



## Revistas Científica Orbis Cognita

Año 6 – Vol. 6 No. 2 pp. 33 - 50 ISSN: L2644-3813

julio - diciembre 2022

Recibido:3/4/2022 Aceptado: 25/6/2022



Se autoriza la reproducción total o parcial de este artículo, siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica.



La Felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores en una compañía de consumo de alimentos en Panamá

Happiness as a motivational factor in the performance of workers in a business company in Panama

A felicidade como fator motivacional no desempenho dos trabalhadores de uma empresa de alimentos no Panamá

Nilena, Álvarez.

Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de San Miguelito. Facultad de Psicología. Panamá

nilenaalvarez01@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4853-9139>

### Resumen

La felicidad en el trabajo condiciona acciones individuales en donde los trabajadores pueden realizar sus funciones con un grado de satisfacción que les permite percibir un nivel de bienestar en su entorno laboral. La satisfacción o bienestar que produce al individuo el desempeño de sus funciones está relacionada con el interés o motivación que lo impulsa a realizar sus tareas laborales. De esta manera, se analiza la felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores en una compañía de consumos de alimentos en Panamá. La investigación es de tipo campo, diseño no experimental y de nivel descriptivo. La población, correspondió a 180 personas que conforman la empresa y la muestra fue de tipo intencional representada por 63 trabajadores. La técnica de recolección de información fue la encuesta estructurada con doce preguntas dicotómicas cerradas con opciones simples (sí o no) y el Test de evaluación de emociones estructurado por 10 ítems bajo la categoría de respuestas múltiples. Se concluye que los trabajadores reciben por parte de la compañía de consumos de alimentos entrenamiento y formación en el área operativa para brindar un

servicio de calidad y excelencia, sin embargo, los incentivos y bonificaciones que recibían en el pasado producto del desempeño fueron eliminados, generando descontento e insatisfacción y falta de bienestar en sus labores cotidianas.

**Palabras clave:** Felicidad, Factor Motivacional, Desempeño, Funciones, Trabajadores Empresa.

### **Abstract**

Happiness at work determines individual actions where workers can perform their duties with a degree of satisfaction that allows them to perceive a level of well-being in their work environment. The satisfaction or well-being that the performance of his functions produces for the individual is related to the interest or motivation that drives him to carry out his work tasks. In this way, happiness is analyzed as a motivational factor in the performance of workers in a food consumption company in Panama. The research is field type, non-experimental design, and descriptive level. The population corresponded to 180 people who make up the company; and the sample was intentional type represented by 63 workers. The information collection technique was the structured survey with twelve closed dichotomous yes or no questions, and the Emotion Evaluation Test structured by 10 items under the category of multiple answers. It is concluded that the workers receive from the food consumption company, training, and education in the operational area to provide a service of quality and excellence, however, the incentives and bonuses that they received in the past because of performance were eliminated. generating discontent, dissatisfaction, and lack of well-being in their daily work.

**Keywords:** Happiness, Motivational Factor, Performance, Functions, Company Workers.

### **Resumo**

A felicidade no trabalho determina ações individuais onde os trabalhadores podem desempenhar suas funções com um grau de satisfação que lhes permite perceber um nível de bem-estar em seu ambiente de trabalho. A satisfação ou bem-estar que o desempenho de suas funções produz no indivíduo está relacionado ao interesse ou motivação que o impulsiona a realizar suas tarefas de trabalho. Dessa forma, analisa-se a felicidade como fator motivacional no desempenho dos trabalhadores de uma empresa de consumo de alimentos no Panamá. A pesquisa é de tipo campo, desenho não experimental e nível descritivo. A população correspondeu a 180 pessoas que compõem a empresa e a amostra foi do tipo intencional representada por 63 trabalhadores. A técnica de coleta de dados foi o questionário estruturado com doze questões dicotômicas fechadas com opções simples (sim ou não) e o Teste de Avaliação de Emoções estruturado por 10 itens na categoria de respostas múltiplas. Conclui-se que os trabalhadores recebem da empresa consumidora de alimentos treinamento e educação na área operacional para prestar um serviço de qualidade e excelência, porém, os incentivos e gratificações que recebiam no passado em decorrência do desempenho foram eliminados, gerando descontentamento e insatisfação e falta de bem-estar no trabalho diário.

**Palavras-chave:** Felicidade, Fator Motivacional, Desempenho, Funções, Trabalhadores da Empresa.

## **Introducción**

Conforme ha evolucionado la complejidad de las motivaciones del capital humano, se han realizado más investigaciones en los últimos años en diversas partes del mundo, como Portugal, Australia, México, entre otros. Los resultados de estas investigaciones revelan que, hoy en día, debería ser prioridad de las empresas tener una filosofía de felicidad organizacional, concepto que engloba muchos más factores laborales, ya que cuando una organización es feliz se logra mayor competitividad, creatividad y productividad.

Para entender mejor la relación felicidad y su efecto motivacional en el trabajo es necesario reconocer y comprender la psicología positiva, la cual proporciona significativos conocimientos. Pues, es preciso considerar que el método de la psicología positiva no se encamina a descubrir las causas profundas de la felicidad, sino las manifestaciones empíricas de lo que suele entenderse por felicidad: la experiencia de emociones positivas (Tkach y Lyubomirsky, 2006).

El ser humano aspira a muchos bienes, pero siempre hay uno que considera el más importante, el bien absoluto, al que todos los demás se subordinan, de acuerdo con una jerarquía. Todo depende de cuál sea ese bien y de la jerarquía que se establezca entre los bienes dentro de la organización empresarial.

Si una persona considera como bien absoluto el éxito, la felicidad que puede esperar es la que proporciona el éxito. Pero, además, en la elección de ese bien como bien absoluto y en la conducta consiguiente, la persona decide sobre sí misma y se hace a sí misma. En este

sentido, cada persona tiene la felicidad que desea y se convierte en la persona que quiere ser, según el bien o los bienes que ame y en el orden que los ame.

El ambiente interno de la empresa lo conforman las personas que la integran, y esto se considera como clima organizacional, que refleja el funcionamiento interno de la organización, por ello este ambiente interno puede ser de confianza, progreso, felicidad o insatisfacción. Por tal forma, la manera de comportarse de un individuo en el trabajo no dependerá solamente de sus características personales, sino también de la forma en que este percibe su clima de trabajo y los componentes de su organización.

La felicidad en el trabajo condiciona acciones individuales en donde cada colaborador puede abocar sus funciones mientras le permite mejorar su bienestar o la percepción de realidad que tienen en su organización.

En este contexto, se analiza la felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores en una compañía de consumo de alimentos en Panamá, pues se ha percibido que a pesar de que la compañía en estudio maneja toda una estructura organizacional y cuenta con una serie de recursos, su personal expresa inconformidades en su entorno laboral que limitan su condición motivacional donde la felicidad y el bienestar resulta difícil expresarse.

La felicidad puede considerarse como un concepto de uso común, cotidiano, que se estudia como constructo teórico, para una realidad que ha recibido atención académica, especialmente desde el surgimiento de la psicología positiva. Desde esta perspectiva se le define como la experimentación o vivencia de emociones positivas, carencia de negativas y satisfacción con la vida (Diener, 2010).

La felicidad puede ser concebida como rasgo o como estado (Moyano, Flores y Soromaa, 2011). Si la vemos como un rasgo es un afecto positivo relativamente estable y en hallazgos que indican que un 50% de la misma se explicaría genéticamente (Lyubomirsky, 2011). Al

sustentarse como un estado, su naturaleza cambiante y susceptible de modificación dependerá de eventos y situaciones particulares. No obstante, esta última visión ha perdido fuerza en la medida que se ha demostrado que la felicidad, a diferencia de la satisfacción, no está necesariamente asociada con circunstancias particulares (Littlewood, 2008). Cuando lo hace, los efectos de tales circunstancias suelen ser pasajeros. La felicidad se explica más por los recuerdos, la trayectoria de vida y la consecución de metas valiosas que por asuntos circunstanciales (Avia y Vásquez, 2011).

Algunos estudios tratan la felicidad como sinónimo de bienestar subjetivo, y se considera, este último, un concepto más adecuado desde lo técnico (Diener, 2010; Diener, Suh, Lucas y Smith, 2009), otros afirman que el bienestar es solo una parte de la felicidad, pues para ser feliz se requiere además disfrutar y comprometerse con la propia vida (Seligman, Steen, Park y Peterson, 2015).

Por otro lado, la felicidad es un fenómeno psicológico relativamente estable (rasgo), aunque con posibilidad de cambio (estado). Se llegaría a ella no por una reacción afectiva momentánea, sino por la acumulación de emociones positivas a lo largo del tiempo. Incluye bien-estar y algo que los autores han llamado bien-hacer (Quick y Quick, 2014), el cual se relaciona con la sensación de que las cosas se están haciendo bien, tienen sentido y producen disfrute.

Para dar referencia a la felicidad como factor motivacional, esta permite la capacidad de brindar y posibilitar en los trabajadores las condiciones necesarias para el desarrollo de sus fortalezas individuales y grupales, enfocando su desempeño hacia las metas de la empresa para que sean sostenibles y sustentables, construyendo un activo intangible, difícilmente de imitar en el mercado (Fernández, 2015).

Las motivaciones y objetivos de cada trabajador pueden diferir mucho entre sí, por ejemplo, hay personas que son felices cuando encuentran el “trabajo de sus sueños” (es decir, cuando finalmente son contratados en un puesto que permite el despliegue de sus conocimientos, porque es donde aprecian que sus capacidades son ideales para las funciones a realizar y sienten pasión por lo que hacen) y otras que no importa el trabajo o puesto que tengan siempre se sienten insatisfechos e infelices.

Muchas personas no serían felices si tienen que revisar papeles o hacer los mismos trámites para diversas personas por ocho horas al día, todos los días, este tipo de trabajos con actividades repetitivas pueden llegar a suprimir la creatividad, adicionalmente otro agravante podría ser el lugar físico de trabajo, el aislamiento que algunos trabajadores tienen y que no disfrutan debido a que un factor necesario para la felicidad es la comunicación y el poder interactuar con otros compañeros.

Hoy en día hay empresas que tienen una buena gestión, pero malos líderes, ya que los gestores pueden realizar muy bien las tareas rutinarias, pero un líder es aquel que se pregunta si esas rutinas deberían hacerse del todo, ya que este tipo de tareas asfixian la creatividad y el cambio (Bennis, 2010).

La felicidad como factor motivacional en las empresas comienza por la intuición cuando implementan prácticas de bienestar con el fin de que sus trabajadores estén contentos y cómodos. Luego esta intuición se convierte en certeza cuando se visualiza que los empleados hacen despliegue de sus talentos y fortalezas, y a la vez tienen un mayor compromiso, es decir, se pasa de un enfoque instrumental a un enfoque ético.

En lo que respecta a la medición de la felicidad, hay quienes dudan de las medidas de la felicidad por sustentarse en juicios subjetivos y por considerar que la gente tiende a calificarse como feliz, porque lo quiere parecer. Sin embargo, hay investigaciones que

resaltan las altas y significativas correlaciones existentes entre estados neuro-anatómicos indicadores fisiológicos de felicidad y la felicidad calificada a través de autoreportes (Avia y Vázquez, 2011).

De esta manera, dicha mención indica que tiene sentido crear escalas, métodos e ítems que sirvan como instrumentos de medida de este fenómeno, tanto en contextos generales como en el trabajo. La literatura es generosa en relación con los instrumentos que permiten una medida de la felicidad. Algunos son escalas tipo Likert, otros métodos cualitativos-cuantitativos y otros sencillamente pruebas mono-ítem. Dentro de los primeros, que son los más usuales, se encuentran algunos que permiten examinar la felicidad auténtica, la felicidad general, la satisfacción con la vida y otros conceptos relacionados con la experimentación de emociones positivas (Positive Psychology Center, 2015).

Pavot y Diener (2013) ofrecen una escala que, aunque suele usarse como medida de la felicidad, evalúa la satisfacción con la vida. La versión en español de este instrumento se encuentra en Arce 2014. Otros instrumentos de uso común para medir la felicidad, y destacados en la literatura son los de Fordyce, Lyubomirsky y Lepper, y Seligman, pese a esto se considera que los tres tienen algunas limitaciones. Los dos primeros en cuanto a su variabilidad y el último frente a su validez.

El instrumento de Lyubormisky y Lepper (1999), el Subjective Happiness, es de uso frecuente en investigaciones. También el de Seligman (2016). La escala de estos últimos se destaca entre las demás, porque favorece una aproximación precisa a las dimensiones de la felicidad (emoción positiva, compromiso y significado de la vida), al no evaluarla de manera general.

Este instrumento cuenta con buenas propiedades psicométricas para los contextos en los que se ha aplicado e incluso muestra correlaciones con las puntuaciones obtenidas con otras

escalas como la de Lyubomirsky y Lepper (1999) y el General Happiness Scale de Fordyce (1977). Se trata además de un instrumento validado en otros países (Kaczmarek, Stanko-Kaczmarek y Dombrowski, 2010).

Como se mencionó, la medición no se limita al uso de escalas, también hay procesos que mezclan medidas psicométricas y cualitativas, como, por ejemplo: el Ecological Momentary Assessment (EMA) y el Day Reconstruction Method (DRM). En el primero la persona es evaluada en distintos momentos durante el día. En cada uno debe mencionar cómo se siente, qué está pasando, e incluso en ocasiones se examina su frecuencia cardíaca y se le pide muestras de saliva para analizar sus niveles de cortisol.

El segundo se basa en un proceso de reconstrucción del día, donde se describen qué pasó como qué se sintió en los momentos definidos. Lo interesante es que, con ambos métodos se reportan resultados muy similares en los niveles de felicidad (Dockray, Grant, Stone, Kahneman, Wardle y Steptoe, 2010).

El tercer grupo de instrumentos corresponde a las medidas obtenidas con pruebas mono-ítem. En algunas de estas se pregunta directamente qué tan feliz se siente la persona (Tsou y Liu, 2011). El problema de este tipo de medida es que no provee una visión clara sobre diferentes dimensiones que puede tener la felicidad, y adicionalmente el análisis de su confiabilidad resulta más complejo. Dentro de este mismo grupo se encuentran escalas que analizan la magnitud y frecuencia de presentación de la felicidad (Yousef y Luthans 2017).

Al comprender la teorización bajo criterios bibliográficos que enmarcan la actual temática, es imperativo enfatizar que el estudio se justifica realizando un análisis de la felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores de una compañía de consumo de alimentos en la provincia de Panamá, con la finalidad de que la empresa dentro de sus

capacidades pueda gestionar los recursos y ofrecerlos como oferta de valor a los colaboradores, generando bienestar y satisfacción que le produzca felicidad personal.

De acuerdo con lo expresado por los trabajadores de esta empresa, en ocasiones el trabajo suele estar asociado con la infelicidad como consecuencia de los trabajos rutinarios, los horarios muy extensos, poco flexibles y la falta de valoración de las condiciones laborales. El desgano, insatisfacción y falta de motivación se genera por la pérdida de incentivos que se les otorgaba y que identificaban como bonos de productividad, almuerzos diarios gratis, descuento en productos de consumo, celebración de cumpleaños, reconocimiento, vale, celebración de fiesta navideña, bolsa de comida navideña, entre otros beneficios, garantes de propiciar una mejora significativa en el ámbito socio laboral del trabajador.

La felicidad genera motivación y cambia el sentimiento de insatisfacción laboral que vienen experimentando; esta acción condiciona la perspectiva y guía al trabajador hacia los objetivos de la organización, fortaleciendo el sentido de pertenencia genuino, por consiguiente, protegerán los intereses de la empresa.

### **Materiales y Métodos**

Esta investigación se basa en un estudio cuantitativo de tipo campo, diseño no experimental, de nivel descriptivo. La población de estudio estuvo constituida por ciento ochenta (180) trabajadores que conforman una compañía de consumo de alimentos en la provincia de Panamá, y la muestra estuvo representada por sesenta y tres (63) trabajadores. Por ende, el muestreo fue de tipo intencional aleatorio simple. Las variables estuvieron sustentadas bajo el modelo de la psicología positiva; como variable independiente se consideró “La felicidad” como una emoción que produce bienestar y satisfacción personal o que ha conseguido ciertos objetivos que lo desarrollan como individuo, logrando con ello: sabiduría, conocimiento, determinación, coraje, humanidad, justicia, templanza, moderación y trascendencia; aunque

cada persona puede tener su propio criterio. La variable dependiente toma en cuenta “el factor motivacional”, los cuales involucran los sentimientos relacionados con el crecimiento y desarrollo personal, el reconocimiento profesional, las necesidades de autorrealización, la mayor responsabilidad y dependen de las tareas que el individuo realiza en su trabajo.

De esta manera se explican las variables o atributos que sostuvieron este estudio, y que se encuentran abocadas a la felicidad y al factor motivacional, permitiendo así el análisis de estas.

Para la recolección de datos, se tomó en cuenta la técnica de la encuesta con el apoyo instrumental del cuestionario, el cual se estructuró en dos partes: La primera, por el cuestionario de felicidad laboral, el cual correspondió a diez (10) preguntas de tipo dicotómicas con opciones cerradas “Sí” o “No”; La segunda, el test de evaluación de emociones, estructurado por diez (10) ítems bajo la categoría de respuestas múltiples.

Para atender la confiabilidad del instrumento de medición del estudio, se aplicó el método de Alpha de Cronbach, con un resultado de 0,97, indicando de esta forma que el cuestionario aplicado es óptimo. Por su parte, para llevar a cabo el análisis de los datos de la investigación, se consideró la estadística descriptiva, con el apoyo referido de la tabulación, gráfica y análisis estadístico.

## **Resultados**

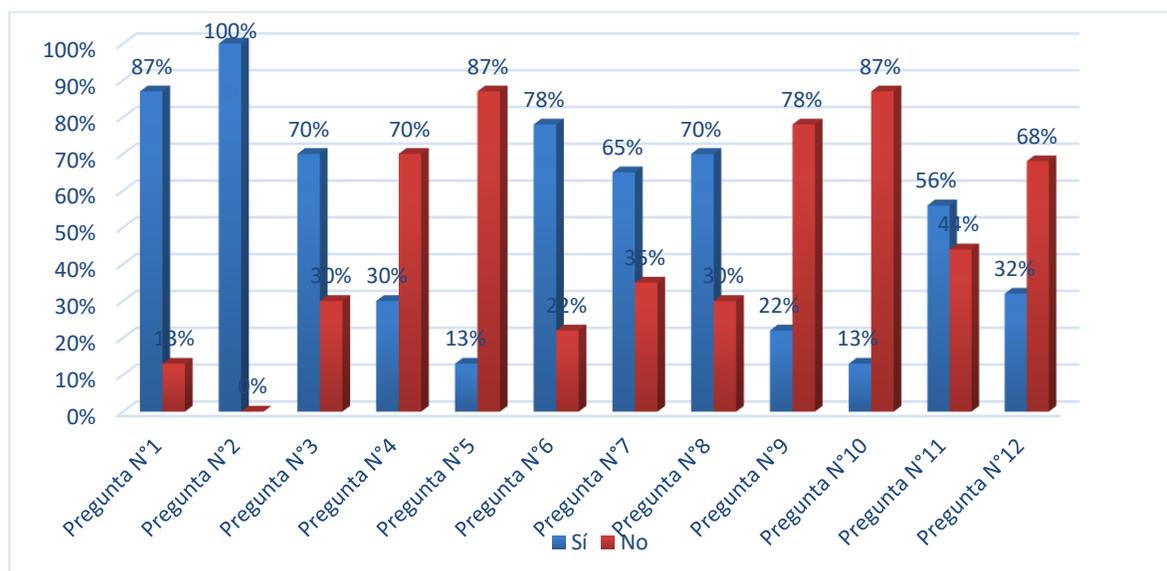
A continuación, se presentan los resultados más significativos de esta investigación, siendo alusión en el cuadro n°1 titulado: condiciones socio – laborales que ofrece la organización; por su parte, el cuadro n°2 titulado: atención de las necesidades por parte de la empresa; y con ello, el cuadro n°3 que refiere al test ítems n°4 del test de evaluación emocional. En este sentido, se da ponencia a los resultados:

Parte I.- Cuestionario de felicidad laboral

**Cuadro N°1.** Las condiciones socio – laborales ante la felicidad laboral

Preguntas	Totales		Opciones			
	N	%	N°	%	N°	%
1	63	100	55	87	8	13
2	63	100	63	100	0	0
3	63	100	44	70	19	30
4	63	100	19	30	44	70
5	63	100	8	13	55	87
6	63	100	49	78	14	22
7	63	100	41	65	22	35
8	63	100	44	70	19	30
9	63	100	14	22	49	78
10	63	100	8	13	55	87
11	63	100	35	56	28	44
12	63	100	20	32	43	68

**Nota:** Encuesta. Condiciones socio – laborales



**Figura N°1.** Condiciones socio – laborales ante la felicidad laboral

Con fines de reconocer el impacto que tiene las condiciones socio – laborales, siendo estas un conjunto de aspectos donde se analiza el lugar del ambiente de trabajo y la ejecución de

las tareas desde una perspectiva integradora; individuo-tarea ambiente ante la felicidad laboral, es pertinente enfatizar los siguientes resultados:

En el ítem N°1, el 87% considera que sí se siente satisfecho trabajando en la compañía de consumo de alimentos en Panamá.

En el ítem N°2, el 100% considera que sus funciones y responsabilidades sí están bien definidas en la compañía de consumos de alimentos en Panamá.

En el ítem N°3, el 70% considera que sí está motivado y le gusta el trabajo que desarrolla en la empresa.

En el ítem N°4, el 70% considera que las condiciones socio – laborales que ofrece la organización no cumplen con su perspectiva.

En el ítem N°5, el 87% considera que no se encuentra feliz en el puesto de trabajo que labora.

En el ítem N°6, el 78% considera que un ambiente tranquilo propicia felicidad.

En el ítem N°7, el 65% considera que la oportunidad de desarrollarse profesionalmente en la empresa sí sería un motivo de felicidad personal.

En el ítem N°8, el 70% considera que sí le es motivo de felicidad ser tomado en cuenta como un personal idóneo.

En el ítem N°9, el 78% considera que la empresa no cubre sus necesidades motivacionales ni de bienestar para ser felices.

En el ítem N°10, el 87% considera que la empresa no procura motivar la felicidad dentro de su clima organizacional.

En el ítem N°11, el 56% considera que la compañía de consumo de alimentos en Panamá sí busca que exista una buena relación entre todos sus colaboradores, mientras que el 44% opino que no.

En el ítem N° 12, el 68% considera que la empresa no busca incentivar la felicidad dentro de la organización.

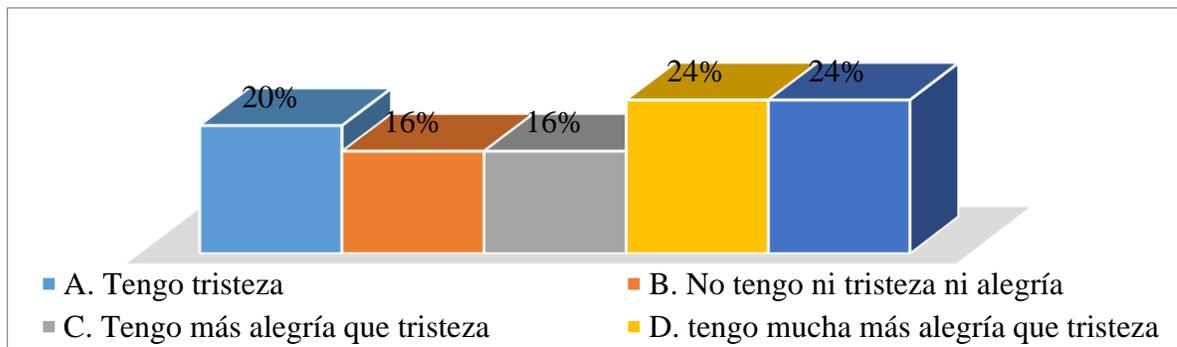
Los resultados de la encuesta aplicada referente a las condiciones socio – laborales ante la felicidad laboral, señala que la compañía realizó un recorte de presupuesto que incluía los beneficios de los que gozaban los colaboradores tales como: bono por productividad, almuerzos gratis diarios, descuentos en productos de consumo dentro del local, celebración de cumpleaños, reconocimiento al empleado del mes, vale Panamá, celebración de fiesta navideña y bolsa de comida navideña. En consecuencia, esta situación afectó la condición del trabajador en su labor diaria, creando descontento, insatisfacción, tristeza por la pérdida de incentivos produciendo desmotivación en el desempeño de sus funciones laborales.

Parte II.- Test de evaluación emocional (Instrumento emitido por Questionnaire Center)

**Cuadro N°2.** ¿Ítems N°4 Normalmente estoy con un estado de ánimo?

Alternativa	Totales		Respuestas	
	N°	%	N°	%
A. Tengo tristeza	13	20	13	20
B. No tengo ni tristeza ni alegría	10	16	10	16
C. Tengo más alegría que tristeza	10	16	10	16
D. Tengo mucha más alegría que tristeza	15	24	15	24
E. Estoy lleno(a) de alegría	15	24	15	24

**Nota:** Test de Evaluación Emocional.



**Figura N°2.** ¿Ítems N°4 Normalmente estoy con un estado de ánimo?

Es notable que, en la respuesta emitida en el ítem, se aprecia el grado de descontento y desmotivación que tienen los trabajadores, normalmente se sienten triste debido a la diversidad de responsabilidad y obligaciones que tienen tanto interna como externa de la organización, repercutiendo así tan solo en un pequeño grupo que se sienten identificados con la normativa empresarial, lo cual es apreciable, pues dicha manifestación es con fines de eludir cualquier represión institucional.

Se debe reconocer, la preocupación por parte de la empresaria en incentivar de manera estratégica e integral al trabajador, pues a pesar de la situación socioeconómica que enfrenta procura bajo sus medios incidir positivamente en los roles que desempeñan.

### **Conclusiones**

Los hallazgos de este estudio sobre la felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores en una compañía de consumo de alimentos en Panamá, brinda un aporte significativo sobre la incidencia del bienestar y la satisfacción que produce en el individuo sentirse motivado en el desempeño de sus funciones. En este sentido, encontramos que la felicidad como parte del bienestar y satisfacción en el desempeño de sus funciones no parece estar presente en los trabajadores debido a la falta de incentivos y bonificaciones que solían ser parte de las estrategias de la empresa.

Por otra parte, es apreciable que los trabajadores están interesados en llevar a cabo sus funciones de forma responsable; no obstante, estos la llevan a cabo de manera mecánica u obligatoria, sin que prevalezca la motivación y el bienestar producto de la felicidad que propicia el clima organizacional. Este ambiente laboral es una constante que ha provocado la búsqueda de mejores oportunidades de trabajo en muchos de los colaboradores.

La empresa gestiona los recursos necesarios que permitan ofrecer a sus clientes un excelente servicio, capacitando y entrenando al personal para esto. Sin embargo, los trabajadores necesitan satisfacer sus necesidades dentro del entorno laboral con el reconocimiento de sus tareas y motivando su desempeño para el logro de los objetivos organizacionales.

La psicología positiva en el ámbito organizacional propone considerar las dificultades del trabajador, pero sobre todo sus fortalezas, además analiza lo que pueden realizar empresa y empleado para alcanzar el bienestar en el trabajo de manera íntegra.

El nuevo ámbito de estudio supone observar al trabajador, no solo desde el cumplimiento de sus labores, sino también desde la felicidad y la motivación, esta acción condiciona la búsqueda del potencial y la actualización de las habilidades personales que pueden dar un sentido a la vida.

La felicidad es un indicador de la satisfacción en el entorno laboral; esta identifica qué es lo que hace sentir bien al empleado; por ende, en la cadena de consumo de alimentos de la provincia de Panamá al no tratar de alcanzar esta utilidad en las actividades diarias, hacen carente que los trabajadores decidan en su futuro continuar dentro de sus instalaciones como también un pobre sentido de pertenencia hacia la organización.

Sobre esta base, la empresa de consumos de alimentos debe contemplar medidas y estrategias que le permitan en el futuro gestionar una cultura de felicidad que promueva el amor y pasión por el quehacer desde una perspectiva holística; el estudio de manera significativa tiene un aporte al conocimiento, pues condiciona la felicidad como factor motivacional, el área de recurso humano de la organización debe velar por la seguridad, bienestar y estabilidad de los trabajadores de manera íntegra, así como brindar seguimiento para verificar que contribuyan al mejoramiento de las debilidades que presenta.

### **Referencias Bibliográficas**

Arce, R. (2014) *Calidad de vida bienestar y salud*. Madrid España. Editorial Cincel.

Avia, M. y Vásquez, C. (2011) *Optimismo Inteligente* (2da. Edición). Madrid. Editorial Alianza.

Bennis, R. (2010) *Aportes de la epigenética en la comprensión del desarrollo del ser humano*. Chile. Ediciones Revista Médica de Chile.

Diener, E. (2010) *Bienestar subjetivo*. Asociación Americana de Psicología, *Boletín Psicológico*. California - Estados Unidos. Ediciones Kairóz.

- Diener, E. Suh, E. Lucas, R. y Smith, H. (2009) *Bienestar subjetivo: tres décadas de progreso. Asociación Americana de Psicología, Boletín Psicológico*. California - Estados Unidos. Ediciones Kairóz.
- Dockray, S., Grant, N., Stone, A. A., Kahneman, D., Wardle, J., & Steptoe, A. (2010) *Comparación de las calificaciones de afecto obtenidas con la evaluación momentánea ecológica y el método de reconstrucción de día. Investigación de Indicadores Sociales*. Madrid España. Ed. McGraw-Hill.
- Fernández, J. (2015) *Felicidad Organizacional. Cómo construir felicidad en el trabajo*. Chile. Editorial Zeta.
- General Happiness Scale de Fordyce (1977) *El análisis y la medición de la felicidad como sentido del bienestar*. Madrid España. Ed. Springer.
- Kaczmarek, L. D., Stanko-Kaczmarek, M., & Dombrowski, S. U., (2010) *Adaptación y validación del índice de felicidad Steen al Polaco*. Madrid España. Ediciones Boletín psicológico polaco.
- Littlewood, H. (2008) *La satisfacción laboral*. México D.F; Ediciones McGraw-Hill
- Lyubomirsky, S. (2011) *La ciencia de la felicidad*. Barcelona. Ed. Urano.
- Lyubormisky, S. y Lepper, H. (1999) *Una medida de felicidad subjetiva: confiabilidad preliminar y validación de constructo. Investigación de indicadores sociales*. Barcelona. Ed. Martínez Roca.
- Moyano, D. E., Flores, M.E. y Soromaa, H., (2011) *Fiabilidad y validez de constructo de felicidad*. México D.F; Ediciones Psychologica.
- Pavot, W y Diener, E. (2013) *La escala de satisfacción con la vida y el constructo emergente de satisfacción con la vida*. Barcelona. Ediciones Routledge.

- Positive Psychology Center, (2015) *Auténtico sitio web de felicidad*. Estado Unidos. Ediciones American Psychologist.
- Quick, J. C., & Quick, J. D. (2014) *Trabajo saludable, feliz y productivo: un desafío de liderazgo*. México D.F; Ediciones Dinámica Organizacional.
- Seligman, M (2016) *Aprenda optimismo. Haga de la vida una experiencia maravillosa*. Barcelona. Editorial Debolsillo.
- Seligman M., Steen, T., Park, N. y Peterson, C., (2015) *Progreso de psicología positiva*. California Estados Unidos. Ediciones intervenciones empírica.
- Tkach, C., & Lyubomirsky, S. (2006) *¿Cómo persiguen las personas la felicidad?: Relacionar la personalidad, las estrategias para aumentar la felicidad y el bienestar*. USA. ED. Hay/MCber Researh Press.
- Tsou, M.-W., & Liu, J.-T. (2011) *La felicidad y la satisfacción*. Medellín – Colombia editorial Cincel.
- Youssef, C. M., & Luthans, F. (2017) *Comportamiento organizacional positivo en el lugar de trabajo: el impacto de la esperanza, el optimismo y la resiliencia*. Barcelona. ED. Kairós.