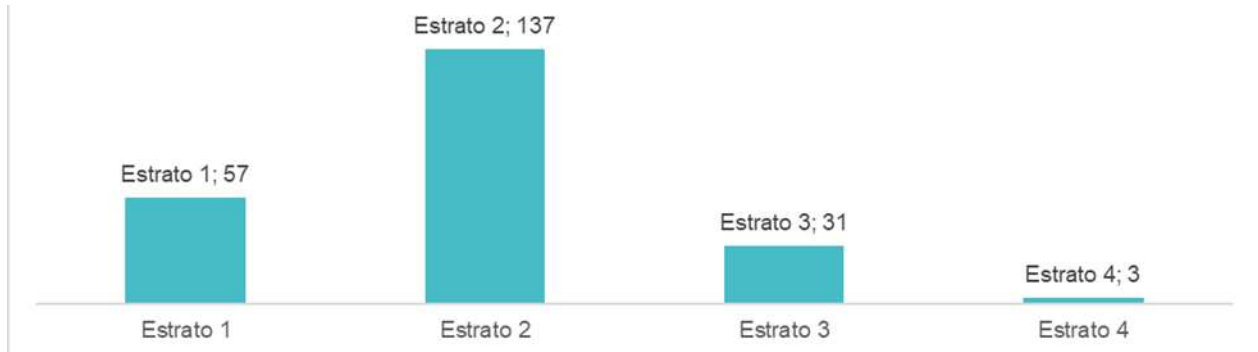


Nota. Histograma de Distribución por Rangos de Edad

Con respecto al estrato socioeconómico, la mayor concentración se encuentra en el estrato 2 (60%).

Figura 4

Histograma por Estrato Socioeconómico



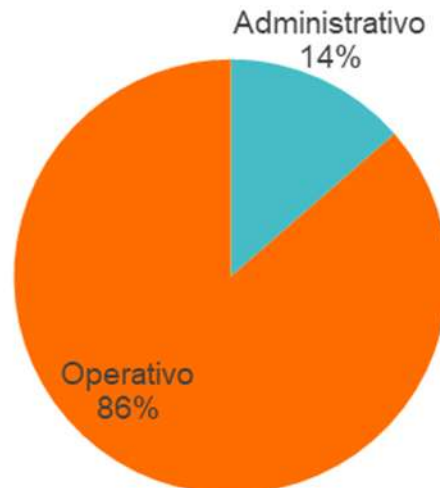
Nota. Histograma de Distribución por Estrato Socioeconómico

7.1.2 Categoría de colaboradores

Para efectos de este estudio, los colaboradores de la compañía se van a dividir en dos categorías o grupos, administrativos y operativos, dependiendo de las funciones que desarrollen dentro de la empresa. Con base en lo anterior, evidenciamos que la mayoría de los encuestados (86%) pertenecen al grupo de colaboradores operativos.

Figura 5

Proporción por Categoría - Colaborador



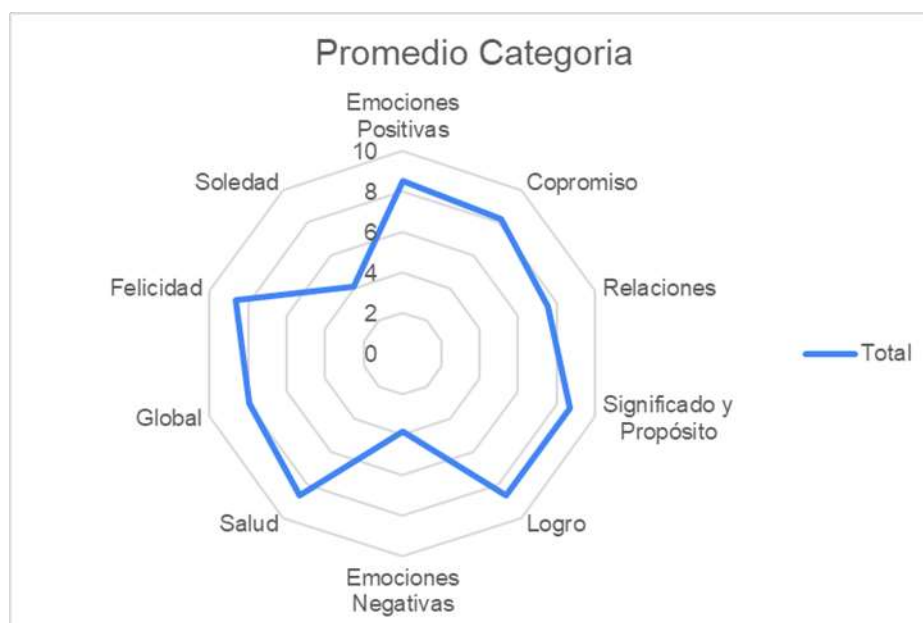
Nota. En este estudio, los colaboradores se dividen en dos grupos: administrativos y operativos. La mayoría de los encuestados (86%) pertenece al grupo de colaboradores operativos

7.1.3 Análisis PERMA

La metodología PERMA nos permite interpretar las respuestas de los distintos grupos de colaboradores, en este caso, dependiendo de las variables demográficas y categoría de los colaboradores. La interpretación de los resultados nos dará los factores determinantes para implementar planes de acción con el fin de mejorar los resultados en alguno de factores de medición de PERMA para un grupo determinado de colaboradores. Con base en lo anterior, en la gráfica 5 se presentan los resultados promedio del total de los colaboradores para cada uno de los factores de la herramienta PERMA. Se evidencia que los factores más críticos en para la población objetivo son Relaciones ($\mu = 7,56$), Global ($\mu = 7,95$), Emociones Negativas ($\mu = 3,82$) y Soledad ($\mu = 4,09$).

Figura 6

Promedio por categoría PERMA – Total Población



Nota. Promedio por categoría PERMA para la población total: Evaluación de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA para la totalidad de la población.

7.1.4 Análisis PERMA – Categoría de colaboradores

Comparativamente, por grupo de colaboradores, los pertenecientes al componente administrativo de la empresa, cuenta con mejores resultados promedio en 6 de los 10 aspectos evaluados en PERMA.

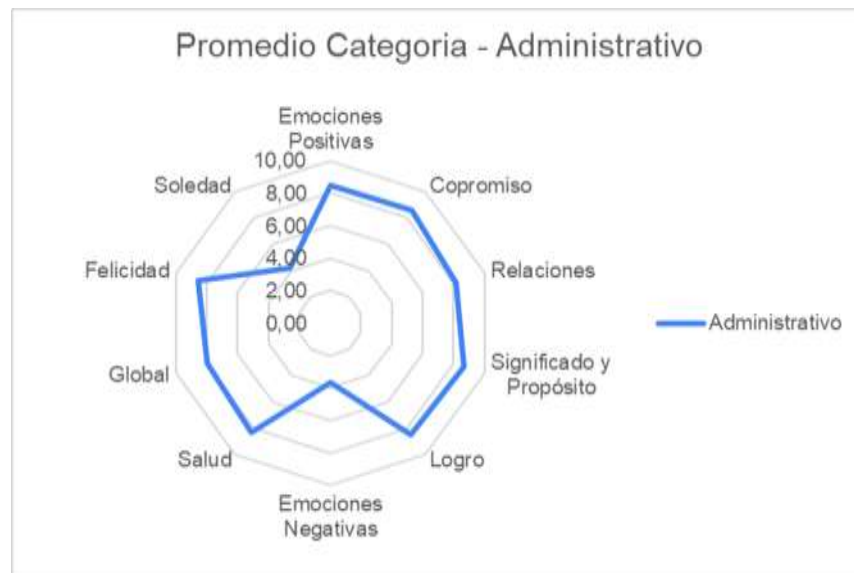
Las unidades de Emociones Positivas, Compromiso, y, Significado y Propósito, tienen resultados similares y superiores a 8 puntos tanto para los colaboradores administrativos como para los operativos.

En cuanto al componente de Relaciones, hay una diferencia de 67 puntos básicos entre el promedio de los puntajes de los trabajadores del área administrativa y el área operativa (*Administrativos* $\mu = 8,14$ vs *Operativos* $\mu = 7,47$).

Para los factores de Logro (*Administrativos* $\mu = 8,51$ vs *Operativos* $\mu = 8,68$) y Salud (*Administrativos* $\mu = 8,29$ vs *Operativos* $\mu = 8,67$) y Felicidad Global (*Administrativos* $\mu = 8,58$ vs *Operativos* $\mu = 8,65$) y Soledad (*Administrativos* $\mu = 4,19$ vs *Operativos* $\mu = 4,07$), los colaboradores del componente operativo tienen mejores puntuaciones promedio que los trabajadores administrativos.

Figura 7

Promedio por categoría PERMA – Colaboradores Administrativos



Nota. Promedio por categoría PERMA para Colaboradores Administrativos: Evaluación de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA específicamente para el grupo de colaboradores administrativos.

Figura 8

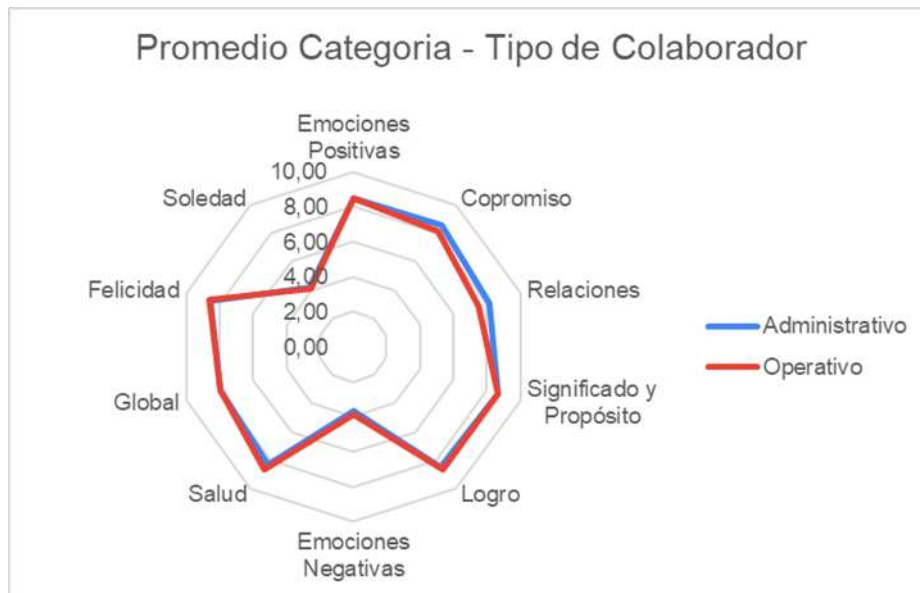
Promedio por categoría PERMA – Colaboradores Operativos



Nota. Promedio por categoría PERMA para Colaboradores Operativos: Evaluación de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA específicamente para el grupo de colaboradores operativos

Figura 9

Promedio por categoría PERMA – Comparativos Tipo de Colaborador



Nota. Promedio por categoría PERMA – Comparativos por Tipo de Colaborador: Análisis de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA, diferenciados por el tipo de colaborador

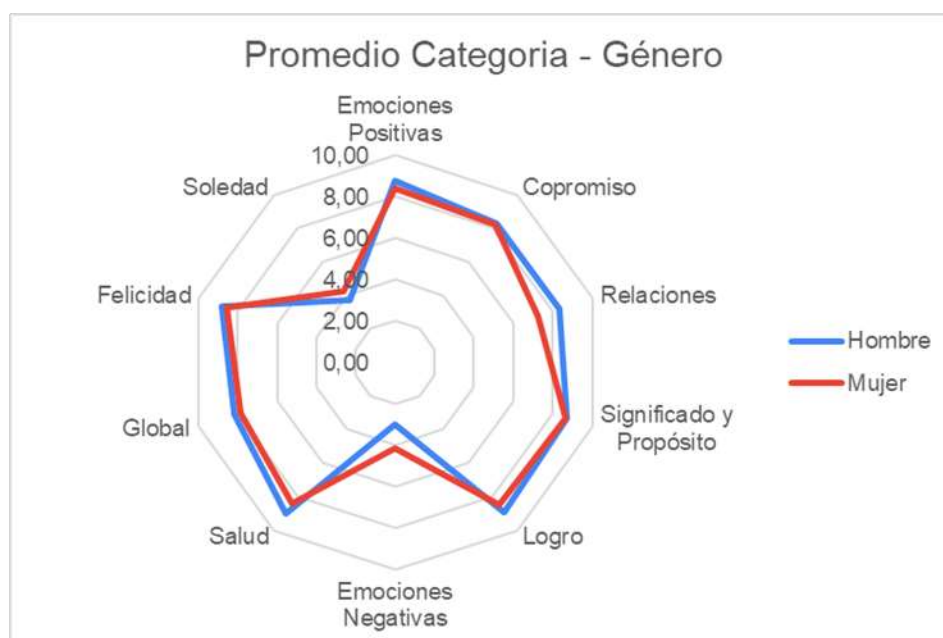
7.1.5 Análisis PERMA – Género

Si dividimos la población de estudio por género, los resultados entre hombres y mujeres tienen resultados relativamente similares (diferencia no mayor a 50ppb) para 7 de los 10 factores de PERMA.

Las mujeres tienen un promedio 113 puntos básicos más bajo en las preguntas correspondientes al componente de Relaciones (*Mujeres* $\mu = 7,26$ vs *Hombres* $\mu = 8,36$). Por otro lado, los hombres tienen un promedio 118 puntos básicos más bajo en el componente de Emociones Negativas que las mujeres (*Mujeres* $\mu = 4,16$ vs *Hombres* $\mu = 2,98$), así mismo, los hombres tienen un promedio 51 puntos básicos menos en el componente de Soledad que las mujeres (*Mujeres* $\mu = 4,23$ vs *Hombres* $\mu = 3,73$).

Figura 10

Promedio por categoría PERMA – Comparativos Género



Nota. Promedio por categoría PERMA – Comparativos por Género: Análisis de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA, diferenciados por género

7.1.6 Análisis PERMA – edad

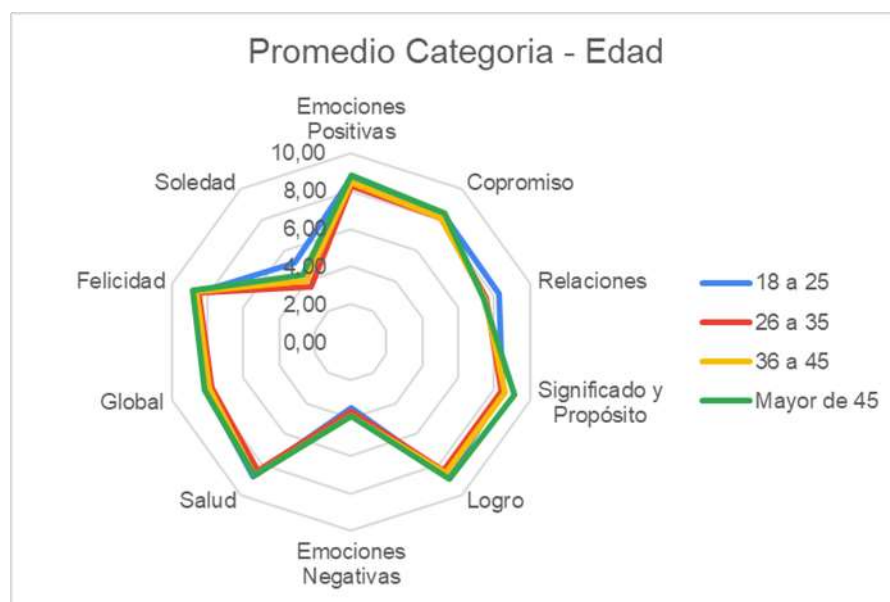
Teniendo en cuenta la visual de las categorías de edad, los colaboradores de 18 a 25 años y mayores a 45 años cuentan con valores promedio más altos en el componente de Soledad ($\mu = 5,14$ vs $\mu = 4,35$ respectivamente). Adicionalmente, los colaboradores

con rango de edad (36 a 45 años y mayores a 45 años) tuvieron los valores más altos en el componente de emociones negativas.

Aunque el promedio del componente de Relaciones tuvo una puntuación promedio relativamente baja (menor a 8 puntos) en todas las categorías de edad mayores a 25 años, los empleados de 18 a 25 años tuvieron un puntaje promedio de 8,24, comparativamente superior al resto de los colaboradores.

Figura 11

Promedio por categoría PERMA – Edad



Nota. Promedio por categoría PERMA – Edad: Evaluación de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA, segmentados por grupos de edad.

7.1.7 Análisis PERMA – estrato socioeconómico

Si se analizan los colaboradores con base a su estrato socioeconómico, 7 de los 10 componentes de la herramienta PERMA tienen un resultado superior a 8 puntos para todos los estratos; sin embargo, los 3 componentes restantes parecen ordenarse con respecto al estrato socioeconómico del trabajador. Así pues, entre mayor sea el estrato, mayor es el puntaje promedio del componente de relaciones; y, de igual manera, entre mayor sea el estrato, menor es el puntaje promedio en el componente de emociones

negativas.

Viendo los resultados de los componentes de relaciones y emociones negativas, sería intuitivo esperar que el puntaje promedio del componente de soledad fuese más bajo a medida que aumenta el estrato socioeconómico; no obstante, entre mayor es el estrato, mayor es también el puntaje promedio del componente de soledad en la herramienta PERMA (Ver tabla a continuación)

Tabla 1

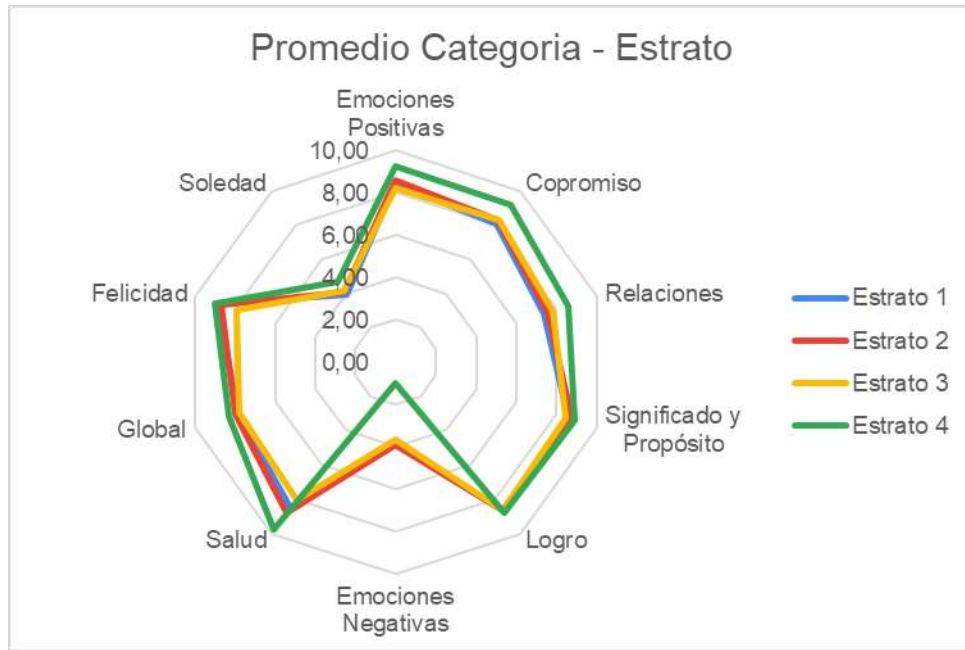
Promedio de Puntos en componentes de Relaciones, Emociones Negativas y Soledad por Estrato

Estrato	μ Relaciones	μ Emociones Negativas	μ Soledad
Estrato 1	7.37	3.89	3.95
Estrato 2	7.56	3.88	4.11
Estrato 3	7.80	3.68	4.19
Estrato 4	8.56	1.00	4.67
Total general	7.56	3.82	4.09

Nota. La tabla revela que, en general, los niveles de relaciones aumentan con el estrato socioeconómico, siendo el Estrato 4 el más alto. Además, el Estrato 4 muestra notoriamente menos emociones negativas y mayores niveles de soledad en comparación con otros estratos.

Figura 12

Promedio por categoría PERMA – Estrato



Nota. Promedio por categoría PERMA – Estrato: Evaluación de los niveles promedio en los factores de la herramienta PERMA, segmentados por estrato socioeconómico.

8. DISEÑAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA PROMOVER UN PROGRAMA DE FELICIDAD EN EL TRABAJO, PARA LOS COLABORADORES OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE SUMMAR PRODUCTIVIDAD, QUE PRESTAN SUS SERVICIOS DE CACILITY EN UN CLIENTE PARETO DE LA COMPAÑÍA QUE SE DEDICA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Para el desarrollo del objetivo específico número tres de este proyecto de grado, y con el fin de atacar las variables identificadas con puntuaciones bajas y que afectan la percepción de felicidad de la población intervenida, se formula un plan de formación y bienestar.

Figura 13

Contextualización y Justificación del Plan de Formación y Bienestar

PLAN DE FORMACION Y BIENESTAR								Cronograma Prop...		
CLIENTE PARETO SERVICIOS DE EDUCACIOÓ SUPERIOR								2023		
ACTIVIDAD	DIRIGIDO A:	TEMAS	OBJETIVO	RESPONSABLE	FRECUENCIA	METODOLOGIA	DURACION (horas)	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Bienestar	Todo el equipo	Reconocimiento Súper Ser, Celebración de Cumpleaños y pausa activa dinámica.	1. Realizar reconocimiento a los trabajadores que se destacan por su excelente desempeño y celebrar los cumpleaños del mes.	Especialista	Mensual	Presencial	1	■		
			2. Propiciar espacios de interacción que incluyan cambios de posturas.	Gestion Humana/Aliado						
Bienestar	Todo el equipo	Día de la salud y el bienestar.	1. Fomentar en el equipo buenos hábitos para mejorar y mantener la salud física, mental y emocional.	Gestion Humana/Aliado/	Semestral	Presencial	4		■	
			2. Brindar información sobre beneficios de la caja de compensación y el fondo de empleados	Especialista						

Figura 13 (Continuación)

PLAN DE FORMACION Y BIENESTAR								Cronograma de Ejecucion Propuesto					
CLIENTE PARETO SERVICIOS DE EDUCACIOÓ SUPERIOR								2023 - 2024					
ACTIVIDAD	DIRIGIDO A:	TEMAS	OBJETIVO	RESPONSABLE	FRECUENCIA	METODOLOGIA	DURACION (horas)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Formacion	Todo el equipo	Programa Servicio al cliente "Mi servicio Summa Conocimiento"- El impacto de mi labor.	Fortalecer e impactar nuestro modelo de servicio dando a conocer herramientas conceptuales y practicas que refelejen una mejor experiencia en la prestación del servicio.	Gestión Humana/Especialista	Trimestral	Presencial	2						
Formacion	Todo el equipo	Socializacion del COCOLA (comité convivencia Laboral)	Garantizar el personal conozca los aspectos , definiciones, objetivo, alcance,, integrantes y funciones que conforman el COCOLA, facilitando el acceso al mismo.	Gestión Humana/Especialista	Semestral	Presencial	1						
Formacion	Todo el equipo	Programa Servicio al cliente "Mi servicio Summa Oportunidad"Soy aliado de todos"	Motivar la reflexión sobre la oportunidad que se tiene de convertirse en aliado para todos, a través de una atención que privilegie prácticas de comunicación asertivas, empáticas y efectivas, en el marco de mejores relaciones interpersonales que nos conecten y permitan trabajar en equipo.	Gestión Humana/Especialista	Trimestral	Presencial							

Figura 13 (Continuación)

PLAN DE FORMACION Y BIENESTAR								Cronograma de Ejecucion Propuesto					
CLIENTE PARETO SERVICIOS DE EDUCACIOÓ SUPERIOR								2023 - 2024					
ACTIVIDAD	DIRIGIDO A:	TEMAS	OBJETIVO	RESPONSABLE	FRECUENCIA	METODOLOGIA	DURACION (horas)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Formacion	Todo el equipo	Programa Servicio al cliente " Mi servicio Summa Excelencia"- Características del servicio.	Reconocer y afianzar el modelo de servicio Summar, destacando la importancia de cumplir con un servicio que genere emociones, cree conexiones, facilite soluciones y proponga innovaciones.	Gestión Humana/Especialista	Trimestral	Presencial	2						
Formacion	Todo el equipo	Programa Servicio al cliente "Mi servicio Summa Valor"- La actitud es la clave.	Reconocer la importancia de la actitud, cordialidad, amabilidad y buen trato hacia los clientes internos y externos al ser oportunos en el desarrollo de las funciones en el trabajo.	Gestión Humana/Especialista	Trimestral	Presencial	2						
Formacion	Administrador contrato	Liderazgo: Comunicación enfocada al rol	Desarrollar y fortalecer habilidades de comunicación que contribuyan al mejor desempeño laboral y a la gestión de sus equipos de trabajo	Gestión Humana/Admon contrato	Mensual	Presencial/Virtual	2						
	Especialista de servicio												
	SST												

Figura 13 (Continuación)

PLAN DE FORMACION Y BIENESTAR								Cronograma de Ejecución			
CLIENTE PARETO SERVICIOS DE EDUCACIOÓ SUPERIOR								2023 - 2024			
ACTIVIDAD	DIRIGIDO A:	TEMAS	OBJETIVO	RESPONSABLE	FRECUENCIA	METODOLOGIA	DURACION (horas)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Formacion	Administrador contrato	Mi rol como líder y el impacto de mi trabajo en el servicio	Desarrollar y fortalecer habilidades en el liderazgo que contribuyan al mejor desempeño laboral y a la gestión de sus equipos	Gestión Humana/Admon contrato	Mensual	Presencial/Virtual	2				
	Especialista de servicio										
	SST										
Formacion	Administrador contrato	Manejo de equipo	Desarrollar y fortalecer competencias en el saber ser , que mejoren el desempeño laboral y la gestión de equipos de trabajo	Gestión Humana/Admon contrato	Mensual	Presencial/Virtual	2				
	Especialista de servicio	¿cómo estoy gestionando mi equipo?									
	SST	Tips de manejo de equipos									

Nota. Este cronograma de ejecución propuesto para el cliente "Pareto Servicios de Educación Superior" en 2023-2024 abarca actividades de Bienestar y Formación dirigidas a todo el equipo.

8.1 Listado de iniciativas que inciden en la felicidad en el trabajo

Como complemento al programa de formación y bienestar que se plantea para intervenir la percepción de felicidad de los colaboradores de un cliente Pareto de la empresa Summar procesos SAS, que se dedica a la prestación de servicios de educación superior en la ciudad de Bogotá, se plantean una propuesta de implementación de 30 iniciativas que inciden en la felicidad en el trabajo de los 230 colaboradores encuestados y que se focaliza en impactar positivamente las tres variables cuya puntuación fue menor y afectan la percepción de felicidad de los colaboradores.

Cada una de las iniciativas, tiene un tiempo estimado de implementación y una propuesta para su puesta en marcha en la compañía y específicamente en el cliente Pareto objeto de este estudio.

Figura 14 (Continuación)

Item	Iniciativas que inciden en la Felicidad en el Trabajo	Descripción	PERMA			PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN - MES												
			Emociones Negativas	Soledad	Relaciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10			
7	Celebraciones especiales - Llamada del presidente y mensajes de cumpleaños a todos los colaboradores (grabación)	Las llamadas del presidente, un mensaje de voz donde diga un nombre acompañado de un mensaje positivo y agradecimientos fortalece la unión entre los anfitriones y la organización	X	X	X													
8	La semana de las 5 gracias	fomentar dentro de los colaboradores la cultura del agradecimiento, entregando 5 notas a cada uno y retándolos a que las entreguen a 5 personas diferentes.	X															
9	Megáfono de las buenas noticias	Suena en toda la compañía y comunica cuando se logran ventas superiores a un monto que define la organización.	X	X														
10	Rumba Terapia virtual o presencial	Busca generar espacio virtuales o presenciales que saquen de la rutina y permitan al 100% de los colaboradores anfitriones realizar sus pausas activas durante la jornada de trabajo.	X	X	X													
11	Las tres esferas (familia, salud, trabajo)	Esta iniciativa busca aportar al equilibrio que debe existir entre la familia, la salud y el trabajo, donde es importante fijar prioridades y que cada anfitrión busque este equilibrio.	X															
12	Selección con enfoque Feliz	Revisión de los procesos de reclutamiento, selección y contratación enfocándolos en la cultura de felicidad de Summar Productividad S.A.S y definiendo los criterios para su implementación desde el primer momento que se tiene contacto con el aspirante			X													

Figura 14 (Continuación)

Item	Iniciativas que inciden en la Felicidad en el Trabajo	Descripción	PERMA			PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN - MES												
			Emociones Negativas	Soledad	Relaciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10			
13	Glosario Summar Productividad S.A.S (Palabras aceptadas en la cultura - Palabras no Aceptadas)	Definir un glosario con las frases y palabras permitidas y no permitidas en la organización. Ej; Eso no es asunto mío, la culpa la tiene...	X	X	X													
14	Gimnasio / salón de juegos / Hamacas para descansar	Beneficio para los colaboradores de la compañía que brinde espacios para relajación y esparcimiento. Está demostrado que una siesta de 15 minutos permite reactivar el organismo y mejora la productividad.		X	X													
15	Café con el presidente	Retomar esta buena iniciativa de tomar un café presencial o virtual con nuestro máximo líder	X	X	X													
16	Cuadro de Honor (Operativo y Administrativo)	Continuar con este reconocimiento incluir a los supervisores y personal administrativo	X	X														
17	Noti Summar Productividad S.A.S		X	X														
18	Viernes de sorpresas	Consiste en que un viernes al mes se cuente con actividades de esparcimiento feliz y crecimiento	X	X	X													
19	Donaciones de víveres, ropa, tiempo, saber, juguetes, dinero para apoyar causas sociales	Generar un programa que busque crear cultura de solidaridad para quienes más lo necesitan y hacer parte de campañas y voluntariado para ayudar a los más necesitados.	X	X														

Figura 14 (Continuación)

Item	Iniciativas que inciden en la Felicidad en el Trabajo	Descripción	PERMA			PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN - MES										
			Emociones Negativas	Soledad	Relaciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	
20	Sembrando Futuro - Reforestación	Generar un programa que busque crear cultura de cuidado ambiental y social y hacer parte de campañas de voluntariado en siembra de árboles o cuidado del medio ambiente.	X	X	X											
21	Celebraciones de logros personales y de equipo	Contar con espacios para conversar acerca de los logros personales y laborales de equipo de manera sistémica y con registro de avances	X	X	X											
22	Redes Sociales Summar Productividad S.A.S	Aprovechar las redes sociales para dar a conocer tips e información de interés para la sociedad y para los colaboradores de Summar Productividad S.A.S. Mayor participación del equipo de la alta dirección	X	X	X											
23	Círculos de Felicidad	Implementar círculos de felicidad en el trabajo, bajo el modelo de los círculos de calidad de la cultura de calidad total		X	X											

Figura 14 (Continuación)

Item	Iniciativas que inciden en la Felicidad en el Trabajo	Descripción	PERMA			PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN - MES											
			Emociones Negativas	Soledad	Relaciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10		
24	Comunicación de logros y cosas positivas	Por medio de nuestro Boletín Informativo Summar Productividad S.A.S y correos electrónicos comunicar al interior logros, felicitaciones y cosas positivas que sucedan en la organización. Sabía que..	X	X													
25	Día internacional de la felicidad	Alineación y celebración con esta fecha que existe que es el 20 de marzo de cada año.	X	X													
26	Fiesta de fin de año y Halloween	Actividad de integración con clientes y entre los colaboradores anfitriones para reconocer y agradecer por el esfuerzo diario	X	X	X												
27	Fondo de Empelados - Fonser	Fomentar el ahorro en nuestros colaboradores y los beneficios que pueden derivar de esta práctica, como acceso a créditos con tasas de interés preferencial	X														

Figura 14 (Continuación)

Item	Iniciativas que inciden en la Felicidad en el Trabajo	Descripción	PERMA			PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN - MES											
			Emociones Negativas	Soledad	Relaciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10		
28	Te cuido, Me cuidas, Los Cuidas	Modelo enfocado en el ser, el liderazgo y la excelencia en el servicio		X	X												
29	Mercado a tu alcance	Lograr alianzas con clientes que suministren productos de primera necesidad como mercados, medicamentos, utensilios para atención médica, servicios, etc en donde estos beneficios puedan ser aprovechados por nuestros colaboradores	X														
30	Comput -Ando	Lograr precios especiales en compra de computadoras en volumen que sean de fácil acceso a nuestros colaboradores para su educación y la de sus hijos	X														

Nota: Las estimaciones de tiempo de implementación y las propuestas detalladas para la puesta en marcha de cada iniciativa en Pareto Servicios de Educación Superior se basan en un análisis exhaustivo realizado por Summar Productividad, durante el estudio de formación y bienestar para el periodo 2023-2024. Estas propuestas están sujetas a ajustes y adaptaciones según las necesidades específicas y la evolución del contexto organizacional.

9. CONCLUSIONES

Luego de desarrollados los objetivos específicos uno y dos planteados en este proyecto de grado, se puede concluir que al aplicar del Instrumento PERMA a la población de colaboradores de Summar procesos que presta sus servicios en un cliente Pareto de la compañía, que se dedica a prestar servicios de educación superior en la ciudad de Bogotá y llevar a cabo el análisis de la información recolectada se puede concluir que:

Al realizar el análisis descriptivo por variables demográficas e identificando los principales componentes de la herramienta PERMA que tienen variación en cada grupo de colaboradores fue posible concluir:

Los principales componentes que disminuyen el nivel de felicidad general de la población de interés son Relaciones, Emociones Negativas y Soledad, por lo que deberían ser los primeros en ser atacados en cualquier iniciativa de bienestar corporativo.

El nivel general de bienestar que se infiere del modelo PERMA es más alto para los hombres que para las mujeres.

El nivel general de bienestar que se infiere del modelo PERMA es más alto para los colaboradores administrativos que para los operativos.

En términos generales, se tienen resultados promedio más altos entre mayor sea el estrato, no obstante, entre mayor es el estrato, mayor es el nivel de soledad percibido por los colaboradores.

Se realizaron comparaciones entre categorías desbalanceadas, es decir, entre categorías que tenían más sujetos que otras, esto puede sustentarse debido a que se compararon medidas de tendencia central entre los grupos, sin embargo, es necesario ser cauteloso con los hallazgos generalizados en grupos muy pequeños de la población (por ejemplo, los colaboradores de estrato 4).

Por otra parte, como resultado del desarrollo del objetivo número tres, se plantea un plan de bienestar y formación que busca atacar los componentes evaluados con menor puntuación. Dicho plan se enfoca en fortalecer las relaciones entre los colaboradores, el reconocimiento a su labor y el servicio al cliente interno y externo fundamentado en la

comunicación asertiva. Como complemento al plan propuesto, se listan una serie de iniciativas que tiene como objetivo impactar positivamente los tres componentes de menor puntuación.

REFERENCIAS

- Alcaide Casado, J. C. (2010). La satisfacción del empleado y su correlación con la satisfacción del cliente. *Capital Humano*, 240, 108–109.
- Gerryvelasco. (2017, December). *Psicología Positiva*, La Ciencia que estudia la Felicidad.
- Hernández, R. A., & Serravalle, C. D. (2014). *Felicidad en el trabajo*. Universidad Argentina de la Empresa.
- Launchmetrics. (2015, December 14). Cómo lograr que tus empleados se conviertan en embajadores de marca. <https://www.launchmetrics.com/es/recursos/blog/empleados-embajador-marca>
- López, J. P., & Fierro, I. (2015). Determinantes de la felicidad en los administradores: una investigación realizada en las farmacias del Grupo Difare en Ecuador. *Universidad & Empresa*, 17(19), 181–211.
- Moreno Briceño, F., & Godoy, E. (2012). El Talento Humano: Un Capital Intangible que Otorga Valor en las Organizaciones. *Of Good Conscience.*, 7(1), 57–67.
- Nicola Bello, David Ioli, Juan Cisneros, Carlos Da Silva, & Vanessa Zoghbe. (2010). 7 estrategias para implementar La Felicidad Corporativa en Tu Empresa (Evendelos, Ed.).
- Oscar A, & Colmenares D. (2007). *Medición de la productividad empresarial*. Gestipolis.
- Seligman, M. E. (2019). *La auténtica felicidad* (Nomos, Ed.).
- Vasquez, C., & Hervas, G. (2019). *La ciencia del bienestar* (Alianza, Ed.).

ANEXOS

ANEXO 1.

INSTRUMENTO ENCUESTA

1. Link


encuesta


https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe0HGTfttWT9FvL_7US0S21ZtPfZL79_BmuT4P5NdQbX1db1A/viewform

2. Imágenes de la encuesta

PERFILADOR PERMA

Apreciado Colaborador. A continuación encontrará una serie de preguntas cuyo objetivo es medir cinco pilares del bienestar que conforman la teoría PERMA, propuesta por el Dr. Martin Seligman en el año 2012. Agradecemos que responda de manera sincera y honesta ya que esto nos ayudará a establecer programas de bienestar efectivos. La escala de evaluación va de cero (0) a diez (10), donde cero es la menor calificación y 10 es la mas alta calificación. Puede evaluar dentro de la escala de 0 a 10 según sea su criterio. La información que se recolectará en esta encuesta será tratada de acuerdo a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 y única y exclusivamente para una investigación de fines académicos.

leandro.galeano@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

 No compartido

*** Indica que la pregunta es obligatoria**

Acepta usted voluntariamente aplicar esta encuesta *

SI

No

Ingrese su número de cédula *

Tu respuesta _____

Genero *

Hombre

Mujer

Otro

Edad *

- 18 a 25
- 26 a 35
- 36 a 45
- Mayor de 45

Es usted colaborador operativo o administrativo? *

- Operativo
- Administrativo

Cuál es su estrato socio económico? *

- Estrato 1
- Estrato 2
- Estrato 3
- Estrato 4
- Estrato 5

M1. ¿En qué medida su trabajo conlleva un propósito y un significado? *

- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- Nunca Siempre

M1. ¿En qué medida su trabajo conlleva un propósito y un significado? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

A1. ¿Con que frecuencia siente que está avanzando hacia el logro de sus metas laborales? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

E1. En el trabajo, ¿Con qué frecuencia se siente usted inmerso/a en lo que está haciendo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

H1. En general, ¿Cómo diría usted que es su salud? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muy Mala Muy Buena

P1. En el trabajo, ¿Con qué frecuencia se siente alegre? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

R1. ¿En qué medida recibe usted ayuda y apoyo de sus compañeros de trabajo cuando lo necesita? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

N1. En el trabajo, ¿Con qué frecuencia se siente ansioso/a? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

A2. ¿Con que frecuencia alcanza las metas importantes que se ha propuesto para sí mismo en el trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

M2. En general, ¿en qué medida siente que lo que hace en su trabajo es valioso y merece la pena? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

P2. En el trabajo, ¿con qué frecuencia se siente positivo/a? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

E2. ¿En qué medida se siente usted entusiasmado/a e interesado/a en su trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

Lon. ¿Qué tan solo/a se siente en su trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

H2. ¿Cuán satisfecho/a está usted con su salud física actual? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

R2. ¿En qué medida se siente apreciado/a por sus compañeros de trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

A3. ¿Con qué frecuencia se siente usted capacitado para manejar sus responsabilidades relacionadas con el trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

M3. ¿Hasta qué punto siente usted que su trabajo generalmente tiene un sentido y una dirección determinada? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

H3. En comparación con otros de su misma edad y sexo ¿Cómo es su salud? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muy Mala Muy Buena

R3. ¿Cuán satisfecho/a está usted con sus relaciones profesionales? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

N3. En el trabajo, ¿Con qué frecuencia se siente triste? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

E3. En el trabajo, ¿Con qué frecuencia se le pasa el tiempo muy rápido cuando está haciendo algo que disfruta? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

P3. En el trabajo, ¿cuán satisfecho/a se siente usted? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

Considerando todas las cosas en conjunto, ¿Cuán feliz diría usted que está con su trabajo? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca Siempre

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

3. Fotografías del equipo al que se realizó la intervención y aplicación del instrumento





