



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

**ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS, BASADAS EN EL
AMBITO EMOCIONAL “TELETON”.**

T E S I S

PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

PRESENTA

TERESA ELIZALDE GUTIERREZ

ASESOR:

ALBERTO CORTEZ HERNANDEZ

MORELIA, MICHOACAN. FEBRERO 2009



AGRADECIMIENTOS

A Dios Nuestro Señor:

Por tu gracia divina para conmigo, por tenerme en el momento y lugar preciso, gracias por nunca abandonarme y darme esa tranquilidad en momentos importantes.

A Mis Padres:

El más grande reconocimiento y agradecimiento, por todo su cariño, su apoyo constante, su comprensión y su confianza, por darme la vida y las bases de todos mis logros.

A mi tía Paty:

Gracias por ser una pieza importante en mi vida, por alentarme cuando mas lo he necesitado, por confiar tanto en mí y por estar en las buenas y en las malas, espero que lo hecho hasta ahora te haga sentirte orgullosa.

A mi abuelito Diego:

Gracias por haberme otorgado tu experiencia, conocimientos, por darme la oportunidad de hacer esto posible, por todo ese inmenso cariño que siempre recibo de ti y por brindarme todo ese apoyo incondicional.

A mis hermanos:

Gracias por estar presentes en mi vida, por poder compartir con ustedes este logro y por ser de

las personas que siempre me motivaron.

A mis amigos:

Gracias a ustedes por estar conmigo en las buenas y no tan buenas. Buenos amigos no son fáciles de encontrar, y creo que yo, ya los encontré, fueron, son y seguirán siendo pilares importantes en mi vida.

A mi asesor de tesis:

Por darme un poco de su tiempo y sabiduría, siempre le estaré agradecida.

A mi mismo:

Por tener la intención de ser alguien y querer demostrarlo, gracias y vamos por mas, apenas es el comienzo.

**Infinitas GRACIAS a todos,
por ayudarme a recorrer este
sendero del conocimiento y
de la vida; se que lo que
viene no será fácil pero me
entusiasma saber que
siempre contare con ustedes.**

**Mil gracias. Se cumple una
meta, lo demás me toca a
mi...**

INDICE

1.- INTRODUCCION

1.1.- LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA BASICA PARA EL INCREMENTO DE CLIENTES.....	2
1.2.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	3
1.2.1.- PRIMERO SENTIMIENTOS, LUEGO PENSAMIENTOS.....	5
1.3.- EMOCIONES	5
1.4.- ¿QUE ES EL TELETON?	8
1.5.- ¿CUAL ES LA FINALIDAD DEL TELETON?	9

2.- ANTECEDENTES

2.1.- ¿COMO COMENZO EL TELETON?	11
2.2.- MIEMBROS ACTIVOS DEL PATRONATO TELETON.....	13
2.3.- ¿PARA QUE SON LAS EMOCIONES? EJEMPLO.....	15

3.- MARCO TEORICO.

3.1.- ¿LAS EMOCIONES PUEDEN SER INTELIGENTES?.....	19
3.2.- GARDER EN SU DEFINICIÓN BÁSICA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	20
3.2.1.- CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES.....	21
3.2.2.- MANEJAR LAS EMOCIONES.....	21
3.2.3.- LA PROPIA MOTIVACION.	22
3.2.4.- RECONOCER EMOCIONES EN LOS DEMÁS.....	22
3.2.5.- MANEJAR LAS RELACIONES	22

4.- DIFERENCIAS ENTRE EMOCIONES, SENTIMIENTOS Y SENTIMENTALISMO

5.- INTELIGENCIA.

6.- LAS EMOCIONES.

6.1. 1.- CUADRO DE EMOCIONES.	31
6.1.2.- LAS EMOCIONES SEGÚN GÓLEMAN.....	32
6.1.2.1.- LA INTELIGENCIA PERSONAL.....	32
6.1.2.2. CONCIENCIA EN UNO MISMO.....	32
6.1.2.3.- AUTORREGULACIÓN O CONTROL DE SÍ MISMO.....	33
6.1.2.4.- AUTO-MOTIVACIÓN.....	33
6.1.2.5.-LA INTELIGENCIA INTERPERSONAL.....	33

6.1.2.6.- EMPATÍA.....	33
6.1.2.7.-HABILIDADES SOCIALES.....	34
6.1.3 SISTEMAS.....	34
6.1.3.1 Sistema límbico.....	34
6.1.3.2.- El di encéfalo.....	35
6.1.3.3 Amígdala.....	36

7.- CARACTERÍSTICAS DE LA MENTE EMOCIONAL

8.- LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS CAPACIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

8.1.1.- INDEPENDENCIA.....	41
8.1.2.- INTERDEPENDENCIA.....	41
8.1.3.- JERARQUIZACIÓN.....	41
8.1.4.- NECESIDAD PERO NO-SUFICIENCIA.....	41
8.1.5.- NECESIDAD PERO NO-SUFICIENCIA.....	41
8.1.6.- GENÉRICAS.....	41

9.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA EMPRESA

9.1.1.- COMPETENCIAS PERSONALES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	43
---	----

10.- EL SIGNIFICADO OCULTO DE LOS COLORES

10.1.1-ROJO.	46
10.1.2 NARANJA.....	47
10.1.3 AMARILLO.....	47
10.1.4 VERDE.....	48
10.1.5- AZUL.....	48
10.1.6. PÚRPURA.....	49
10.1.7. MARRÓN.....	49
10.1.8.-NEGRO.....	49
10.1.9.-BLANCO.....	50
10.1.10.-GRIS.....	50
10.1.11.- ROSA.....	50
10.1.12.-LOS COLORES PASTEL.....	50
10.1.13.-EL AMOR ES ROJO, EL SEXO ES ROSA.....	51

11.- EL MANEJO DE LAS EMOCIONES PARA EL DESARROLLO DEL TELETON.

12.- INVESTIGACIÓN.

12.1.- PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS.....	55
12.2.- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	55
12.2.1.- LOS COMERCIALES DE LOS DIFERENTES PATROCINADORES.....	55
12.2.3.- EVOLUCIÓN.....	58

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

1.- INTRODUCCION

***1.1.- LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA
BASICA PARA EL INCREMENTO DE CLIENTES.***

1.2.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

***1.2.1.- PRIMERO SENTIMIENTOS, LUEGO
PENSAMIENTOS***

1.3.- EMOCIONES.

1.4.- ¿QUE ES EL TELETON?

1.5.- ¿CUAL ES LA FINALIDAD DEL TELETON?

1.-INTRODUCCION

1.1 LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA BASICA PARA EL INCREMENTO DE CLIENTES.

HOY EN DÍA HABLAR DE MARKETING ES MUY COMÚN, YA QUE DIARIAMENTE EXISTE UN BOMBARDEO DE COMERCIALES TELEVISIVOS, RADIO, PERIÓDICOS, REVISTAS, ESPECTACULARES, PUBLICIDAD E INTERNET, ENTRE OTRAS, LOS CUALES POCO A POCO VAN PERSUADIENDO A LOS CONSUMIDORES HASTA LLEGAR A SER UNA PARTE QUE INFLUYE, LO CUAL OCASIONA POR UN LADO LA SATURACIÓN PUBLICITARIA Y OTRA PARTE UNA PRESIÓN AL COMPRADOR. LAS MÚLTIPLES NECESIDADES QUE ACTUALMENTE PRESENTAN LOS CONSUMIDORES POR DIFERENTES PERCEPCIONES, ANTE SUS DIVERSAS TAREAS QUE HAN OBLIGADO QUE LAS ORGANIZACIONES MUESTREN UNA GRAN EFECTIVIDAD PARA LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR.

LA MERCADOTECNIA COMO UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO BASICA PARA EL INCREMENTO DE CLIENTES, SU ANÁLISIS CONCEPTUAL, SU IMPORTANCIA Y ALCANCE EN LAS ORGANIZACIONES. TODOS RECONOCEMOS FÁCILMENTE NOMBRES MARCAS Y LOGOTIPOS DE UNA CORPORACIÓN. QUE EN VENTA DE LOS PRODUCTOS SON EN EXTREMO IMPORTANTES, DEBIDO A LA FAMILIARIZACIÓN DEL MERCADO CON EL PRODUCTO, NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS. PARA LA MERCADOTECNIA EL PUNTO DE PARTIDA RADICA EN LAS NECESIDADES Y DESEOS HUMANOS.

LOS CONSUMIDORES ENCUENTRAN QUE EL MERCADO LES SATURA CON MILES DE PRODUCTOS SIMILARES, MIENTRAS ELLOS QUIEREN QUE LAS MARCAS LES PROPORCIONEN COSAS ESPECIALES, MÁGICAS, ILUSIONANTES. LA FIDELIZACIÓN SE CONSIGUE HOY POR LA VÍA

EMOCIONAL POR LO QUE LAS MARCAS DEBEN ESTAR LLENAS DE VIDA, SENTIDO Y CONTENIDO PARA EL CONSUMIDOR.

CON SEGURIDAD “PUBLICIDAD EMOCIONAL” VA A DAR MUCHO QUE HABLAR- Y QUE HACER- EN EL MUNDO DE LA PUBLICIDAD, DEL MARKETING Y EN LAS VENTAS. CONTIENE IDEAS Y ENFOQUE PUNZANTES Y CONCRETOS ACERCA DE LO QUE HACE QUE LAS PERSONAS COMPREN Y SE ENAMOREN DE UNA MARCA. NO ES ALGO DE PURA TEORÍA, AQUÍ HAY TELA PARA CORTAR. EN UN ESTILO AMENO, INSPIRA Y ORIENTA A LA ACCIÓN CONCRETA.

1.2.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

LA **INTELIGENCIA EMOCIONAL** ES UN CONJUNTO ESPECÍFICO DE APTITUDES QUE SE HALLAN IMPLÍCITAS DENTRO DE LAS CAPACIDADES ABARCADAS POR LA INTELIGENCIA SOCIAL.

ESTAS DOS FORMAS FUNDAMENTALMENTE DIFERENTES DE CONOCIMIENTO INTERACTÚAN PARA CONSTRUIR NUESTRA VIDA MENTAL. UNA, LA MENTE RACIONAL, ES LA FORMA DE COMPRENSIÓN DE LA QUE SOMOS TÍPICAMENTE CONSCIENTES: MÁS DESTACADA EN CUANTO A LA CONCIENCIA, REFLEXIVA, CAPAZ DE ANALIZAR Y MEDITAR. PERO JUNTO A ESTE EXISTE OTRO SISTEMA DE CONOCIMIENTO, IMPULSIVO Y PODEROSO, AUNQUE A VECES ILÓGICO: LA MENTE EMOCIONAL.

LA MENTE EMOCIONAL ES MUCHO MÁS RÁPIDA QUE LA MENTE RACIONAL, Y SE PONE EN ACCIÓN SIN DETENERSE NI UN INSTANTE A PENSAR EN LO QUE ESTÁ HACIENDO. SU RAPIDEZ DESCARTA LA REFLEXIÓN DELIBERADA Y ANALÍTICA QUE ES EL SELLO DE LA MENTE PENSANTE. EN LA EVOLUCIÓN, ESTA RAPIDEZ PROBABLEMENTE GIRO EN TORNO A LA DECISIÓN MAS BÁSICA, A QUE PRESTAR ATENCIÓN Y, AL ENFRENTARSE A OTRO ANIMAL, TOMAR DECISIONES DE MILÉSIMAS DE SEGUNDO, TALES

COMO: ¿ME LO COMO YO, O ÉL ME COME A MÍ? ES PROBABLE QUE AQUELLOS ORGANISMOS QUE TENÍAN QUE HACER UNA PAUSA DEMASIADA LARGA PARA REFLEXIONAR ACERCA DE ESTAS RESPUESTAS NO TUVIERA DEMASIADA PROGENIE A LA QUE TRANSMITIR SUS GENES DE ACCIÓN LENTA.

LAS ACCIONES QUE SURGEN DE LA MENTE EMOCIONAL ACARREAN UNA SENSACIÓN DE CERTEZA ESPECIALMENTE FUERTE, UNA CONSECUENCIA DE UNA FORMA SENCILLA Y SIMPLIFICADA DE VER LAS COSAS QUE PUEDE SER ABSOLUTAMENTE DESCONCERTANTE PARA LA MENTE RACIONAL. CUANDO HA PASADO LA TORMENTA, O INCLUSO EN MEDIO DE LA RESPUESTA, NOS SORPRENDEMOS PENSANDO “¿PARA QUÉ HICE ESTO?”, UNA SEÑAL DE QUE LA MENTE RACIONAL ESTÁ DESPERTANDO, AUNQUE NO CON LA RAPIDEZ DE LA MENTE EMOCIONAL.

PAÚL EKMAN PROPONE QUE ESTA RAPIDEZ, EN LA QUE LAS EMOCIONES PUEDEN SORPRENDERNOS ANTES DE QUE TENGAMOS CONCIENCIA DE QUE HAN COMENZADO, ES ESENCIAL PARA QUE LAS MISMAS SEAN SUMAMENTE ADAPTABLES: NOS IMPULSAN A RESPONDER A ACONTECIMIENTOS URGENTES SIN PERDER TIEMPO EVALUANDO SI DEBEMOS REACCIONAR, O CÓMO DEBEMOS RESPONDER. UTILIZANDO EL SISTEMA QUE DESARROLLÓ PARA DETECTAR EMOCIONES APARIR DE CAMBIOS SUTILES EN LA EXPRESIÓN FACIAL, EKMAN PUEDE RASTREAR MICRO EMOCIONES QUE QUEDAN REVELADAS EN EL ROSTRO EN MENOS DE MEDIO SEGUNDO.

1.2.1.-PRIMERO SENTIMIENTOS, LUEGO PENSAMIENTOS.

DADO QUE A LA MENTE RACIONAL LE LLEVA MÁS TIEMPO QUE A LA MENTE EMOCIONAL REGISTRAR Y RESPONDER, EL “PRIMER IMPULSO” EN UNA SITUACIÓN EMOCIONAL ES EL DEL CORAZÓN, NO EL DE LA CABEZA. TAMBIÉN EXISTE UNA SEGUNDA CLASE DE REACCIÓN EMOCIONAL, MÁS LENTA QUE LA RESPUESTA RÁPIDA, QUE FERMENTA PRIMERO EN NUESTROS PENSAMIENTOS EN NUESTROS PENSAMIENTOS ANTES DE CONDUCIR AL SENTIMIENTO. ESTA SEGUNDA VÍA PARA ACTIVAR LAS EMOCIONES ES MÁS DELIBERADA Y SOMOS TÍPICAMENTE CONSCIENTES DE LOS PENSAMIENTOS QUE CONDUCEN A ELLA. EN ESTE TIPO DE REACCIÓN EMOCIONAL EXISTE UNA EVALUACIÓN MÁS EXTENDIDA; NUESTROS PENSAMIENTOS- CONCIENCIA- JUEGAN EL PAPEL CLAVE EN LA DETERMINACIÓN DE QUÉ EMOCIONES SERÁN PROVOCADAS. UNA VEZ QUE HACEMOS UNA EVALUACIÓN- “ESE TAXISTA ME ESTÁ ENGAÑANDO”, O “ESE BEBÉ ES ADORABLE – SE PRODUCE UNA RESPUESTA EMOCIONAL ADECUADA. EN ESTA SECUENCIA MÁS LENTA, EL PENSAMIENTO MÁS LENTA, EL PENSAMIENTO MÁS PLENAMENTE ARTICULADO PRECEDE AL SENTIMIENTO. EMOCIONES MÁS COMPLEJAS, COMO LA VERGÜENZA O LA APRENSIÓN DE UN EXAMEN INMINENTE, SIGUEN ESTA RUTA MÁS LENTA, Y TARDAN SEGUNDOS O MINUTOS O MINUTOS EN DESARROLLARSE: SON EMOCIONES QUE SIGUEN A LOS PENSAMIENTOS.

1.3.- EMOCIONES

LAS EMOCIONES APORTAN IMPORTANTES IMPLICACIONES EN LAS RELACIONES SOCIALES, SIN DEJAR DE CONTRIBUIR A OTROS ASPECTOS DE LA VIDA. CADA INDIVIDUO TIENE LA NECESIDAD DE ESTABLECER PRIORIDADES, DE MIRAR POSITIVAMENTE HACIA EL FUTURO Y REPARAR LOS SENTIMIENTOS NEGATIVOS ANTES DE QUE NOS HAGAN CAER EN LA

ANSIEDAD Y LA DEPRESIÓN. EN EL ÁMBITO DE LA PSICOLOGÍA ADMITE LA CONSIDERACIÓN DE INTELIGENCIA PORQUE ES CUANTIFICABLE: CONSTITUYE UN ASPECTO MENSURABLE DE LA CAPACIDAD INDIVIDUAL PARA LLEVAR A CABO RAZONAMIENTO ABSTRACTO Y ADAPTACIÓN AL ENTORNO; LA INTELIGENCIA EMOCIONAL SE PONE DE MANIFIESTO CUANDO OPERAMOS CON INFORMACIÓN EMOCIONAL.

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ES, POR TANTO, UN CONJUNTO DE TALENTOS O CAPACIDADES ORGANIZADAS EN CUATRO DOMINIOS:

- CAPACIDAD PARA PERCIBIR LAS EMOCIONES DE FORMA PRECISA (ES DECIR, CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN).
- CAPACIDAD DE APLICAR LAS EMOCIONES PARA FACILITAR EL PENSAMIENTO Y EL RAZONAMIENTO.
- CAPACIDAD PARA COMPRENDER LAS PROPIAS EMOCIONES Y LAS DE LOS DEMÁS (EMPATÍA).
- CAPACIDAD PARA CONTROLAR LAS PROPIAS EMOCIONES.

ESTAS HABILIDADES COMO TODAS, PUEDEN SER APRENDIDAS CON EL TIEMPO Y LA PRÁCTICA. LAS ÚLTIMAS INVESTIGACIONES HAN APORTADO PRUEBAS CONVINCENTES DE LA INSEPARABILIDAD ESENCIAL DE LA EMOCIÓN Y EL RAZONAMIENTO: SIN SENTIMIENTOS, LAS DECISIONES QUE TOMAMOS PUEDEN NO SER LAS QUE MÁS NOS CONVIENEN, AUNQUE HAYAN SIDO TOMADAS CON APARENTE LÓGICA. CUALQUIER NOCIÓN QUE ESTABLEZCAMOS SEPARANDO EL PENSAMIENTO Y LOS SENTIMIENTOS NO ES NECESARIAMENTE MÁS ADAPTATIVA Y PUEDE, EN ALGUNOS CASOS, CONDUCIR A CONSECUENCIAS DESASTROSAS.

EN 1983, HOWARD GARDNER TRABAJABA EN EL PROYECTO *SPECTRUM* EN LA UNIVERSIDAD DE HARVARD. GARDNER, PSICÓLOGO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, PROPONÍA LA TEORÍA DE LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES DESCARTANDO QUE EL SER HUMANO SÓLO TUVIERA UN TIPO DE INTELIGENCIA. EN SU LIBRO *FRAMES OF MIND*

ESTABLECIÓ OCHO TIPOS DE INTELIGENCIAS: LA LINGÜÍSTICA-VERBAL, LA LÓGICA-MATEMÁTICA, LA CORPORAL-CINESTÉTICA, LA VISUAL-ESPACIAL, LA MUSICAL, LA EMOCIONAL (QUE SE DIVIDIRÍA EN LA INTRAPERSONAL Y LA INTERPERSONAL), LA NATURALISTA Y LA EXISTENCIAL. POSTERIORMENTE, SUS COLEGAS INVESTIGADORES LLEGARON A DESCRIBIR HASTA 20.

EL CONCEPTO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL TIENE UN PRECURSOR EN EL CONCEPTO DE INTELIGENCIA SOCIAL, DEL PSICÓLOGO EDWARD THORNDIKE QUIEN EN 1920 LA DEFINIÓ COMO "LA HABILIDAD PARA COMPRENDER Y DIRIGIR A LOS HOMBRES Y MUJERES, MUCHACHOS Y MUCHACHAS, Y ACTUAR SABIAMENTE EN LAS RELACIONES HUMANAS".

LA EXPRESIÓN "INTELIGENCIA EMOCIONAL" LA INTRODUJERON POR PRIMERA VEZ EN EL CAMPO DE LA PSICOLOGÍA EN 1990 LOS INVESTIGADORES PETER SALOWEY Y JOHN D. MAYER DEFINIÉNDOLA COMO "LA CAPACIDAD DE PERCIBIR LOS SENTIMIENTOS PROPIOS Y LOS DE LOS DEMÁS, DISTINGUIR ENTRE ELLOS Y SERVIRSE DE ESA INFORMACIÓN PARA GUIAR EL PENSAMIENTO Y LA CONDUCTA DE UNO MISMO".

ESTE CONCEPTO SERÍA PRESENTADO MEDIÁTICAMENTE POR DANIEL GOLEMÁN EN 1995 CON UN LIBRO DE GRAN ÉXITO. EN SU LIBRO *LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA EMPRESA* (1998) SE REFIERE A LA "INTELIGENCIA EMOCIONAL" COMO "LA CAPACIDAD DE RECONOCER NUESTROS PROPIOS SENTIMIENTOS Y LOS AJENOS, DE MOTIVARNOS Y DE MANEJAR BIEN LAS EMOCIONES, EN NOSOTROS MISMOS Y EN NUESTRAS RELACIONES". CONSIDERA CINCO APTITUDES EMOCIONALES, CLASIFICADAS A SU VEZ EN DOS GRANDES GRUPOS: APTITUD PERSONAL (AUTO-CONOCIMIENTO, AUTO-REGULACIÓN Y MOTIVACIÓN) Y APTITUD SOCIAL (EMPATÍA Y HABILIDADES SOCIALES).

1.4.- ¿QUE ES EL TELETON?

HAY UNA FUERZA MOTRIZ MÁS PODEROSA QUE EL VAPOR,
LA ELECTRICIDAD Y LA ENERGÍA ATÓMICA: “LA VOLUNTAD”.

ALBERT EINSTEIN

UN GRAN EJEMPLO ES EL TELETÓN, QUE MUEVE AL MUNDO ENTERO EN TAN SOLO 3 DÍAS REBASANDO SUS METAS Y AYUDANDO A TODO TIPO DE PERSONA DE ESCASOS RECURSOS QUE TENGAN UNA DISCAPACIDAD Y/O NECESIDAD.



TELETÓN ES UN PROYECTO DE UNIDAD NACIONAL, EL CUAL, A TRAVÉS DE LOS VALORES COMO AMOR, GENEROSIDAD Y SOLIDARIDAD, HA LOGRADO CONVOCAR A TODO MÉXICO CON EL FIRME **PROPÓSITO** DE FOMENTAR UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA PARA LOS NIÑOS Y JÓVENES CON DISCAPACIDAD.

TELETÓN REPRESENTA LA OPORTUNIDAD DE RENOVAR LA CONFIANZA EN LAS PERSONAS Y EN LAS INSTITUCIONES, SIMBOLIZA LA UNIÓN Y EL

COMPROMISO DE DIFERENTES SECTORES DE LA SOCIEDAD EN TORNO A ESTÁ CAUSA SOCIAL.

1.5.- ¿CUAL ES LA FINALIDAD DEL TELETON?



1. PROMOVER LA UNIDAD NACIONAL EN TORNO A NUESTROS VALORES.
2. PROMOVER UNA CULTURA DE INTEGRACIÓN A FAVOR DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
3. CONSTRUIR Y OPERAR CENTROS DE REHABILITACIÓN PARA MENORES CON DISCAPACIDAD.
4. APOYAR A INSTITUCIONES QUE TRABAJAN EN EL SECTOR DE LA DISCAPACIDAD EN LA REPÚBLICA MEXICANA A TRAVÉS DEL FONDO TELETÓN DE APOYO A INSTITUCIONES (FTAI)

2.- ANTECEDENTES.

2.1.- ¿COMO COMENZO EL TELETON?

2.2.- MIEMBROS ACTIVOS DEL PATRONATO TELETON

2.3.- ¿PARA QUE SON LAS EMOCIONES? EJEMPLO

2.-ANTECEDENTES

2.1.- ¿COMO EMPEZO EL TELETON?

EN RELACIÓN A LA BIBLIOGRAFÍA REVISADA, PARA DOCUMENTAR EL PRESENTE TRABAJO DE TESIS Y CON ELLO CORROBORAR Y EVITAR LA DUPLICIDAD DEL MISMO, SE INVESTIGO Y OBSERVO QUE EXISTEN POCO ESTUDIOS RELACIONADOS CON EL TEMA. A CONTINUACIÓN SE CITAN LOS ASPECTOS RELEVANTES DE CADA UNO DE ESTOS. ESTAS COMPRENSIONES TARDAN EN ADQUIRIRSE, EN GRAN MEDIDA POR QUE EL LUGAR DE LOS SENTIMIENTOS EN LA VIDA MENTAL HA QUEDADO SORPRENDENTEMENTE DESCUIDADO POR INVESTIGACIONES ALO LARGO DE LOS AÑOS, CONVIRTIÉNDOSE LAS EMOCIONES EN UN ENORME CONTINENTE INEXPLORADO POR LA PSICOLOGÍA CIENTÍFICA.

ESTA CORRIENTE DE DATOS NEUROBIOLÓGICOS NOS PERMITE COMPRENDER MÁS CLARAMENTE QUE NUNCA CÓMO LOS CENTROS DE EMOCIÓN DEL CEREBRO NOS PROVOCAN IRA O LLANTO, Y COMO PARTES MÁS PRIMITIVAS DEL MISMO, QUE NOS MUEVEN A HACER LA GUERRA Y TAMBIÉN EL AMOR, ESTÁN CANALIZADAS PARA EL BIEN O PARA MAL.

GRACIAS AL AMOR DE CADA MEXICANO

NACIÓ TELETÓN... HISTORIA DEL TELETÓN EN MÉXICO



EN DICIEMBRE DE 1978 EN CHILE, EL CONDUCTOR DE TELEVISIÓN MARIO KREUTZBERGER, “DON FRANCISCO” HIZO PÚBLICO EL COMPROMISO DE

APOYAR A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD, PROYECTO QUE HOY EN DÍA EN MUCHOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA SE CONOCE COMO TELETÓN.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE UNIERON PARA PARTICIPAR EN UN EVENTO QUE REBASÓ LAS FRONTERAS DEL MUNDO DURANTE 27 HORAS EN UNA EMISIÓN CONTINUA, CON UN SOLO FIN, BRINDAR AYUDA A LOS NIÑOS CON DISCAPACIDAD.

EL 12 DE DICIEMBRE DE 1997 MÉXICO TOMA LA INICIATIVA DE “DON FRANCISCO” Y CONVOCA POR PRIMERA VEZ A 70 MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PERSONALIDADES DEL ESPECTÁCULO, DIVERSAS EMPRESAS Y A TODA LA NACIÓN. ES ASÍ, COMO GRACIAS AL AMOR DE CADA MEXICANO NACIÓ TELETÓN Y DESDE ENTONCES LA SUMA DE VOLUNTADES HACE POSIBLE TRABAJAR ARDUAMENTE POR LA REHABILITACIÓN DE LOS NIÑOS Y JÓVENES CON DISCAPACIDAD.

PATRONATO



FUNDACIÓN

TELETÓN

CUENTA CON UN PATRONATO FORMADO POR DESTACADOS EMPRESARIOS Y DUEÑOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, QUE

CONTRIBUYEN A ENCAMINAR LA EVOLUCIÓN Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.

APOSTAR TODO PARA QUE GANE EL AMOR...

FUNDACIÓN TELETÓN CUENTA CON UN PATRONATO FORMADO POR DESTACADOS EMPRESARIOS Y DUEÑOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, QUE CONTRIBUYEN A ENCAMINAR LA EVOLUCIÓN Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.

2.2.-MIEMBROS ACTIVOS DEL PATRONATO DE FUNDACIÓN TELETÓN



JUAN FRANCISCO EALY LANZ-DURET, MAURICIO VÁZQUEZ RAMOS, SISSI HARP CALDERONI, CARLOS SLIM DOMIT, FERNANDO LANDEROS VERDUGO, EMILIO AZCÁRRAGA JEAN, SHARON FASTLICHT DE AZCÁRRAGA, ALEJANDRO VARGAS GUAJARDO, JOSÉ AGUILERA MEDRANO, FRANCISCO AGUIRRE GÓMEZ, JUAN DIEGO GUTIÉRREZ SÁENZ, SERGIO GÓMEZ SÁNCHEZ ALDANA, FERNANDO URIBE CALDERÓN, CARLOS AGUIRRE GÓMEZ, JAVIER SORDO MADALENO, FRANCISCO IBARRA LÓPEZ.

■ Emilio Azcárraga Jean
Grupo Televisa

■ Alejandro Vargas Guajardo
MVS Comunicaciones

■ Carlos Aguirre Gómez
Grupo Radio Centro

■ Eduardo Ricalde Medina
Patrono Fundador

■ Fernando Uribe Calderón
Sistema CRIT

■ Francisco Ibarra López
Grupo ACIR

■ Javier Sordo Madaleno
Grupo Sordo Madaleno

■ Juan Diego Gutiérrez Cortina
GUTSA Construcciones

■ Mauricio Vázquez Ramos
Ovaciones

■ Sissi Harp Calderoni
Fundación Alfredo Harp Helú

■ Adrián Aguirre Gómez
Maxcom

■ Alfredo Harp Helú
Banamex

■ Carlos Slim Domit
Grupo Carso

■ Fernando Landeros Verdugo
Fundación México Unido

■ Francisco Aguirre Gómez
Grupo Radio Centro

■ Gabriel Alarcón Velázquez
El Heraldo

■ José Aguilera Medrano
Banamex

■ Juan Francisco Ealy Ortiz
El Universal

■ Sergio Gómez Sánchez Aldana
Nacional Monte de Piedad

2.3.- ¿PARA QUE SON LAS EMOCIONES?

ES EL CORAZÓN COMO VEMOS CORRECTAMENTE;

LO ESENCIAL ES INVISIBLE A LOS OJOS.

ANTOINE DE SAIN-EXUPERY,

EL PRINCIPITO

EJEMPLO.

UNA PAREJA CONSAGRADA A SU HIJA ANDREA, DE ONCE AÑOS, CONFINADA EN UNA SILLA DE RUEDAS A CAUSA DE LA PARÁLISIS CEREBRAL. LA FAMILIA CHAUNCEY VIAJABA EN UN TREN AMTRAK QUE CAYO AL RÍO DESPUÉS DE QUE UNA BARRACA CHOCARA CON UN PUENTE DEL FERROCARRIL EN LUISIANA DERRIBÁNDOLO. LA PAREJA PENSÓ ANTE TODO EN SU HIJA E HIZO TODO LO POSIBLE POR SALVARLA MIENTRAS EL AGUA INUNDABA EL TREN; FINALMENTE LOGRARON EMPUJAR A ANDREA POR UNA VENTANA, PARA QUE EL EQUIPO DE RESCATE PUDIERA SACARLA. ENTONCES, MIENTRAS EL VAGÓN SE HUNDÍA EN EL AGUA, MURIERON.

LA HISTORIA DE ANDREA, LA DE LOS PADRES CUYO ÚLTIMO ACTO HEROICO CONSISTE EN ASEGURAR LA SUPERVIVENCIA DE SU HIJA, ENCIERRA UN MOMENTO DE VALENTÍA CASI MÍTICA. SIN DUDA, ESTOS EPISODIOS DE SACRIFICIO PATERNO POR SU DESCENDENCIA SE HAN REPETIDO INFINIDAD DE VECES EN LA HISTORIA Y LA PREHISTORIA DE LA HUMANIDAD, E INFINIDAD DE VECES MÁS EN EL CURSO MÁS AMPLIO DE LA EVOLUCIÓN DE NUESTRA ESPECIE.

VISTO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS BIÓLOGOS EVOLUCIONISTAS, ESTE SACRIFICIO POR PARTE DE LOS PADRES ESTÁ AL SERVICIO DEL “ÉXITO REPRODUCTIVO”, AL PASAR LOS PROPIOS GENES A LAS GENERACIONES FUTURAS. PERO DESDE LA PERSPECTIVA DE UN PADRE QUE TOMA DECISIONES DESESPERADA EN UN MOMENTO DE CRISIS, SÓLO SE TRATA DE AMOR.

COMO COMPRENSIÓN DEL PROPÓSITO Y LA FUERZA DE LAS EMOCIONES, ESTE ACTO EJEMPLAR DE HEROÍSMO PATERNO DEMUESTRA EL PAPEL DEL ALTRUISTA Y DE TODAS LAS EMOCIONES QUE SENTIMOS EN LA VIDA HUMANA.

SUGIERE QUE NUESTROS SENTIMIENTOS MAS PROFUNDOS, NUESTRAS PASIONES Y ANHELOS, SON GUÍAS ESENCIALES, Y QUE NUESTRA ESPECIE DEBE GRAN PARTE DE SU EXISTENCIA AL PODER QUE AQUELLOS TIENEN SOBRE LOS ASUNTOS HUMANOS. ESE PODER ES PODER EXTRAORDINARIO. SOLO UN AMOR PODEROSO- LA URGENCIA DE SALVAR A SU HIJO QUERIDO- PODRÍA LLEVAR A UN PADRE A PASAR POR ALTO EL IMPULSO DE SUPERVIVENCIA PERSONAL. CONSIDERANDO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL INTELECTO, SU SACRIFICIO PERSONAL ES DISCUTIBLEMENTE IRRACIONAL; DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CORAZÓN, ES LA ÚNICA ELECCIÓN POSIBLE.

LOS SOCIÓLOGOS SEÑALAN EL PREDOMINIO DEL CORAZÓN SOBRE LA CABEZA EN MOMENTOS CRUCIALES COMO ESE CUANDO HACEN CONJETURAS ACERCA DE POR QUE LA EVOLUCIÓN HA DADO A LAS EMOCIONES UN PAPEL TAN IMPORTANTE EN LA PSIQUIS HUMANA. NUESTRAS EMOCIONES, DICEN, NOS GUÍAN CUANDO SE TRATA DE ENFRENTAR MOMENTOS DIFÍCILES Y TAREAS DEMASIADO IMPORTANTES PARA DEJARLAS SÓLO EN MANOS DEL INTELECTO: LOS PELIGROS, LAS PÉRDIDAS DOLOROSAS, LA PERSISTENCIA HACIA UNA META A PESAR DE LOS FRACASOS, LOS VÍNCULOS COMÚN COMPAÑERO, LA FORMACIÓN DE

UNA FAMILIA. CADA EMOCIÓN OFRECE UNA DISPOSICIÓN DEFINIDA A ACTUAR: CADA UNA LOS SEÑALA UNA DIRECCIÓN QUE HA FUNCIONADO BIEN PARA OCUPARSE DE LOS DESAFÍOS REPETIDOS DE LA VIDA HUMANA. DADO QUE ESTAS SITUACIONES QUE SE REPITEN UNA Y OTRA VEZ A LO LARGO DE LA HISTORIA DE LA EVOLUCIÓN, EL VALOR DE SUPERVIVENCIA DE NUESTRO REPERTORIO EMOCIONAL FUE CONFIRMADO POR EL HECHO DE QUE QUEDARON GRAVADOS EN NUESTROS NERVIOS COMO TENDENCIAS INNATAS Y AUTOMÁTICAS DEL CORAZÓN HUMANO.

UNA VISIÓN DE LA NATURALEZA HUMANA QUE PASA POR ALTO EL PODER DE LAS EMOCIONES ES LAMENTABLEMENTE MIOPE. EL NOMBRE MISMO DE HOMO SAPIENS, LA ESPECIE PENSANTE, RESULTA ENGAÑOSO A LA LUZ DE LA NUEVA VALORACIÓN Y VISIÓN QUE OFRECE LA VISIÓN QUE OFRECE LA CIENCIA CON RESPECTO AL LUGAR QUE OCUPAN LAS EMOCIONES EN NUESTRA VIDA. COMO TODOS LO SABEMOS POR EXPERIENCIA, CUANDO SE TRATA DE DAR FORMA A NUESTRAS DECISIONES Y A NUESTRAS ACCIONES LOS, SENTIMIENTOS CUENTAN TANTO COMO EL PENSAMIENTO, A MENUDO MAS. HEMOS LLEGADO MUY LEJOS EN LO QUE SE REFIERE A DESTACAR EN VALOR Y EL SIGNIFICADO DE LO PURAMENTE RACIONAL- LO QUE MIDE EL CONCIENTE INTELLECTUAL- EN LA VIDA HUMANA. PARA BIEN O PARA MAL, LA INTELIGENCIA PUEDE NO TENER LA MENOR IMPORTANCIA CUANDO DOMINAN LAS EMOCIONES.

3.- MARCO TEORICO

3.1. ¿LAS EMOCIONES PUEDEN SER INTELIGENTES?

3.2.- GARDER EN SU DEFINICIÓN BÁSICA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

3.2.1. CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES.

3.2.2. MANEJAR LAS EMOCIONES.

3.2.3. LA PROPIA MOTIVACION.

3.2.4. RECONOCER EMOCIONES EN LOS DEMÁS.

3.2.5. MANEJAR LAS RELACIONES.

3.-MARCO TEÓRICO

3.1.- ¿LAS EMOCIONES PUEDEN SER INTELIGENTES?

PARA TENER UNA MEJOR COMPRENSIÓN DE CUAL PODRÍA SER ESE ENTRENAMIENTO, DEBEMOS RECURRIR A OTROS TEÓRICOS QUE SIGUEN LOS LINEAMIENTOS INTELECTUALES DE GARDNER, SOBRE TODO PETER SALOVEY, UN PSICÓLOGO DE YALE QUE HA DESCRITO EN GRAN DETALLE LAS FORMAS EN QUE PODEMOS APLICAR INTELIGENCIA A NUESTRAS EMOCIONES. ESTE INTENTO NO ES NUEVO; A LO LARGO DE LOS AÑOS, INCLUSO LOS MAS ARDIENTES TEÓRICOS DEL CI HAN INTENTADO DE VEZ EN CUANDO COLOCAR LAS EMOCIONES DENTRO DE LA ESFERA DE LA INTELIGENCIA EN LUGAR DE CONSIDERAR LOS TÉRMINOS “EMOCIÓN” E “INTELIGENCIA” COMO UNA CONTRADICCIÓN INHERENTE. ASÍ, E.L. THORNDIKE, UN EMINENTE PSICÓLOGO QUE TAMBIÉN TUVO GRAN INFLUENCIA EN LA POPULARIZACIÓN DE LA IDEA DEL CI EN LOS AÑOS VEINTE Y TREINTA, PLANTEÓ EN UNA ARTÍCULO DE HARPER’S MAGAZINE QUE UN ASPECTO INTELIGENCIA EMOCIONAL, LA INTELIGENCIA “SOCIAL”, LA CAPACIDAD PARA COMPRENDER A LOS DEMÁS Y “ACTUAR PRUDENTEMENTE EN LAS RELACIONES HUMANAS” ERA EN SI MISMA UN ASPECTO DEL CI DE UNA PERSONA. OTROS PSICÓLOGOS DE LA ÉPOCA TUVIERON UNA VISIÓN MÁS ESCÉPTICA DE LA INTELIGENCIA SOCIAL Y CONSIDERARON EN TÉRMINOS DE HABILIDADES PARA MANIPULAR A LOS DEMÁS Y CONSEGUIR LO QUE UNO QUIERE, ESTÉN DE ACUERDO O NO. PERO NINGUNA DE ESTAS FORMULACIONES DE LA INTELIGENCIA SOCIAL TUVO DEMASIADA REPERCUSIÓN ENTRE LOS TEÓRICOS CI, Y ALREDEDOR DE 1960 UN INFLUYENTE TEXTO SOBRE LAS PRUEBAS DE INTELIGENCIA DECLARO QUE LA INTELIGENCIA SOCIAL ERA UN CONCEPTO “INÚTIL”.

PERO LA INTELIGENCIA PERSONAL NO DEBERÍA SER PASADA POR ALTO, SOBRE TODO POR SU SENTIDO COMÚN E INTUITIVO. POR EJEMPLO. CUANDO ROBERT STERNBERG, OTRO PSICÓLOGO DE YALE, LE PIDO A LA GENTE QUE DESCRIBIERA A UNA “PERSONA INTELIGENTE”, LAS HABILIDADES PRÁCTICAS SE CONTABAN ENTRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS MENCIONADAS. UNA INVESTIGACIÓN MAS SISTEMÁTICA LLEVADA A CABO POR STERNBERG LO LLEVO A LA CONCLUSIÓN DE THORNDIKE: QUE LA INTELIGENCIA SOCIAL ES DISTINTA DE LAS CAPACIDADES ACADÉMICAS Y, AL MISMO TIEMPO, ES UNA PARTE CLAVE DE LO QUE HACE QUE A LA GENTE LE VAYA BIEN EN EL ASPECTO PRACTICO DE LA VIDA. ENTRE LAS INTELIGENCIAS PRACTICAS QUE ESTÁN, POR EJEMPLO TAN VALORADAS EN EL LUGAR DE TRABAJO, ESTA EL TIPO DE SENSIBILIDAD QUE PERMITE A LOS ADMINISTRADORES EFICACES CAPTAR MENSAJES TÁCTICOS

3.2-. GARDER EN SU DEFINICION BASICA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, UN GRUPO CADA VEZ MÁS GRANDE DE PSICÓLOGOS HA LLEGADO A CONCLUSIONES SIMILARES, COINCIDIENDO CON GARDNER EN QUE LOS ANTIGUOS CONCEPTOS DE CI GIRABAN EN TORNO A UNA ESTRECHA FRANJA DE HABILIDADES LINGÜÍSTICAS Y MATEMÁTICAS, Y QUE DESEMPEÑARSE BIEN EN LAS PRUEBAS DE CI ERA MAS DIRECTAMENTE UN MEDIO PARA PREDECIR EL ÉXITO EN EL AULA O COMO PROFESOR PERO CADA VEZ MENOS EN LOS CAMINOS DE LA VIDA QUE SE APARTAN DE LO ACADÉMICO. ESTOS PSICÓLOGOS- STERNBERG Y SALOVEY ENTRE ELLOS- HAN ADOPTADO UNA VISIÓN MÁS AMPLIA DE LA INTELIGENCIA, TRATANDO DE REINVENTARLA EN FUNCIÓN DE LO QUE HACE FALTA PARA ALCANZAR EL ÉXITO EN LA VIDA. Y ESA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN NOS LLEVA OTRA VEZ A LA EVALUACIÓN DE LO IMPORTANTE QUE ES LA INTELIGENCIA “PERSONAL” O EMOCIONAL.

SALOVEY INCLUYE LAS INTELIGENCIAS PERSONALES DE GARDER EN SU DEFINICIÓN BÁSICA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL, AMPLIANDO ESTAS CAPACIDADES A CINCO ESFERAS PRINCIPALES:

3.2.1.- CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES.

LA CONCIENCIA DE UNO MISMO- EL RECONOCER UN SENTIMIENTO MIENTRAS OCURRE- ES LA CLAVE DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL. LA CAPACIDAD DE CONTROLAR SENTIMIENTOS DE UN MOMENTO A OTRO ES FUNDAMENTAL PARA LA PENETRACIÓN PSICOLÓGICA Y LA COMPRENSIÓN DE UNO MISMO. LA CAPACIDAD DE ADVERTIR NUESTROS AUTÉNTICOS SENTIMIENTOS NOS DEJA A MERCED DE LOS MISMOS. LAS PERSONAS QUE TIENE UNA MAYOR CERTIDUMBRE CON RESPETO DE SUS SENTIMIENTOS SON MEJORES GUÍAS DE SU VIDA Y TIENE UNA NOCIÓN MAS SEGURA DE LO QUE SIENTEN REALMENTE CON RESPECTO A LAS DECISIONES PERSONALES, DESDE CON QUIEN CASARSE HASTA QUE TRABAJO ACEPTAR.

3.2.2.- MANEJAR LAS EMOCIONES.

MANEJAR LOS SENTIMIENTOS PARA QUE SEAN ADECUADOS ES UNA CAPACIDAD QUE SE BASA EN LA CONCIENCIA DE UNO MISMO, LA CAPACIDAD DE SERENARSE, DE LIBERARSE DE LA IRRITABILIDAD, LA ANSIEDAD Y LA MELANCOLÍA EXCESIVAS... Y LAS CONSECUENCIAS DEL FRACASO EN ESTA DESTREZA EMOCIONAL BÁSICA. LAS PERSONAS QUE CARECEN DE ESTA CAPACIDAD LUCHAN CONSTANTEMENTE CONTRA SENTIMIENTOS DE AFLICCIÓN, MIENTRAS AQUELLAS LA TIENEN DESARROLLADA PUEDEN RECUPERARSE CON MAYOR RAPIDEZ DE LOS REVESES Y TRASTORNOS DE LA VIDA.

3.2.3.- LA PROPIA MOTIVACION.

ORDENAR LAS EMOCIONES AL SERVICIO DE UN OBJETIVO ES ESENCIAL PARA PRESTAR ATENCIÓN, PARA LA AUTOMOTIVACIÓN Y EL DOMINIO, Y PARA LA CREATIVIDAD. EL AUTODOMINIO EMOCIONAL- POSTERGAR LA GRATIFICACIÓN Y CONTENER LA IMPULSIVIDAD – SIRVE DE BASE A TODA CLASE DE LOGROS. Y SER CAPAZ DE INTERNARSE EN UN ESTADO DE “FLUIDEZ” PERMITE UN DESEMPEÑO DESTACADO EN MUCHOS SENTIDOS. LAS PERSONAS QUE TIENEN ESTA CAPACIDAD SUELEN SER MUCHO MAS PRODUCTIVAS Y EFICACES EN CUALQUIER TAREA QUE EMPRENDAN.

3.2.4.- RECONOCER EMOCIONES EN LOS DEMAS.

LA EMPATÍA, OTRA CAPACIDAD QUE SE BASA EN LA AUTOCONCIENCIA EMOCIONAL, ES LA “HABILIDAD” FUNDAMENTAL DE LAS PERSONAS. EL COSTO SOCIAL DE NO TENER BUEN OÍDO EMOCIONAL, Y LAS RAZONES POR LAS QUE LA EMPATÍA DESPIERTA ES ALTRUISMO. LAS PERSONAS QUE TIENEN EMPATÍA ESTÁN MUCHO MAS ADAPTADAS A LAS SUTILES SEÑALES SOCIALES QUE INDICAN LO QUE OTROS NECESITAN O QUIEREN. ESTO LOS HACE MEJORES EN PROFESIONES TALES COMO LA ENSEÑANZA, LAS VENTAS Y LA ADMINISTRACIÓN.

3.2.5.- MANEJAR LAS RELACIONES.

EL ARTE DE LAS RELACIONES ES, EN GRAN MEDIDA LA HABILIDAD DE MANEJAR LAS EMOCIONES DE LOS DEMÁS. SE ANALIZA LA COMPETENCIA Y LA INCOMPETENCIA SOCIAL Y LAS HABILIDADES ESPECÍFICAS QUE ESTO SUPONE. ESTAS SON LAS HABILIDADES SE DESEMPEÑAN BIEN EN CUALQUIER COSA QUE DEPENDA DE LA INTERACCIÓN SERENA CON LOS DEMÁS; SON ESTRELLAS SOCIALES.

LAS HABILIDADES DE LAS PERSONAS EN CADA UNA DE ESTAS ESFERAS SON DIFERENTES; ALGUNOS DE NOSOTROS PODEMOS SER MUY EXPERTOS PARA MANEJAR NUESTRA PROPIA ANSIEDAD. POR EJEMPLO, PERO RELATIVAMENTE INEPTOS PARA ALIVIAR LOS TRASTORNOS DE OTROS. LA BASE SUBYACENTE DE NUESTRO NIVEL DE CAPACIDAD ES, SIN DUDA, NERVIOSA; PERO COMO VEREMOS, EL CEREBRO ES NOTABLEMENTE FLEXIBLE Y APRENDE CONSTANTEMENTE.

LOS ERRORES EN LAS HABILIDADES EMOCIONALES PUEDEN SER REMEDIADOS: EN GRAN MEDIDA, CADA UNA DE ESTAS ESFERAS REPRESENTAN UN CUERPO DE HÁBITO Y RESPUESTA QUE, CON EL ESFUERZO ADECUADO, PUEDE MEJORARSE.

*4.- DIFERENCIAS ENTRE EMOCIONES, SENTIMIENTOS Y
SENTIMENTALISMO*

4.- DIFERENCIAS ENTRE EMOCIONES, SENTIMIENTOS Y SENTIMENTALISMO.

LAS EMOCIONES SON AGITACIONES DEL ÁNIMO PRODUCIDAS POR IDEAS, RECUERDOS, APETITOS, DESEOS, SENTIMIENTOS O PASIONES.

LAS EMOCIONES: SON ESTADOS AFECTIVOS DE MAYOR O MENOR INTENSIDAD Y DE CORTA DURACIÓN.

"SE MANIFIESTAN POR UNA CONMOCIÓN ORGÁNICA MÁS O MENOS VISIBLE"

CONMOCIÓN AFECTIVA DE CARÁCTER INTENSO.

AGITACIÓN DEL ÁNIMO ACOMPAÑADA DE FUERTE CONMOCIÓN SOMÁTICA.

SENTIMIENTOS: TENDENCIAS O IMPULSOS, ESTADOS ANÍMICOS. (ORGÁNICOS)

SENTIMIENTO: ESTADO AFECTIVO DE BAJA INTENSIDAD Y LARGA DURACIÓN.

LOS SENTIMIENTOS SON IMPRESIONES QUE CAUSAN EL ÁNIMO LAS COSAS ESPIRITUALES. SON TAMBIÉN ESTADOS DE ÁNIMO. VIENEN DE LOS SENTIDOS.

PASIÓN: ESTADO EFECTIVO MUY INTENSO Y DE LARGA DURACIÓN.

SHOCK EMOCIONAL: ESTADO AFECTIVO DE INTENSO DE MUY CORTA DURACIÓN.

DIFUSIÓN: ESTADO EN EL QUE HAY UN ROMPIMIENTO CON LA REALIDAD.

EL SENTIMENTALISMO ES EL CARÁCTER O CUALIDAD DE LO QUE MUESTRA DEMASIADA SENSIBILIDAD O SENSIBLERÍA.

LA SENSIBLERÍA ES LA SENSIBILIDAD EXAGERADA.

LA SENSIBILIDAD ES LA CAPACIDAD PROPIA DE LOS SERES VIVOS DE PERCIBIR SENSACIONES Y DE RESPONDER A MUY PEQUEÑAS EXCITACIONES, ESTÍMULOS O CAUSAS.

CAPACIDAD DE RESPONDER A ESTÍMULOS EXTERNOS.

5.- INTELIGENCIA.

5.- INTELIGENCIA

LA INTELIGENCIA DE UNA PERSONA ESTÁ FORMADA POR UN CONJUNTO DE VARIABLES COMO LA ATENCIÓN, LA CAPACIDAD DE OBSERVACIÓN, LA MEMORIA, EL APRENDIZAJE, LAS HABILIDADES SOCIALES, QUE LE PERMITEN ENFRENTARSE AL MUNDO DIARIAMENTE. EL RENDIMIENTO QUE OBTENEMOS DE NUESTRAS ACTIVIDADES DIARIAS DEPENDE EN GRAN MEDIDA DE LA ATENCIÓN QUE LES PRESTEMOS, ASÍ COMO DE LA CAPACIDAD DE CONCENTRACIÓN QUE MANIFESTEMOS EN CADA MOMENTO. PERO HAY QUE TENER EN CUENTA QUE, PARA TENER UN RENDIMIENTO ADECUADO INTERVIENEN MUCHAS OTRAS FUNCIONES COMO, POR EJEMPLO, UN ESTADO EMOCIONAL ESTABLE, UNA BUENA SALUD PSICO-FÍSICA O UN NIVEL DE ACTIVACIÓN NORMAL.

LA INTELIGENCIA ES LA CAPACIDAD DE ASIMILAR, GUARDAR, ELABORAR INFORMACIÓN Y UTILIZARLA PARA RESOLVER PROBLEMAS, COSA QUE TAMBIÉN SON CAPACES DE HACER LOS ANIMALES E INCLUSO LOS ORDENADORES. PERO EL SER HUMANO VA MÁS ALLÁ, DESARROLLANDO UNA CAPACIDAD DE INICIAR, DIRIGIR Y CONTROLAR NUESTRAS OPERACIONES MENTALES Y TODAS LAS ACTIVIDADES QUE MANEJAN INFORMACIÓN. APRENDEMOS, RECONOCEMOS, RELACIONAMOS, MANTENEMOS EL EQUILIBRIO Y MUCHAS COSAS MÁS SIN SABER CÓMO LO HACEMOS. PERO TENEMOS ADEMÁS LA CAPACIDAD DE INTEGRAR ESTAS ACTIVIDADES MENTALES Y DE HACERLAS VOLUNTARIAS, EN DEFINITIVA DE CONTROLARLAS, COMO OCURRE CON NUESTRA ATENCIÓN O CON EL APRENDIZAJE, QUE DEJA DE SER AUTOMÁTICO COMO EN LOS ANIMALES PARA FOCALIZARLO HACIA DETERMINADOS OBJETIVOS DESEADOS.

UNA DE LAS DEFINICIONES QUE MEJOR SE ADAPTAN A NUESTRA FORMA DE ENTENDER EL TÉRMINO, ES LA QUE NOS DICE QUE INTELIGENCIA, ES "LA APTITUD QUE NOS PERMITE RECOGER INFORMACIÓN DE NUESTRO INTERIOR Y DEL MUNDO QUE NOS CIRCUNDA, CON EL OBJETIVO DE

EMITIR LA RESPUESTA MÁS ADECUADA A LAS DEMANDAS QUE EL VIVIR COTIDIANO NOS PLANTEA", SEGÚN ACUERDO GENERALIZADO ENTRE LOS ESTUDIOSOS DEL TEMA DEPENDE DE LA DOTACIÓN GENÉTICA Y DE LAS VIVENCIAS QUE EXPERIMENTAMOS A LO LARGO DE LA VIDA.

LA INTELIGENCIA DENTRO DEL PROYECTO SPECTRUM UNA VISIÓN CAMBIABA, EN LOS OJOS DE UN PSICÓLOGO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD, HOWARD GARDNER , LA IDEA DE QUE EL HOMBRE SOLO TENÍA UN TIPO DE INTELIGENCIA, EN SU LIBRO FRAMES OF MIND, EN EL CUAL ESTABLECE NUEVE TIPOS DE INTELIGENCIAS: LA VERBAL-LINGÜÍSTICA VERBAL, LA LÓGICA-MATEMÁTICA, LA KINESTÉTICA, LA VISUAL-ESPACIAL, LA MUSICAL, LA INTRAPERSONAL, LA INTERPERSONAL, LA NATURALISTA Y LA EXISTENCIA. AUNQUE SUS COLEGAS INVESTIGADORES LLEGARON A DESCRIBIR HASTA 20.

6.- LAS EMOCIONES.

6.1.1. CUADRO DE EMOCIONES.

6.1.2. LAS EMOCIONES SEGÚN GÓLEMAN.

6.1.2.1. LA INTELIGENCIA PERSONAL

6.1.2.2. CONCIENCIA EN UNO MISMO

6.1.2.3. AUTORREGULACIÓN O CONTROL DE SÍ MISMO:

6.1.2.4. AUTO-MOTIVACIÓN

6.1.2.5. LA INTELIGENCIA INTERPERSONAL

6.1.2.6. EMPATÍA

6.1.2.7. HABILIDADES SOCIALES

6.1.3 SISTEMAS

6.1.3.1 SISTEMA LIMBICO

6.1.3.2.- EL DI ENCEFALO

6.1.3.3 AMIGDALA

6.- LAS EMOCIONES.

LAS EMOCIONES SON LOS ESTADOS ANÍMICOS QUE MANIFIESTAN UNA GRAN ACTIVIDAD ORGÁNICA, QUE REFLEJA EN LOS COMPORTAMIENTOS EXTERNOS E INTERNOS. LAS EMOCIONES ES UNA COMBINACIÓN COMPLEJA DE ASPECTOS FISIOLÓGICOS, SOCIALES, Y PSICOLÓGICOS DENTRO DE UNA MISMA SITUACIÓN POLIFACÉTICA, COMO RESPUESTA ORGÁNICA A LA CONSECUCCIÓN DE UN OBJETIVO, DE UNA NECESIDAD O DE UNA MOTIVACIÓN.

6.1.1.-CUADRO DE EMOCIONES

DUELO	DEPRESIÓN	CONFUSIÓN
DECEPCIÓN	INDIGNACIÓN	IRRITABILIDAD
HOSTILIDAD	CÓLERA.	MIEDO
PÁNICO	MELANCOLÍA	DECEPCIÓN
NERVIOSISMO	CONSTERNACIÓN	TERROR
FOBIA	PESIMISMO	SATISFACCIÓN
EUFORIA	ÉXTASIS	PLACER
GRATIFICACIÓN	FELICIDAD	RABIA
FURIA	RESENTIMIENTO	DESESPERACIÓN
TEMOR	APRENSIÓN	ANSIEDAD

6.1.2. LAS EMOCIONES SEGÚN GOLEMAN.

EN BASE EN LAS INVESTIGACIONES REALIZADAS POR LOS DOS INVESTIGADORES ANTERIORES Y COMPARÁNDOLE CON LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES, GOLEMÁN AFIRMÓ EN SU ÚLTIMA CONFERENCIA EN MADRID, QUE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL, ESTE TÉRMINO INCLUYE DOS TIPOS:

6.1.2.1.-LA INTELIGENCIA PERSONAL:

ESTÁ COMPUESTA A SU VEZ POR UNA SERIE DE COMPETENCIAS QUE DETERMINAN EL MODO EN QUE NOS RELACIONAMOS CON NOSOTROS MISMOS. ESTA INTELIGENCIA COMPRENDE TRES COMPONENTES CUANDO SE APLICA EN EL TRABAJO.

6.1.2.2.- CONCIENCIA EN UNO MISMO

ES LA CAPACIDAD DE RECONOCER Y ENTENDER EN UNO MISMO LAS PROPIAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, ESTADOS DE ÁNIMO, EMOCIONES E IMPULSOS, ASÍ COMO EL EFECTO QUE ÉSTOS TIENEN SOBRE LOS DEMÁS Y SOBRE EL TRABAJO. ESTA COMPETENCIA SE MANIFIESTA EN PERSONAS CON HABILIDADES PARA JUZGARSE A SÍ MISMAS DE FORMA REALISTA, QUE SON CONSCIENTES DE SUS PROPIAS LIMITACIONES Y ADMITEN CON SINCERIDAD SUS ERRORES, QUE SON SENSIBLES AL APRENDIZAJE Y QUE POSEEN UN ALTO GRADO DE AUTO-CONFIANZA.

6.1.2.3.- AUTORREGULACION O CONTROL DE SI MISMO:

ES LA HABILIDAD DE CONTROLAR NUESTRAS PROPIAS EMOCIONES E IMPULSOS PARA ADECUARLOS A UN OBJETIVO, DE RESPONSABILIZARSE DE LOS PROPIOS ACTOS, DE PENSAR ANTES DE ACTUAR Y DE EVITAR LOS JUICIOS PREMATUROS. LAS PERSONAS QUE POSEEN ESTA COMPETENCIA SON SINCERAS E ÍNTEGRAS, CONTROLAN EL ESTRÉS Y LA ANSIEDAD ANTE SITUACIONES COMPROMETIDAS Y SON FLEXIBLES ANTE LOS CAMBIOS O LAS NUEVAS IDEAS.

6.1.2.4.- AUTO-MOTIVACION:

ES LA HABILIDAD DE ESTAR EN UN ESTADO DE CONTINUA BÚSQUEDA Y PERSISTENCIA EN LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS, HACIENDO FRENTE A LOS PROBLEMAS Y ENCONTRANDO SOLUCIONES. ESTA COMPETENCIA SE MANIFIESTA EN LAS PERSONAS QUE MUESTRAN UN GRAN ENTUSIASMO POR SU TRABAJO Y POR EL LOGRO DE LAS METAS POR ENCIMA DE LA SIMPLE RECOMPENSA ECONÓMICA, CON UN ALTO GRADO DE INICIATIVA Y COMPROMISO, Y CON GRAN CAPACIDAD OPTIMISTA EN LA CONSECUCIÓN DE SUS OBJETIVOS.

6.1.2.5.- LA INTELIGENCIA INTERPERSONAL.

AL IGUAL QUE LA ANTERIOR, ESTA INTELIGENCIA TAMBIÉN ESTÁ COMPUESTA POR OTRAS COMPETENCIAS QUE DETERMINAN EL MODO EN QUE NOS RELACIONAMOS CON LOS DEMÁS.

6.1.2.6.- EMPATIA:

ES LA HABILIDAD PARA ENTENDER LAS NECESIDADES, SENTIMIENTOS Y PROBLEMAS DE LOS DEMÁS, PONIÉNDOSE EN SU LUGAR, Y RESPONDER CORRECTAMENTE A SUS REACCIONES EMOCIONALES. LAS PERSONAS EMPÁTICAS SON AQUELLAS CAPACES DE ESCUCHAR A LOS DEMÁS Y ENTENDER SUS PROBLEMAS Y MOTIVACIONES, QUE NORMALMENTE

TIENEN MUCHA POPULARIDAD Y RECONOCIMIENTO SOCIAL, QUE SE ANTICIPAN A LAS NECESIDADES DE LOS DEMÁS Y QUE APROVECHAN LAS OPORTUNIDADES QUE LES OFRECEN OTRAS PERSONAS.

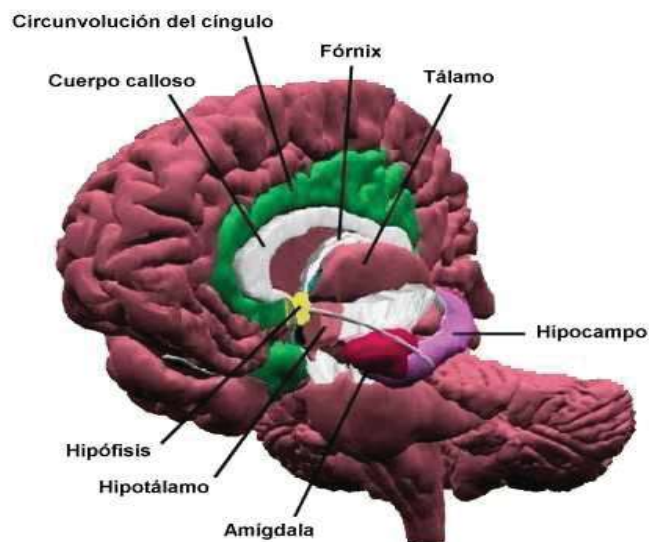
6.1.2.7.- HABILIDADES SOCIALES.

ES EL TALENTO EN EL MANEJO DE LAS RELACIONES CON LOS DEMÁS, EN SABER PERSUADIR E INFLUENCIAR A LOS DEMÁS. QUIENES POSEEN HABILIDADES SOCIALES SON EXCELENTES NEGOCIADORES, TIENEN UNA GRAN CAPACIDAD PARA LIDERAR GRUPOS Y PARA DIRIGIR CAMBIOS, Y SON CAPACES DE TRABAJAR COLABORANDO EN UN EQUIPO Y CREANDO SINERGIAS GRUPALES.

6.1.3.- SISTEMAS

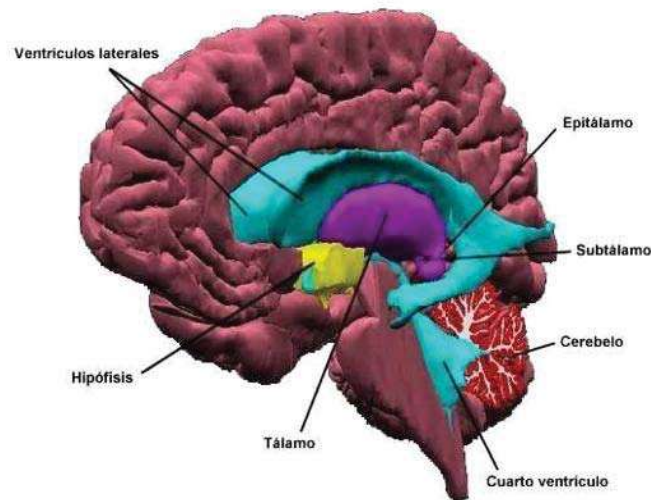
6.1.3.1 SISTEMA LIMBICO

UN SISTEMA CEREBRAL QUE GESTIONA RESPUESTAS FISIOLÓGICAS A LAS EMOCIONES Y ESTÁ ASOCIADO CON LA CONDUCTA. INCLUYE AL TÁLAMO, AL HIPOTÁLAMO Y A LA AMÍGDALA, ASÍ COMO PARTE DE LA FORMACIÓN RETICULAR, EL TRONCO CEREBRAL Y LA CORTEZA CEREBRAL.



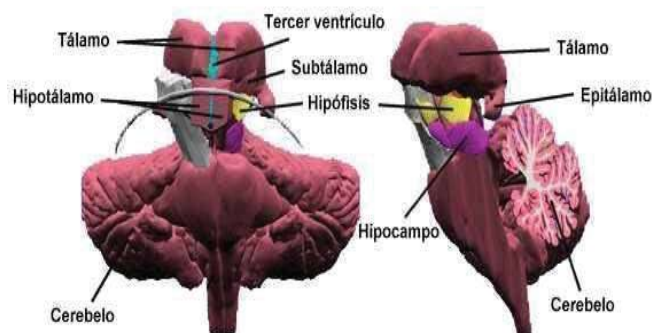
6.1.3.2.- EL DI ENCEFALO

UNA DE LAS ÁREAS DEL CEREBRO QUE, ENTRE OTROS ATRIBUTOS, SE ASOCIA CON LA INTEGRACIÓN SENSORIAL.



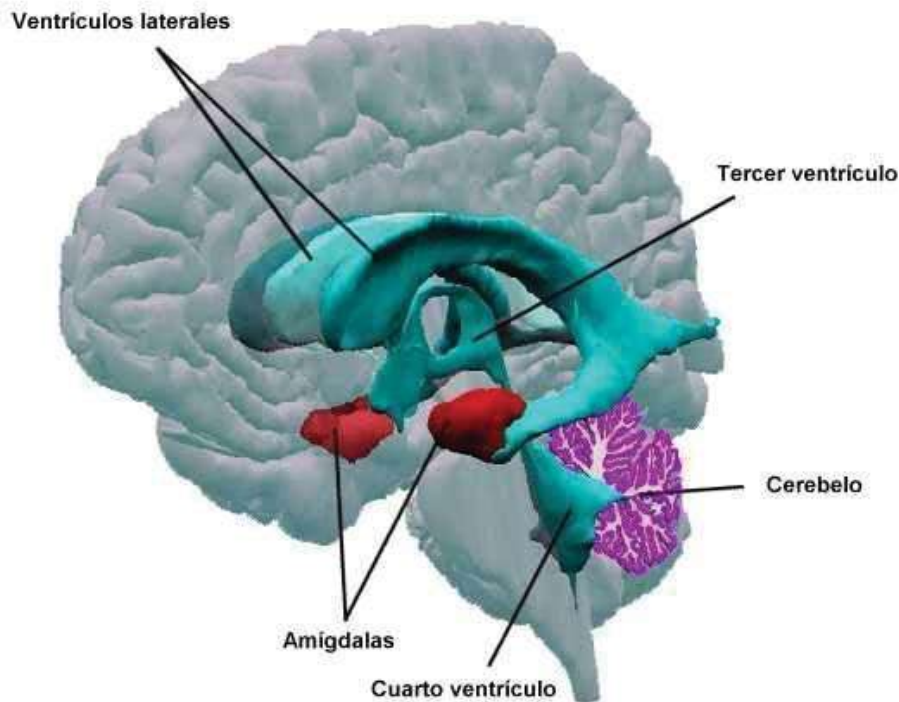
EL HIPOTÁLAMO UNA PARTE DE ENCÉFALO CONSIDERADO EL GANGLIO MAESTRO DEL SISTEMA NERVIOSO AUTONÓMICO. EN CASO DE EMOCIONES EXAGERADAS, EL HIPOTÁLAMO SE ENCARGA DE ESTABILIZAR LAS FUNCIONES AFECTADAS.

TÁLAMO ES EL CENTRO DE INTEGRACIÓN DEL CEREBRO. PARTE DEL DI ENCÉFALO. SU UBICACIÓN PERMITE EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DE TODAS LAS ÁREAS SENSORIALES Y SUS SALIDAS HACIA EL CEREBRO Y HACIA LOS CENTROS DE CONTROL MOTOR.



6.1.3.3 AMÍGDALA

PARTE NO SUPERFICIAL DEL SISTEMA LÍMBICO UBICADO ADYACENTE AL HIPOCAMPO. LA AMÍGDALA ESTÁ ASOCIADA CON LA EXPRESIÓN Y LA REGULACIÓN EMOCIONAL. UNA LIGADURA ENTRE LA AMÍGDALA Y LOS SISTEMAS FÍSICOS DEL CUERPO QUE SON ACTIVADOS POR LA AMÍGDALA EN ASOCIACIÓN CON LAS EMOCIONES PUEDEN CONSTITUIR UNA PARTE IMPORTANTE DE LA COGNICIÓN.



INVESTIGACIONES DE LA NEUROCIENCIA SOBRE LAS EMOCIONES

CADA VEZ MÁS CIENTÍFICOS SE HAN PERCATADO DE ESTE HECHO ELEMENTAL, Y SE ESTÁN DEDICANDO A ESTUDIAR LOS MECANISMOS CEREBRALES QUE CONTROLAN Y REGULAN LOS SENTIMIENTOS HUMANOS.

LA AMÍGDALA ES UNA DE LAS REGIONES DEL CEREBRO QUE DESEMPEÑA UN PAPEL FUNDAMENTAL E LOS FENÓMENOS EMOCIONALES.

*7.- CARACTERÍSTICAS DE LA MENTE
EMOCIONAL.*

7.- CARACTERÍSTICAS DE LA MENTE EMOCIONAL.

1. SIGUIENDO A DANIEL GOLEMÁN, LA MENTE EMOCIONAL ES INFANTIL, EN CUANTO A QUE ES CATEGÓRICA, TODO ES BLANCO O NEGRO, PARA ELLA NO EXISTEN LOS GRISES.
2. TODO LO ENFOCA PERSONALIZÁNDOLO EN UNA MISMA.
3. ES AUTO CONFIRMANTE, YA QUE OBVIA Y NO PERMITE LA PERCEPCIÓN DE TODO AQUELLO QUE SOCABA LAS PROPIAS CREENCIAS O SENTIMIENTOS Y SE CENTRA EXCLUSIVAMENTE, EN LO QUE LOS CONFIRMA.
4. IMPONE EL PASADO SOBRE EL PRESENTE, LO CUAL QUIERE DECIR QUE SI UNA SITUACIÓN POSEE ALGUNA CARACTERÍSTICA O RASGO QUE SE ASEMEJE DE ALGUNA FORMA A UN SUCESO DEL PASADO CARGADO EMOCIONALMENTE (ESTO ES, QUE SUSCITO EN NOSOTRAS GRAN EMOCIÓN), LA MENTE EMOCIONAL ANTE CUALQUIER DETALLE QUE CONSIDERE SEMEJANTE, ACTIVA EN EL PRESENTE LOS SENTIMIENTOS QUE ACOMPAÑARON AL SUCESO EN EL PASADO, CON LA AÑADIDA DE QUE LAS REACCIONES EMOCIONALES SON TAN DIFUSAS, QUE NO NOS APERCIBIMOS DEL HECHO DE QUE ESTAMOS REACCIONANDO, DE UNA DETERMINADA FORMA, ANTE UNA SITUACIÓN QUE PROBABLEMENTE NO COMPARTA MÁS QUE ALGUNOS RASGOS, CON AQUELLA QUE DESENCADENÓ ESA MISMA REACCIÓN EN EL PASADO.
5. SÉ AUTO JUSTIFICA EN EL PRESENTE UTILIZANDO LA MENTE RACIONAL, DE FORMA QUE SIN TENER IDEA DE LO QUE ESTÁ OCURRIENDO, TENEMOS LA TOTAL CONVICCIÓN DE QUE LO SABEMOS PERFECTAMENTE.
6. REALIDAD ESPECÍFICA DE ESTADO, ESTA CARACTERÍSTICA SE REFIERE AL HECHO DE QUE CADA EMOCIÓN TIENE SU PROPIO REPERTORIO DE PENSAMIENTOS, SENSACIONES Y RECUERDOS ASOCIADOS, QUE EL CEREBRO PERCIBE Y EMITE AUTOMÁTICAMENTE SIN CONTROL

RACIONAL. ASÍ PUES LA VISIÓN DE LA REALIDAD SE MODIFICA EN FUNCIÓN DE LA EMOCIÓN QUE ESTEMOS SINTIENDO; LO QUE PERCIBO NO ES LO MISMO SI ME SIENTO FURIOSO O ENAMORADO.

7. LA MENTE EMOCIONAL TAMBIÉN POSEE EL RASGO DE LA MEMORIA SELECTIVA LO CUAL IMPLICA, QUE ANTE UNA SITUACIÓN EMOCIONAL DETERMINADA, REORGANIZA LOS RECUERDOS Y LAS POSIBLES ALTERNATIVAS DE FORMA QUE SOBRESALGAN LOS QUE CONSIDERA RELEVANTES.

8. ES ASOCIATIVA, ESTO ES CONSIDERA LOS ELEMENTOS QUE ACTIVAN LOS RECUERDOS COMO SI FUERA LA REALIDAD, Y YA SABEMOS QUE UN SOLO RASGO SIMILAR PUEDE EVOCAR LA TOTALIDAD DE LOS SENTIMIENTOS ASOCIADOS, POR ESTO EL LENGUAJE DE LAS ARTES, METÁFORAS, LEYENDAS, FÁBULAS, LE HABLAN DIRECTAMENTE.

9. EL TIEMPO NO EXISTE PARA ELLA Y NO LE IMPORTA COMO SON LAS COSAS, SINO COMO SE PERCIBEN Y LO QUE NOS RECUERDAN.

10. POR LO QUE RESPECTA A LAS PALABRAS ASOCIADAS A ESTE TIPO DE MENTE, PODEMOS HABLAR DE RAPIDEZ, IMPACIENCIA, RELACIONARSE, DECISIONES A PARTIR DE ENSAYO ERROR, GLOBALIZAR, ORIENTADA A LAS EMOCIONES, SENTIR, CREER, INTUIR, VINCULAR.

11. ES CÁLIDA, IMPRECISA Y ESTÁ ORIENTADA BÁSICAMENTE A LAS RELACIONES CON NOSOTROS MISMOS Y CON LOS DEMÁS.

8.- LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS CAPACIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

8.1.1- INDEPENDENCIA.

8.1.2.- INTERDEPENDENCIA

8.1.3.- JERARQUIZACIÓN

8.1.4.- NECESIDAD PERO NO-SUFICIENCIA

8.1.5.- NECESIDAD PERO NO-SUFICIENCIA

8.1.6.- GENÉRICAS

8.-LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS CAPACIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

8.1.1.- INDEPENDENCIA. CADA PERSONA APORTA UNA CONTRIBUCIÓN ÚNICA AL DESEMPEÑO DE SU TRABAJO.

8.1.2.- INTERDEPENDENCIA: CADA INDIVIDUO DEPENDE EN CIERTA MEDIDA DE LOS DEMÁS.

8.1.3.- JERARQUIZACIÓN: LAS CAPACIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL SE REFUERZAN MUTUAMENTE.

8.1.4.- NECESIDAD PERO NO-SUFICIENCIA: POSEER LAS CAPACIDADES NO GARANTIZA QUE SE ACABEN DESARROLLANDO.

8.1.5.- GENÉRICAS: SE PUEDE APLICAR POR LO GENERAL PARA TODOS

9.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA EMPRESA

9.1.1. COMPETENCIAS PERSONALES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

9.- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA EMPRESA.

"LAS NORMAS QUE GOBIERNAN EL MUNDO LABORAL ESTÁN CAMBIANDO. EN LA ACTUALIDAD NO SÓLO SE NOS JUZGA POR LO MÁS O MENOS INTELIGENTES QUE PODAMOS SER NI POR NUESTRA FORMACIÓN O EXPERIENCIA, SINO TAMBIÉN POR EL MODO EN QUE NOS RELACIONAMOS CON NOSOTROS MISMOS O CON LOS DEMÁS" DANIEL GOLEMÁN.

DENTRO DE LA EMPRESA SE OBSERVA LA NECESIDAD DE DOS HABILIDADES PARA TENER ÉXITO EN LAS EMPRESAS: LA FORMACIÓN DE EQUIPOS Y LA CAPACIDAD DE ADAPTARSE A LOS CAMBIOS.

LAS COMPETENCIAS EMOCIONALES MÁS RELEVANTES PARA EL ÉXITO CAEN DENTRO DE LOS TRES GRUPOS SIGUIENTES.

- a. INICIATIVA, MOTIVACIÓN DE LOGRO Y ADAPTABILIDAD.
- b. INFLUENCIA, CAPACIDAD PARA LIDERAR EQUIPOS Y CONCIENCIA POLÍTICA.
- c. EMPATÍA, CONFIANZA EN UNO MISMO Y CAPACIDAD DE ALENTAR EL DESARROLLO DE LOS DEMÁS.

9.1.1- COMPETENCIAS PERSONALES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

CONCIENCIA DE UNO MISMO: CONCIENCIA DE NUESTROS PROPIOS ESTADOS INTERNOS, RECURSOS E INTUICIONES.

CONCIENCIA EMOCIONAL: RECONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES Y EFECTOS

VALORACIÓN ADECUADA DE UNO MISMO: CONOCER LAS PROPIAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES.

CONFIANZA EN UNO MISMO: SEGURIDAD EN LA VALORACIÓN QUE HACEMOS SOBRE NOSOTROS MISMOS Y SOBRE NUESTRAS CAPACIDADES

AUTORREGULACIÓN: CONTROL DE NUESTROS ESTADOS, IMPULSOS Y RECURSOS INTERNOS

AUTOCONTROL: CAPACIDAD DE MANEJAR ADECUADAMENTE LAS EMOCIONES Y LOS IMPULSOS CONFLICTIVOS

CONFIABILIDAD: FIDELIDAD AL CRITERIO DE SINCERIDAD E INTEGRIDAD.

INTEGRIDAD: ASUMIR LA RESPONSABILIDAD DE NUESTRA ACTUACIÓN PERSONAL

ADAPTABILIDAD: FLEXIBILIDAD PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS

INNOVACIÓN: SENTIRSE CÓMODO Y ABIERTO ANTE LAS NUEVAS IDEAS, ENFOQUES E INFORMACIÓN.

MOTIVACIÓN: LAS TENDENCIAS EMOCIONALES QUE GUÍAN O FACILITAN EL LOGRO DE NUESTROS OBJETIVOS.

MOTIVACIÓN DE LOGRO: ESFORZARSE POR MEJORAR O SATISFACER UN DETERMINADO CRITERIO DE EXCELENCIA.

COMPROMISO: SECUNDAR LOS OBJETIVOS DE UN GRUPO U ORGANIZACIÓN.

INICIATIVA: PRONTITUD PARA ACTUAR CUANDO SE PRESENTA LA OCASIÓN.

OPTIMISMO Y PERSISTENCIA EN LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS A PESAR DE LOS OBSTÁCULOS Y LOS CONTRATIEMPOS.

COMPETENCIA SOCIAL. DETERMINAN EL MODO EN QUE NOS RELACIONAMOS CON LOS DEMÁS

10.-EL SIGNIFICADO OCULTO DE LOS COLORES

10.1.1-ROJO

10.1.2 NARANJA

10.1.3 AMARILLO

10.1.4 VERDE

10.1.5- AZUL

10.1.6. PÚRPURA

10.1.7. MARRÓN

10.1.8.-NEGRO

10.1.9.-BLANCO

10.1.10.-GRIS

10.1.11.- ROSA

10.1.12.-LOS COLORES PASTEL

10.1.13.-EL AMOR ES ROJO, EL SEXO ES ROSA.

10.-EL SIGNIFICADO OCULTO DE LOS COLORES

CADA COLOR TIENE UN VALOR EMOCIONAL ESPECÍFICO.

10.1.1 ROJO

EL ROJO SIMBOLIZA, POR UN LADO, AMOR Y CALOR, SENSUALIDAD Y PASIÓN, MIENTRAS QUE, POR OTRO, SIMBOLIZA REBELIÓN Y SANGRE, FUEGO DIABÓLOGICO Y DEVORADOR. ES EL COLOR MÁS VIOLENTO Y MÁS DINÁMICO Y POSEE EL MAYOR POTENCIAL PARA INCITAR A LA ACCIÓN. EXPRESA TANTO LA REBELIÓN COMO LA ALEGRÍA DE LA CONQUISTA. EL ROJO INCREMENTA LA PRESIÓN SANGUÍNEA, LA TENSIÓN MUSCULAR Y LA RESPIRACIÓN. ES, DEFINITIVAMENTE, EL COLOR DEL EROTISMO.

EL PÚRPURA ES SEVERO, TRADICIONAL Y RICO. EL CASTAÑO, O EL BORGÑO, ES LUJOSO Y ELEGANTE. EL CEREZA TIENE UN TOQUE SENSUAL. UN ROJO MODERADO SIGNIFICA ACTIVIDAD, FUERZA, MOVIMIENTO Y DESEO, MIENTRAS QUE UN ROJO PÁLIDO COMUNICA NO SÓLO FUERZA SINO ENERGÍA, ALEGRÍA Y TRIUNFO.

USTED PUEDE UTILIZAR DE MANERA EFECTIVA EL COLOR ROJO:

- a) PARA PRODUCTOS EMPLEADOS PARA EXTINGUIR EL FUEGO.
- b) PARA PRODUCTOS ASOCIADOS CON LA VIRILIDAD Y MASCULINIDAD: CARRERAS DE COCHES, CIGARRILLOS O ESPUMA PARA AFEITAR.
- c) EN PRODUCTOS QUE SE ADQUIEREN POR IMPULSOS, COMO LOS CHOCOLATES Y LAS GOMAS DE MASCAR.
- d) PARA TODOS LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN. EL ROJO ES UNA PROMESA DE CALIDAD Y VALOR Y ES LO SUFICIENTEMENTE NEUTRAL COMO PARA INCLUIR TODA LA MERCANCÍA DE UNA EMPRESA.
- e) EN TODAS LAS ADVERTENCIAS Y PROHIBICIONES. LOS PROPIETARIOS DE CADENAS DE COMIDA RAPIDA HACEN UN

BUEN USO DEL COLOR ROJO. PINTANDO SUS COMEDORES DE ROJO, DAN ENERGÍA A SUS CONSUMIDORES Y LES ANIMAN A IR MÁS RÁPIDO, CON LO QUE ESTIMULAN SU ROTACIÓN.

POR LAS MISMAS RAZONES, LOS TRABAJADORES TIENDEN A PERDER MENOS TIEMPO EN AQUELLOS ASEOS PINTADOS DE ROJO QUE EN LOS PINTADOS DE AZUL.

10.1.2.-NARANJA.

EL NARANJA EVOCA CALOR, FUEGO, DESTELLOS LUMINOSOS O RAYOS SOLARES, LUZ Y OTOÑO, DE AHÍ QUE SUS EFECTOS PSICÓLOGOS SE RELACIONEN CON EL ARDOR, LA EXCITACIÓN Y LA JUVENTUD. EN GRANDES CANTIDADES, EL NARANJA ACELERA EL RITMO CARDIACO, AUNQUE SIN LLEGAR A AUMENTAR LA PRESIÓN SANGUÍNEA. DADO QUE ES UN COLOR FRÍVOLO, RESULTA DIFÍCIL TOMAR EL NARANJA EN SERIO. ES MUY APROPIADO PARA LOS RAVIOLIS, LAS COMIDAS PRE-COCINADAS, LA CARNE ENLATADA O LOS PRODUCTOS QUE LLEVAN GRAN CANTIDAD DE TOMATE.

10.1.3.-AMARILLO.

EL AMARILLO ES VIBRANTE, JOVIAL Y AMISTOSO. ES EL COLOR DEL BUEN HUMOR Y DE LA ALEGRÍA DE VIVIR. ES TONIFICANTE, LUMINOSO Y, COMO EL NARANJA, CREA UNA IMPRESIÓN DE LUZ Y CALOR. EL AMARILLO ATRAJE LA ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR, ESPECIALMENTE CUANDO ESTA EMPAREJADO CON EL NEGRO. ES ADECUADO, PSICOLÓGICAMENTE, PARA PRODUCTOS COMO EL MAÍZ Y EL LIMÓN, ASÍ COMO PARA LAS CREMAS DESTINADAS AL BRONCEADO DE LA PIEL.

10.1.4.-VERDE.

EL VERDE INCITA A LA CALMA Y AL REPOSO. BAJA LA PRESIÓN SANGUÍNEA Y DILATA LOS CAPILARES. ES UN SÍMBOLO DE SALUD, FRESCURA Y DE NATURALEZA. CON FRECUENCIA SE USA EN VEGETALES ENLATADOS Y EN PRODUCTOS DE TABACALERA, PARTICULARMENTE EN LOS CIGARRILLOS MENTOLADOS. EL VERDE TAMBIÉN ES EL COLOR DE LA ESPERANZA. EL PUENTE DE BLACKFIRE EN LONDRES, ANTAÑO TRISTEMENTE FAMOSO POR LA CANTIDAD DE SUICIDIOS DE QUE ERA TESTIGO, ESTUVO UNA VEZ PINTADO DE NEGRO. CUANDO EL PUENTE SE REPINTÓ DE VERDE, EL NÚMERO DE CASOS DE SUICIDIO SE REDUJO UN TERCIO.

10.1.5.-AZUL.

EL AZUL EVOCA EL CIELO, EL AGUA, EL AGUA, EL MAR, EL ESPACIO, EL AIRE Y EL VIAJE. ESTÁ ASOCIADO CON LO FANTÁSTICO Y CON LA LIBERTAD, LOS SUEÑOS Y JUVENTUD. ES UN COLOR CALMADO, SOSEGADO Y TRANSPARENTE QUE INSPIRA PAZ, RELAJACIÓN Y SABIDURÍA. CUANDO VEMOS EL COLOR AZUL, NUESTROS MÚSCULOS SE RELAJAN, SE REDUCE EL RITMO DE LA RESPIRACIÓN Y BAJA LA PRESIÓN SANGUÍNEA. LOS AZULES SUAVES TRANSMITEN FRESCURA, PERO LOS TONOS FUERTES DAN LA SENSACIÓN DE FRÍO. EL AZUL ES MUY APROPIADO PARA LOS PRODUCTOS CONGELADOS, YA QUE DA LA IMPRESIÓN DE HIELO, ASÍ COMO PARA LOS REFRESCOS (CERVEZA, BEBIDAS SIN ALCOHOL, BOTELLAS DE AGUA, ETC.) ESPECIALMENTE ACOMPAÑADO DEL COLOR BLANCO. EL AZUL VERDOSO ES EL COLOR MÁS FRÍO DE TODOS. ES IMPORTANTE DESTACAR UN HECHO. NUESTRO RECHAZO A COMER COSAS AZULES Y A BEBER LÍQUIDOS AZULES ES UNA SUPERVIVENCIA DEL PASADO. PARA LAS COMIDAS PREFERIMOS LOS COLORES NATURALES, NUECES Y SEMILLAS (MARRÓN Y AMARILLO), FRUTOS Y RAÍCES(NARANJA, ROJO Y BLANCO), Y HOJAS Y RETOÑOS(VERDE).

10.1.6. PÚRPURA.

EL PÚRPURA ES, FÍSICA Y PSICOLÓGICAMENTE, UN ROJO ENFRIADO. EXPRESA ALGO INSALUBRE, TRISTE Y MORIBUNDO. SIN EMBARGO, EL PÚRPURA SE ASOCIABA CON FRECUENCIA A LA REALEZA Y A LAS CEREMONIAS RELIGIOSAS. SE EMPLEA RARAS VECES EN PUBLICIDAD Y, AUN ASÍ, SOLO PARA DAR UN SELLO DE REALEZA AL PRODUCTO.

10.1.7. MARRÓN.

EL MARRÓN ESTÁ ASOCIADO A LA TIERRA, A LA MADERA, A LA CALEFACCIÓN Y AL CONFORT. EVOCA UNA VIDA SALUDABLE Y UN TRABAJO DIARIO. EXPRESA EL DESEO DE POSEER, LA BÚSQUEDA DEL BIENESTAR MATERIAL. EL MARRÓN MASCULINO. PUEDE SER USADO PARA VENDER CASI CUALQUIER PRODUCTO PARA HOMBRES.

10.1.8.-NEGRO.

POR UN LADO, EL NEGRO ESTÁ ASOCIADO A LAS IDEAS DE MUERTE, LUTO, DOLOR Y SOLEDAD. HACE PENSAR EN LA NOCHE Y, POR ESE MISMO HECHO, TIENE UN CARÁCTER OCULTO E IMPENETRABLE. NO OFRECE ESPERANZA NI FUTURO. SIN EMBARGO, POR OTRO LADO, EL NEGRO PUEDE CONFERIR NOBLEZA, DISTINCIÓN Y ELEGANCIA. ES APROPIADA PARA LOS PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD, TALES COMO PERFUMES Y VINOS, O PARA LO CHOCOLATES. EL NEGRO SE UTILIZA CON FRECUENCIA EN LA PUBLICIDAD DADOS SUS PARTICULARES EFECTOS DE CONTRASTE Y POR QUE AYUDA A RESALTAR LOS COLORES CONTIGUOS O PRÓXIMOS A ÉL.

10.1.9.-BLANCO.

AUNQUE ES MUY LUMINOSO, EL BLANCO ES BASTANTE SILENCIOSO Y LIGERAMENTE FRÍO. EN GRANDES CANTIDADES, DESLUMBRA. PERO, POR SÍ MISMO, CREA UNA IMPRESIÓN DE VACÍO Y, POR LO TANTO, DE POSIBILIDADES INFINITAS. EL BLANCO SIMBOLIZA LA PUREZA, LA PERFECCIÓN, LA ELEGANCIA, LA INOCENCIA, LA CASTIDAD, LA JUVENTUD Y LA PAZ. EVOCA LIMPIEZA, ESPECIALMENTE CUANDO SE HALLA CERCA DEL COLOR AZUL. ES EL COMPAÑERO IDEAL DE TODOS LOS COLORES, YA QUE COMBINA CON TODOS ELLOS.

10.1.10.-GRIS.

ESTE COLOR EXPRESA UN HUMOR INCIERTO. SU PALIDEZ EVOCA TERROR, EDAD AVANZADA Y MUERTE. EL GRIS USA CON FRECUENCIA COMO UN COLOR SUCIO.

10.1.11.- ROSA

EL ROSA ES TÍMIDO Y ROMÁNTICO. SUGIERE SUAVIDAD, FEMINIDAD, CARIÑO E INTIMIDAD.

10.1.12.-LOS COLORES PASTEL.

PARA JEAN- PAUL Y ANDRE NOVEMBER, EXPERTOS EN EL CAMPO DE LOS COLORES, LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS COLORES PASTEL PROCEDEN DE SUAVIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS COLORES DE LOS QUE DERIVAN. HABLAN DE INTIMIDAD, CARIÑO Y DE COSAS QUE DISFRUTAMOS CONTEMPLANDO EN SOLEDAD Y SILENCIO.

10.1.13.-EL AMOR ES ROJO, EL SEXO ES ROSA.

EL COLOR ESTÁ ÍNTIMAMENTE RELACIONADO CON LAS EMOCIONES, HENRY C. L. JOHNSON, HA ESTUDIADO AMPLIAMENTE ESTA CUESTIÓN Y HA DADO A CONOCER ALGUNAS DE SUS CONCLUSIONES EN UN ARTÍCULO APARECIDO EN MARKETING.

***11.- EL MANEJO DE LAS EMOCIONES PARA
EL DESARROLLO DEL TÉLETON***

11.- EL MANEJO DE LAS EMOCIONES PARA EL DESARROLLO DEL TELETON.

EN NUESTRO REPERTORIO EMOCIONAL, CADA EMOCIÓN JUEGA UN PAPEL SINGULAR.

EN CASO PARTICULAR DEL TELETÓN SE PRESENTAN LOS CASOS MÁS SEVEROS DE TODOS LOS NIÑOS QUE TENGAN ALGUNA DISCAPACIDAD, ASÍ PARA PODER MOVER AL MUNDO ENTERO CON LA EMOCIÓN DEL SUFRIMIENTO, PRESENTAN DESDE COMO VIVE, COMO ES DESPRECIADO/RECHAZADO POR LA MISMA SOCIEDAD, Y LAS CARENCIAS QUE EL TIENE JUNTO CON SU FAMILIA; EN UN LUGAR OLVIDADO DONDE NUNCA PASARÍA POR SUS MENTES SUPERARSE Y CREAR UNA ESPERANZA PARA EL Y TODA SU FAMILIA.

12.- INVESTIGACIÓN.

12.1.- PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

12.2 INVESTIGACION DOCUMENTAL

*12.2.1.- LOS COMERCIALES DE LOS
DIFERENTES PATROCINADORES.*

12.- INVESTIGACIÓN.

12.1.- PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS

SI LOS ORGANIZADORES DEL TELETON, MANEJAN ATINADAMENTE MENSAJES EMOTIVOS QUE AYUDEN A DESPERTAR LAS EMOCIONES DE LOS TELEVIDENTES SE LOGRARA UN GRAN ÉXITO FINANCIERO EN ESE EVENTO.

VARIABLES:

VARIABLE INDEPENDIENTE.- EL MANEJO DE MENSAJES EMOTIVOS.

VARIABLE DEPENDIENTE.- EL LOGRO DE UN GRAN ÉXITO FINANCIERO EN EL EVENTO.

12.2 INVESTIGACION DOCUMENTAL

12.2.1.- LOS COMERCIALES DE LOS DIFERENTES PATROCINADORES.

LOS PATROCINADORES REPRESENTAN EMPRESAS COMPROMETIDAS CON TELETÓN QUIENES ADEMÁS DE APORTAR RECURSOS ECONÓMICOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL EVENTO, TAMBIÉN COOPERAN CON EL MANTENIMIENTO DE LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN INFANTIL TELETÓN. EN EL 2007, VEINTE EMPRESAS PATROCINADORAS MANIFIESTAN EL COMPROMISO SOCIAL CON LOS NIÑOS CON DISCAPACIDAD Y SUS FAMILIAS.

NÚMERO DE EMPRESAS PATROCINADORAS POR AÑO

2006	22
2005	21
2004	22
2003	23
2002	23
2001	23
2000	23
1999	14
1998	10
1997	9

PATROCINADORES 2006 / AÑOS PARTICIPACIÓN

	10
	10
	10
	10
	10
	9
	9
	9
	8
	8
	7
	7
	7
	6
	4
	3
	3
	3
	2
	1
	1

PATROCINADORES 2007

EN LOS ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ, ASÍ COMO DE ESPAÑA.

AÑO	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
CANTIDAD DE MEDIOS	70	229	287	336	392	428	471	506	560	577	580	590

12.2.3.- EVOLUCIÓN

MODELO MÉDICO



EL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL DESARROLLADO EN LOS CRIT

CONTEMPLA COMO PRINCIPALES LÍNEAS DE ACCIÓN:

- ✓ DAR ÉNFASIS A LA PREVENCIÓN
- ✓ OFRECER UN ENFOQUE DE ATENCIÓN MÉDICA INTERDISCIPLINARIA EN EL ÁMBITO DE LA REHABILITACIÓN A TRAVÉS DE CLÍNICAS
- ✓ PROPORCIONAR SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE TERAPIA FÍSICA, OCUPACIONAL, DE LENGUAJE, ESTIMULACIÓN MÚLTIPLE TEMPRANA, NEUROTERAPIA, PSICOLOGÍA, INTEGRACIÓN SOCIAL Y ESCUELA PARA PADRES
- ✓ OFRECER UN MODELO DE REHABILITACIÓN INTEGRAL A LOS NIÑOS A LA FAMILIA, A LA ESCUELA Y A LA SOCIEDAD

BRINDAR UN MODELO DE ATENCIÓN CENTRADO EN LA FAMILIA

ELECCIÓN	FECHAS	META EN PESOS MEXICANOS	TOTAL RECAUDADO	VARIACIÓN PORCENTUAL	APROX. EN USD ¹	ESLOGAN	OBJETIVO
ELECCIÓN MÉXICO 1997	<u>12 Y 13 DE DICIEMBRE</u>	\$80'000,000	\$138'496,840	+73.12%	\$17'015,608 MXN 8.1394 = USD 1	EL AMOR HACE MILAGROS	- CONSTRUIR Y EQUIPAR LOS CRITS EN EL ESTADO DE MÉXICO Y OCCIDENTE. - FORMAR EL FONDO TELETÓN DE APOYO A INSTITUCIONES - FTAI, PARA AYUDAR A OTRAS INSTITUCIONES QUE ATIENDEN A LA POBLACIÓN CON ALGUN TIPO DE DISCAPACIDAD
ELECCIÓN MÉXICO 1998	<u>4 Y 5 DE DICIEMBRE</u>	\$138'496,841	\$142'937,440	+3.20%	\$14'365,571 MXN 9.95 = USD 1	EL AMOR HACE MILAGROS	- GARANTIZAR LOS RECURSOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS CRITS. - CONTINUAR

ELECCIÓN MÉXICO 999	3 Y 4 DE DICIEMBRE	\$142'937,441	\$158'224,117	+10.70%	\$16'598,212 MXN 9.5326 = USD 1	EL AMOR HACE MILAGROS	• OTORGAR BECAS PARA LOS DOS CRITS • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAL.
ELECCIÓN MÉXICO 000	8 Y 9 DE DICIEMBRE	\$158'224,118	\$201'168,475	+27.14%	\$21'019,641 MXN 9.5705 = USD 1	VAMOS A DAR	• CONSTRUIR Y EQUIPAR EL TERCER CRIT EN OAXACA. • OTORGAR BECAS PARA LOS DOS CRITS • GARANTIZAR LOS RECURSOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS DOS CRITS. • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAL.
ELECCIÓN MÉXICO 001	7 Y 8 DE DICIEMBRE	\$201'168,476	\$207'408,620	+3.10%	\$22'446,577 MXN 9.2401 = USD 1	TE ESTAMOS ESPERANDO	• CONSTRUIR Y EQUIPAR EL CUARTO CRIT EN AGUASCALIENTES.

								• OTORGAR BECAS PARA LOS TRES CRITS. • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI	
ELECCIÓN MÉXICO 002		<u>6 Y 7 DE DICIEMBRE</u>	\$207'408,621	\$217'876,247	+5.05%	\$21'266,178 MXN 10.2452 = USD 1	¡UN PASO MÁS!	• CONSTRUIR Y EQUIPAR EL QUINTO Y EL SEXTO CRIT EN COAHUILA Y GUANAJUATO. • OTORGAR BECAS PARA LOS CUATRO CRITS. • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI	
ELECCIÓN MÉXICO 003		<u>12 Y 13 DE DICIEMBRE</u>	\$217'876,248	\$247'759,351	+13.72%	\$22'145,691 MXN 11.1877 = USD 1	LO HACEMOS TODOS	• CONSTRUIR Y EQUIPAR EL QUINTO Y EL SEXTO CRIT EN COAHUILA Y GUANAJUATO. • OTORGAR BECAS PARA LOS CUATRO CRITS. • CONTINUAR	

								LAS FUNCIONES DEL FTAI	ONE
ELECCIÓN MÉXICO 004		<u>3 Y 4 DE DICIEMBRE</u>	\$247'759,352	\$305'650,421	+23.37%	\$27'424,153 MXN 11.1453 = USD 1	UNIDOS POR EL AMOR	- CONSTRUIR Y EQUIPAR EL SÉPTIMO CRIT EN PACHUCA, HIDALGO. - OTORGAR BECAS PARA LOS SEIS CRITS. - CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI	Y
ELECCIÓN MÉXICO 005		<u>2 Y 3 DE DICIEMBRE</u>	\$305'650,422	\$349'190,470	+14.25%	\$33'178,187 MXN 10.5247 = USD 1	AYUDAR ES AMAR	- CONSTRUIR Y EQUIPAR EL OCTAVO Y EL NOVENO CRIT EN CHIHUAHUA Y CHIAPAS. - OTORGAR BECAS PARA LOS SIETE CRITS. - CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI	Y
ELECCIÓN MÉXICO 006		<u>8 Y 9 DE DICIEMBRE</u>	\$349'190,471	\$420'369,748	+20.38%	\$38'723,055 MXN 10.8558 = USD 1	NECESITAMOS TU AMOR	CONSTRUIR Y EQUIPAR EL DÉCIMO Y EL	Y

							UNDÉCIMO EN NEZAHUALCOYOTL, ESTADO DE MÉXICO Y CANCÚN, QUINTANA ROO • OTORGAR BECAS PARA LOS NUEVE CRITS. • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI	
ELECCIÓN MÉXICO 007	<u>7 Y 8 DE DICIEMBRE</u>	\$420'369,749	\$439'968,534	+4.66%	\$40'599,862 MXN 10.8367 = USD 1	<i>EL TELETÓN</i> <i>ERES TÚ</i>	• CONSTRUIR Y EQUIPAR EL DUODÉCIMO Y EL DECIMOTERCER CRIT EN TAMAULIPAS Y YUCATÁN • CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI • DONAR EL 10% DE LA SUMA RECAUDADA PARA AYUDAR A LA POBLACIÓN AFECTADA POR	

								LA INUNDACIÓN DE TABASCO Y CHIAPAS EN 2007.	
ELECCIÓN MÉXICO 008	5 Y 6 DE DICIEMBRE	\$439'968,535	\$440'401,909 ²	+0.09%	\$32'119,382 MXN 13.7115 = USD 1	EL TELETÓN LO HACES TÚ	- CONTRUIR Y EQUIPAR EL DECIMOCUARTO O Y DECIMOQUINTO CRITS EN DURANGO Y POZA RICA, VERACRUZ. - CONTINUAR LAS FUNCIONES DEL FTAI - ASEGURAR FONDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE TODOS LOS CRITS.		
ELECCIÓN MÉXICO 009	4 Y 5 DE DICIEMBRE	\$440'401,910	\$-	-%	\$-	PSA	PSA		

MÉXICO

TELETÓN (MÉXICO)

MÉXICO, POR MEDIO DEL HIDROCALIDO FERNANDO LANDEROS, PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN TELETÓN, REALIZÓ SU PRIMER TELETÓN EN 1997 Y EL EVENTO SE HA REALIZADO ININTERRUMPIDAMENTE DESDE ESE MOMENTO, SIN QUE SE HAYA FRACASADO EN LA META FIJADA, MISMA QUE CADA AÑO SE SUPERA AMPLIAMENTE GRACIAS AL APOYO DE LOS MEXICANOS Y NUMEROSAS EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES.

PRODUCIDA POR TELEvisa EN ASOCIACIÓN CON MÁS DE 700 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EMPRESAS LÍDERES EN EL MERCADO HISPANO, EL TELETÓN MEXICANO ESTÁ A CARGO DE LA OPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE CENTROS DE REHABILITACIÓN DE MENORES CON DISCAPACIDAD. EN MÉXICO, EXISTEN TRECE CENTROS DE **REHABILITACIÓN INFANTIL TELETÓN (CRIT)**: DOS EN EL ESTADO DE MÉXICO (UNO EN EL MUNICIPIO DE TLALNEPANTLA DE BAZ Y OTRO EN NEZAHUALCÓYOTL), OCCIDENTE (GUADALAJARA), OAXACA, AGUASCALIENTES, COAHUILA, GUANAJUATO, HIDALGO, CHIHUAHUA, CHIAPAS, QUINTANA ROO, [, YUCATÁN Y TAMAULIPAS.⁴

EN SU ÚLTIMA VERSIÓN, REALIZADA ENTRE EL 5 Y 6 DE DICIEMBRE DEL 2008, EL TELETÓN DE MÉXICO RECAUDÓ 442.974.150 PESOS, EQUIVALENTES A MÁS DE 32 MILLONES DE DÓLARES.

EN 2005, SE REALIZÓ UN TELETÓN ESPECIAL PARA RECAUDAR FONDOS PARA LOS AFECTADOS POR EL HURACÁN WILMA, UNA DE LAS CATÁSTROFES MÁS GRANDES DE LOS ÚLTIMOS TIEMPOS EN AMÉRICA LATINA. EN DICHA OPORTUNIDAD, EL TELETÓN RECUADÓ MÁS DE 100 MILLONES DE PESOS (9,2 MILLONES DE DÓLARES).

12.2.4.-RESULTADOS

Estado de México

FECHA DE INAUGURACIÓN: 13 DE MAYO DE 1999

UBICACIÓN: VÍA GUSTAVO BAZ NÚM. 219. COLONIA SAN PEDRO BARRIENTOS. TLALNEPANTLA, ESTADO DE MÉXICO, C.P. 54010, MÉXICO.
TELÉFONO (55) 5321-2223 FAX: (55) 5321-2220.



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
8,510	25,530	1,667,606
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
4,000	12,000	

Occidente

FECHA DE INAUGURACIÓN: 29 DE SEPTIEMBRE DEL 2000

UBICACIÓN: COPAL NÚM. 4575. FRACCIONAMIENTO ARBOLEDAS DEL SUR. GUADALAJARA, JALISCO, C.P. 44980. TELÉFONO (33) 3134-2526 FAX: (33) 3134-2525



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
7,154	21,462	954,000
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
3,155	9,465	

Oaxaca

FECHA DE INAUGURACIÓN: 7 DE DICIEMBRE DE 2001

UBICACIÓN: BLVD. ANÁHUAC 1000. SAN RAYMUNDO JALPAN.

OAXACA, OAXACA, C.P. 71248. TELÉFONO (951) 50-21100 FAX: (951) 50-21111



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
2,260	6,780	432,821
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
1,000	3,000	

Aguascalientes

FECHA DE INAUGURACIÓN: 6 DE DICIEMBRE DE 2002

UBICACIÓN: AV. HEROICO COLEGIO MILITAR 60. COL. FERRONALES.

AGUASCALIENTES, AGUASCALIENTES. C.P. 20059 TELÉFONO (449) 910 22 23. FAX: (449) 910 22 20.



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
2,541	7,623	445,961
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
1,400	4,200	

Coahuila

FECHA DE INAUGURACIÓN: 5 DE DICIEMBRE 2004

UBICACIÓN: BOULEVARD MANUEL PÉREZ TREVIÑO, ESQUINA EJE 1 Y EJE 2, MANZANA 14, FRACCIONAMIENTO NUEVO CENTRO METROPOLITANO, SALTILLO, COAHUILA

TELÉFONO 01 84 44 38 38 00 FAX 01 844 414 00 14



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
1,804	5,412	288,749
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
1,000	3,000	

Guanajuato

FECHA DE INAUGURACIÓN: 5 DE DICIEMBRE 2003

UBICACIÓN: CENTRO REGIONAL EXPOSITOR DE NEGOCIOS, ESQUINA BOULEVARD SIGLO XXI Y LIBRAMIENTO NORTE DE LA CIUDAD DE IRAPUATO, GUANAJUATO.

TELÉFONO 01 462 606 8687

FAX: 01 462 606 8620



NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
1,851	5,553	316,421
NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
1,000	3,000	

Hidalgo

FECHA DE INAUGURACIÓN: 25 DE NOVIEMBRE 2005

UBICACIÓN: FOMENTO MINERO S/N, COLONIA VENTA PRIETA, PACHUCA HIDALGO. TELÉFONO 01 771 717 75 76



NIÑOS ATENDIDOS
DESDE LA APERTURA

1,269

FAMILIARES BENEFICIADOS
DESDE LA APERTURA

3,807

SERVICIOS BRINDADOS
DESDE LA APERTURA

207,438

NIÑOS Y FAMILIAS
ATENDIDAS EN EL 2008

1,000

PACIENTES ATENDIDOS
EN EL 2008

3,000

Chihuahua

FECHA DE INAUGURACIÓN: 23 DE NOVIEMBRE 2006

UBICACIÓN: BOULEVARD JUAN PABLO SEGUNDO NO 4101 COL. ZONA INDUSTRIAL ROBINSON C.P. 31074 CHIHUAHUA, CHIHUAHUA. TELÉFONO 01 614 429 53 54



NIÑOS ATENDIDOS
DESDE LA APERTURA

1,000

FAMILIARES BENEFICIADOS
DESDE LA APERTURA

3,000

SERVICIOS BRINDADOS
DESDE LA APERTURA

108,697

NIÑOS Y FAMILIAS
ATENDIDAS EN EL 2008

1,000

PACIENTES ATENDIDOS
EN EL 2008

3,000

Chiapas

FECHA DE INAUGURACIÓN: 28 DE NOVIEMBRE 2006

UBICACIÓN: AV. PRESA MAL PASO NO. 305 EN COL. ELECTRICISTAS LAS PALMAS

C.P. 29940 TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS. TELÉFONO 01 961 617 24 00

	NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
	1,029	3,087	82,800
	NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
	1,000	3,000	

CIFRAS TOTALES DE ATENCIÓN DEL SISTEMA CRIT:

	NIÑOS ATENDIDOS	FAMILIARES BENEFICIADOS	SERVICIOS BRINDADOS
	24,021	72,073	3,606,244

Quintana Roo

FECHA DE INAUGURACIÓN: 27 DE NOVIEMBRE 2007

UBICACIÓN: SMZ 296, M5, LT-05, BOULEVARD LUIS DONALDO COLOSIO,
COLONIA ALFREDO BONFIL CARRETERA CANCÚN-AEROPUERTO C.P.
77560 EN CANCÚN, QUINTANA ROO.

TELÉFONOS 01-998- 898-0310 Y 01-998- 898-0317

	NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
	668	2,004	25,383
	NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
	1,000	3,000	

CRIT Neza

FECHA DE INAUGURACIÓN: 29 DE NOVIEMBRE 2007

UBICACIÓN: AV. XOCHIACA S/N ENTRE ADOLFO LÓPEZ MATEOS Y UNIDAD DEPORTIVA NEZAHUALCOYOTL

	NIÑOS ATENDIDOS DESDE LA APERTURA	FAMILIARES BENEFICIADOS DESDE LA APERTURA	SERVICIOS BRINDADOS DESDE LA APERTURA
	635	1.905	25.623
	NIÑOS Y FAMILIAS ATENDIDAS EN EL 2008	PACIENTES ATENDIDOS EN EL 2008	
	1,000	3,000	

CAPACIDAD DE ATENCIÓN DEL SISTEMA CRIT PARA EL 2008:



NIÑOS ATENDIDOS
DESDE LA APERTURA

28,721

FAMILIARES BENEFICIADOS
DESDE LA APERTURA

86,163

SERVICIOS BRINDADOS
DESDE LA APERTURA

4.555,499

NIÑOS Y FAMILIAS
ATENDIDAS EN EL 2008

16,555

PACIENTES ATENDIDOS
EN EL 2008

49,665

CONCLUSIONES

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ES IMPORTANTE EN LA VIDA DE LAS PERSONAS, SER EQUILIBRADO EN UNA REACCIÓN EMOCIONAL, SABER CONTROLAR LAS EMOCIONES Y LOS SENTIMIENTOS, CONOCERSE Y AUTO-MOTIVARSE.

ESO DA A LA PERSONA LA CAPACIDAD DE SER MEJOR PERSONA, CON MEJORES RELACIONES, LO QUE HARÁ EN SU VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL.

EL FIN EL LOGRAR UNA PERSONALIDAD MADURA, QUE ES EL CONJUNTO EXISTENCIAL Y DINÁMICO DE RASGOS FÍSICOS, TEMPERAMENTALES, AFECTIVOS Y EVOLUTIVOS PROPIOS, QUE NOS HACEN SER ÚNICOS Y ORIGINALES.

EN LA INTELIGENCIA EMOCIONAL YA NO DEPENDE DEL CORAZÓN DEPENDE DE LAS CAPACIDADES INTELECTUALES SUPERIORES DEL HOMBRE, YA QUE UN CEREBRO PRIMITIVO COMO ES EL SISTEMA LÍMBICO DEBE SUPEDITARSE A UN CEREBRO MÁS AVANZADO, ENTRE MÁS CONTROL TENGAMOS DE NUESTRO CEREBRO, ENTRE MÁS RÁPIDO SEAN NUESTRAS CONEXIONES ENTRE EL CEREBRO PRIMITIVO Y LA CORTEZA CEREBRAL MUCHO MAS INTELIGENCIA EMOTIVA TENDREMOS.

PARA LOGRAR LAS CONEXIONES TENDREMOS QUE CREAR HÁBITOS POSITIVOS SOBRE LAS EMOCIONES, LO QUE LOGRARA QUE NUESTRAS SINAPSIS SEAN MEJORES Y MÁS RÁPIDAS.

DESARROLLAR LA INTELIGENCIA EMOCIONAL NOS HARÁ MEJORES PERSONAS, Y NOS AYUDARÁ A QUE LOS DEMÁS LO SEAN.

COMO PUDIMOS OBSERVAR EN EL PRESENTE TRABAJO, SE EXPONEN LA GRAN VARIEDAD DE ESTIMULOS A LOS QUE LAS PERSONAS SE ENCUENTRAN EXPUESTAS Y EL IMPACTO EMOCIONAL QUE ESTOS PUEDEN DESATAR ASI COMO, LA IMPORTANCIA DE ORIENTAR ADECUADAMENTE DICHOS ESTIMULOS, MUESTRA DE ESA ATINADA

ORIENTACIÓN ES EL “TELETÓN” QUE COMO YA HEMOS VISTO CUMPLE UNA LABOR DE GRAN BENEFICIO SOCIAL, COMO LO PLANTEA GOLEMÁN, EXISTE INTELIGENCIA RACIONAL E INTELIGENCIA EMOCIONAL , SIN EMBARGO ESTA SEGUNDA LLEGA EN OCACIONES A SER TAN FUERTE, QUE ECLIPSA A LA INTELIGENCIA RACIONAL, DANDO POR RESULTADO QUE LAS RESPUESTAS EN MUCHAS OCASIONES, ANTE CIERTOS ESTÍMULOS SEAN TOTALMENTE EMOCIONALES, SIN IMPORTAR LA CANTIDAD DE INFORMACIÓN QUE PUDIERA ARGUMENTAR UNA RESPUESTA RACIONAL.

LOS CREATIVOS DE “TELETÓN” SON SUMAMENTE HÁBILES YA QUE MEDIANTE LA ATINADA UTILIZACIÓN DE LOS MENSAJES EMOTIVOS HAN LOGRADO GRANDES ÉXITOS EN CADA EVENTO, PUES CADA AÑO SE HA SUPERADO LA EXPECTATIVA, SITUACIÓN QUE VIENE A COMPROBAR NUESTRA HIPÓTESIS PLANTEADA

BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

- GOLEMÁN DANIEL.-“LA INTELIGENCIA EMOCIONAL” 2000, EDICIONES B MEXICO, S.A. DE C.V.
- HÉRNANDEZ SERGIO Y RODRÍGUEZ. INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN 1994 MCGRAW-HILL INTERAMERICANA DE MEXICO, S.A. DE C.V.
- LUC DUPONT.-1001 TRUCOS PUBLICITARIOS. 2004 EDITORIAL LECTORUM, S.A. DE C.V.
- STANTON. FUNDAMENTOS DE MARKETING, 2003 MCGRAW-HILL
- KOTLER, PHILIP. FUNDAMENTOS DE MARKETING / PHILIP KOTLER; GARY ARMSTRONG. P.IMPRESA: MÉXICO: PEARSON EDUCACION. 589P. EDICIÓN 6
- GARCÍA GARRIDO, FERRAN. EDUCANDO DESDE EL AJEDREZ, EDITORIAL PAIDOTRIBO.

ARTICULOS Y PAGINAS DE INTERNET:

- VALERA GUERRERO, GILDA ISABEL, LAS EMOCIONES, WWW.MONOGRAFIAS.COM
- PSICOACTIVA, WWW.PSICOACTIVA.COM
- PRINCIPAL INVESTIGATORS, PZWEB.HARVARD.EDU
- NEUROHOST WEB SITE, WWW.NEUROHOST.ORG
- MARTINEAUD, SOPHIE. EL TEST DE INTELIGENCIA EMOCIONAL, MARTÍNEZ ROCA S.A.
- SHAPIRO, LAWRENCE E. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS NIÑOS. JAVIER VERGARA EDITOR.

- AGUILAR, ENRIQUE. TEMPERAMENTO, CARÁCTER Y PERSONALIDAD,
- © 2007, BELÉN LÓPEZ VÁZQUEZ FRAGMENTO EXTRACTADO -CON AUTORIZACIÓN EXPRESA DE LA AUTORA- DEL LIBRO *PUBLICIDAD EMOCIONAL. ESTRATEGIAS CREATIVAS*. MADRID, MARZO 2007, EDITORIAL ESIC.
- ***PUBLICIDAD EMOCIONAL
ESTRATEGIAS CREATIVAS
COMENTARIO DE PATRICIO PEKER***
- ***HTTP://MEMBERS.FORTUNECITY.ES/VALERIA4/C NACE LA TELETON.HTM***
- ***HTTP://CONTRACORRIENTEMX.WORDPRESS.COM/2008/11/25/EL-TELETON-LA-OTRA-CARA-DE-LA-MONEDA/#MORE-616***
- ***HTTP://ES.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/TELET%C3%B3N (M%C3%A9XICO)***