

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE GRADUADOS**



**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS
OTORGADO POR LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**Relación entre esperanza, bienestar, actitudes laborales y
sociodemográficos en miembros de la PEA**

**PRESENTADA POR:
Sr. FRANCISCO MARTÍN VARGAS ESTRADA
Srta. KATHERINE MILAGROS VÁSQUEZ QUISPE
Sr. RENZO MARCEL ZEA PEÑA**

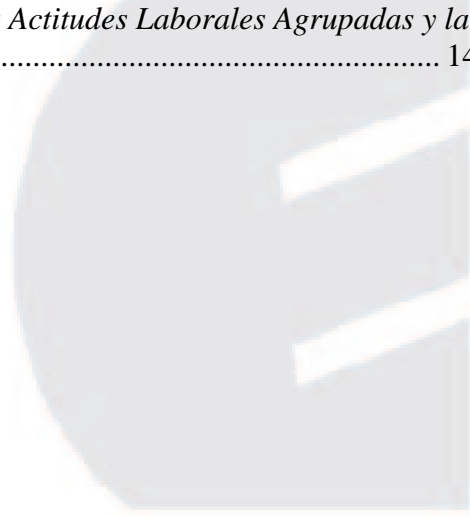
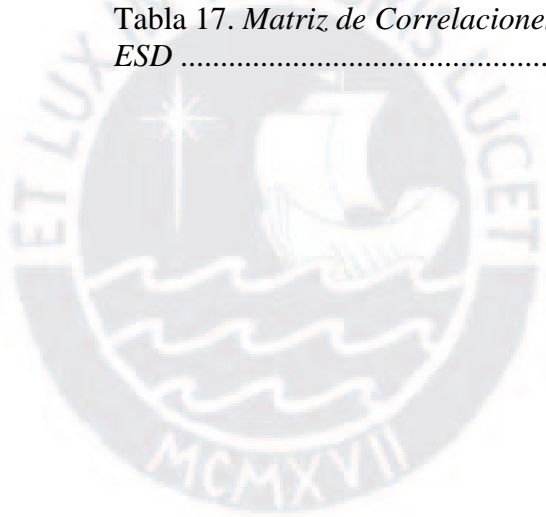
**Asesor : Profesor César Farías Aseng
Surco, Junio del 2009**

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema de Investigación	3
1.2. Preguntas de Investigación	5
1.3. Objetivo de Investigación.....	5
1.4. Justificación de la Investigación.....	6
1.5. Alcance de la investigación	7
1.6. Limitaciones de la investigación	7
1.7. Estructura y breve reseña metodológica de la presente tesis.....	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	10
2.1. Psicología Positiva.....	10
2.1.1. <i>Definiciones de Psicología Positiva</i>	12
2.1.2. <i>Emociones Positivas</i>	14
2.1.3. <i>Rasgos Positivos</i>	19
2.1.4. <i>Instituciones Positivas: Condiciones Sociodemográficas</i>	26
2.1.5. <i>Instituciones Positivas: Organizaciones</i>	35
2.1.6. <i>Instituciones Positivas: El Trabajo</i>	44
2.1.7. <i>Psicología Positiva en el Perú</i>	46
2.2. La Esperanza como Variable de Psicología Positiva	49
2.2.1. <i>Evolución del Concepto de Esperanza</i>	49
2.2.2. <i>La Teoría de la Esperanza de Snyder</i>	53
2.2.3. <i>Concepto de Esperanza</i>	56
2.2.4. <i>Modelo de Esperanza de Snyder</i>	59
2.2.5. <i>Medición de Esperanza</i>	62
2.2.6. <i>Algunos Hallazgos en la Investigación sobre Esperanza</i>	63
2.3. Situación Laboral Peruana.....	64
2.3.1. <i>Prácticas de Recursos Humanos</i>	64
2.3.2. <i>Contexto del Mercado Laboral en el Perú Actual</i>	66

2.3.3.	<i>Contexto Legal Laboral</i>	70
2.3.4.	<i>Desempleo en el Perú</i>	71
2.4.	Importantes Aspectos Metodológicos	82
2.4.1.	<i>Tipos de Investigación</i>	82
2.4.2.	<i>Investigando a través de Encuestas</i>	86
2.4.3.	<i>Investigación del Comportamiento por Internet</i>	91
2.5	Hipótesis de Investigación.....	122
 CAPÍTULO III: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....		123
3.1.	Tipo de Investigación	123
3.2.	Población Objetivo	123
3.3.	Muestra.....	124
3.3.1.	<i>Muestra El Comercio</i>	124
3.3.2.	<i>Muestra Centrum</i>	125
3.4.	Instrumentos de Recolección de Datos.....	126
3.4.1.	<i>Acerca de la Escala de Esperanza</i>	128
3.4.2.	<i>Acerca de la Escala de Bienestar Subjetivo</i>	129
 CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS.....		131
4.2.	Validez y Confiabilidad de la Escala de Esperanza	139
4.3.	Análisis Correlacional	141
4.4.	Discusión de las Hipótesis.....	152
 CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		164
REFERENCIAS.....		166
APÉNDICE A: ESCALAS		174
APÉNDICE B: ANÁLISIS ESTADÍSTICOS.....		179
APÉNDICE C: ENCUESTA WEB		203

<i>Figura 1.</i> Ámbito de acción de la Psicología Positiva vs. la Psicología Usual.....	11
<i>Figura 2.</i> Niveles de Análisis en la Psicología Positiva	14
<i>Figura 3.</i> Grid de la Esperanza: Tipos de Perfiles de Esperanza.....	57
<i>Figura 4.</i> Modelo de Esperanza según la teoría de Snyder.....	59
<i>Figura 5.</i> Problemas más importantes para los latinoamericanos.....	72
<i>Figura 6.</i> Problemas más importantes por país.....	73
<i>Figura 7.</i> Variación del empleo por ámbito geográfico.....	74
<i>Figura 8.</i> Variación del Empleo y Tasa de Rotación por Ámbito Geográfico	75
<i>Figura 11.</i> Internautas limeños según Nivel Socioeconómico	100
<i>Figura 12.</i> Internautas limeños según grupos de edad.....	100
<i>Figura 13.</i> Internautas limeños según género	101
<i>Figura 14.</i> Distribución por subgrupo muestral.....	131
<i>Figura 15.</i> Distribución de Género en ambas Muestras	132
<i>Figura 16.</i> Distribución por rangos de edad, muestra total.....	133
<i>Figura 17.</i> Distribución por Origen, muestra total	134
<i>Figura 18.</i> Distribución por nivel de instrucción, muestra total	136
<i>Figura 19.</i> Distribución por tipo de empresa, muestra total	137
<i>Figura 20.</i> Percepción de Importancia de la empresa en que se labora.....	138
<i>Figura 21.</i> Actitud hacia los Incentivos brindados por la Empresa.....	138
<i>Figura 22.</i> Evaluación de Beneficios en la Empresa	139
<i>Figura 23.</i> Histogramas de ESD en los subgrupos muestrales	145
<i>Figura 24.</i> Promedios de ESD según Grado de Instrucción	149

Tabla 1. <i>Resumen de las virtudes estudiadas por la Psicología Positiva</i>	23
Tabla 2. <i>Niveles promedio de felicidad en algunos países</i>	28
Tabla 3. <i>Políticas sociales en 65 países y su relación con el grado de felicidad</i> .	29
Tabla 4. <i>Situación Laboral</i>	79
Tabla 5. <i>Pesimismo respecto a posible desempleo</i>	80
Tabla 6: <i>Frecuencia de Desempleo en el hogar</i>	81
Tabla 7. <i>Expectativas de reempleo</i>	81
Tabla 8: <i>Políticas de Reducción del Empleo Preferidas</i>	82
Tabla 9. <i>Perfil del Internauta Limeño</i>	99
Tabla 10. <i>Principales Limitaciones de la Investigación por Internet</i>	108
Tabla 11. <i>Principales Ventajas de la Investigación por Internet</i>	117
Tabla 12. <i>Porcentaje de Éxito en Convocatoria para la Muestra El Comercio</i> .	125
Tabla 13. <i>Información Recolectada a Través de la Encuesta Laboral</i>	127
Tabla 14. <i>Estadística Descriptiva, ESD vs Sólo Distractores</i>	140
Tabla 15. <i>Correlación entre las dos versiones de la Escala de Esperanza</i>	140
Tabla 16. <i>Matriz de Correlaciones entre Actitudes Laborales y ESD</i>	142
Tabla 17. <i>Matriz de Correlaciones entre las Actitudes Laborales Agrupadas y la ESD</i>	143



Agradecimientos

A mi Alma Mater, la Pontificia Universidad Católica del Perú;

A mis padres, por su fe, su amor y su ejemplo;

A Erika, por su paciencia, su amor y su constancia;

A Kelly, por su amor, su ilusión contagiosa, y su inteligencia;

A mis hijas, Alma, Belén, y Danniella;

A Erika, EMANLON;

Y sobre todo al Señor



Resumen

En una muestra de internautas peruanos económicamente activos (n=615) se utilizó la escala de Esperanza Disposicional de Snyder y la Escala de Bienestar Subjetivo de Diener para determinar la asociación entre ambas variables, así como la asociación entre esperanza y diversas variables demográficas y actitudinales.

Se halló que la Esperanza (definida como la creencia de que uno puede lograr metas y es capaz de idear formas de alcanzarlas) está relacionada positivamente con el bienestar subjetivo. Asimismo, se halló que las personas con grado de instrucción completo, aquellos que cuentan con un trabajo estable, tienen mayor experiencia laboral, laboran en ONGs y/o empresas privadas, y tienen una actitud más positiva hacia la organización en la que trabajan tienen mayor nivel de esperanza comparados con las personas con instrucción incompleta, los desempleados, los de menor experiencia laboral, empleados de empresas estatales y quienes tienen una actitud negativa hacia la empresa en que trabajan.

Palabras clave: Psicología Positiva; esperanza; actitud laboral; Perú; Bienestar Subjetivo

Abstract

In a sample of economically active Peruvian Internet users (n = 615), the Snyder Dispositional Hope Scale and the Diener Subjective Wellbeing Scale were used to determine the association between both variables, as well as the association between hope and various demographic and attitudinal variables .

It was found that Hope (defined as the belief that one can achieve goals and is able to devise ways to achieve them) is positively related to subjective well-being. Likewise, it was found that people with a full degree of education, those who have a stable job, have longer work experience, work in NGOs and / or private companies, and have a more positive attitude towards the organization in which they work have greater level of hope compared to people with incomplete instruction, the unemployed, those with shorter work experience, employees of state-owned companies and those who have a negative attitude towards the company in which they work.

Keywords: Positive Psychology; hope; work attitude; Peru; Subjective well-being

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en algo incluso superior a una mera estrategia: en muchos sentidos, la actual evolución del contexto social está haciendo de ella un imperativo ligado a la supervivencia y prosperidad corporativa.

El concepto de responsabilidad social ha evolucionado con los años; si bien inicialmente el término era un sinónimo elegante de “filantropía”, y luego justificó su existencia como una especie de estrategia de relaciones públicas, hoy por hoy la idea clave en la mayoría de definiciones de responsabilidad social es la “calidad de vida”. Es decir, una empresa socialmente responsable será aquella que se comporte éticamente y contribuya “al desarrollo económico, mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general” (World Business Council for Sustainable Development, 2000, citado en (Centrum Católica, 2008)).

Ahora bien, el concepto de Calidad de Vida en sí mismo ha evolucionado a su vez. Inicialmente, se hablaba de Calidad de Vida como la meta en el contexto de la recuperación de la salud física y, por otro lado, también como una forma de complementar indicadores sociales “objetivos” con un componente “subjetivo”; sin embargo, actualmente es entendido como el grado de felicidad o bienestar emocional (Frisch, 2006).

Para la llamada “Psicología Positiva” –es decir, la Psicología centrada en la optimización de la conducta y no en la curación o mitigación de los padecimientos psíquicos—, un componente básico de la Calidad de Vida o bienestar subjetivo es el grado en que los individuos tienen la oportunidad de desplegar sus propias fortalezas en la vida (Seligman, 2002). “Fortaleza” es un concepto usualmente definido como todo rasgo individual que permite el florecimiento personal; se han definido y comprobado experimentalmente veinticuatro fortalezas, entre ellas el liderazgo, la creatividad, y la esperanza (Peterson & Seligman, 2004).

De todo lo anterior se desprende una conclusión: para las empresas en cuanto empleadores, una forma de ser socialmente responsable es promover las fortalezas de sus empleados, ya que ello incrementa el bienestar de estos. La presente investigación nace de preguntar, precisamente, hasta qué grado las diversas acciones empresariales se asocian al bienestar y a una fortaleza en especial, a saber, la esperanza.

Hay una razón para escoger la esperanza como principal objeto de estudio. Dentro del esquema de fortalezas, la esperanza se define como la capacidad para plantearse metas, establecer la mejor forma de alcanzarlas, y motivarse para ejecutar los planes en los que el propio individuo se compromete (Snyder & Lopez, 2002). Desde esta perspectiva, es claro que la promoción de fortalezas no sólo es beneficiosa para el empleado; una persona con altos niveles de esperanza, en particular, puede ser un factor de éxito al interior de cualquier empresa.

Para Peterson, es dentro del marco de las instituciones positivas (aquellas que promueven el bienestar y el florecimiento de sus miembros y demás personas con las que se relaciona) (Peterson, 2006), que se desenvuelven los individuos florecientes. La importancia del trabajo como institución positiva difícilmente puede ser exagerada, al confluir en el escenario laboral no sólo un alto porcentaje del tiempo total de los empleados, sino además un espacio de realización personal y reconocimiento social, donde puede satisfacerse no sólo las necesidades extrínsecas de los individuos, sino además sus necesidades trascendentes (Ferreiro & Alcázar, 2001).

Sin embargo, no sólo el trabajo es una poderosa institución que impacta sobre el bienestar de los empleados. También lo son la educación, la religión, y la cultura local (por ejemplo, una persona que nace y se desarrolla dentro de la cultura limeña tendrá una cultura limeña, distinta de la cultura serrana o selvática de habitantes de esas zonas geográficas).

Por lo tanto hemos considerado que, si nos centramos en el bienestar de los individuos como uno de los componentes claves de la Responsabilidad Social, la esfera laboral tiene un impacto muy importante; sin embargo, otras esferas, como la educativa, la religiosa e incluso la cultura, también influyen en el bienestar, y por lo tanto son también dignos focos de interés para el investigador.

1.1. Problema de Investigación

La presente investigación se centra en la relación existente entre la esperanza como rasgo individual que promueve el bienestar y el impacto de algunas

instituciones sociales en las cuales los individuos se desenvuelven: principalmente la esfera laboral, pero también la esfera educacional, la religiosa, y la esfera sociodemográfica.

Nuestro interés fundamental es determinar cómo se relacionan los niveles de esperanza con algunas características institucionales. Cabe referir que se debe entender el término “institución” en su sentido amplio, es decir, como “un conjunto de organizaciones similares, con influencias especialmente sostenidas y ubicuas al interior de una sociedad o incluso en el mundo entero” (Peterson, 2006, pág. 280). En ese sentido, el trabajo, la religión y la educación son instituciones, y es por ello que hemos incluido en nuestros cuestionarios ítemes que indagan sobre la percepción de los individuos acerca de aspectos específicos de éstas, haciendo énfasis en el área laboral.

Por último, cabe señalar que sólo hemos incluido en la muestra a personas pertenecientes a peruanos mayores de edad económicamente activos (es decir, empleados o en búsqueda de empleo). Esto responde a nuestra intención de medir la asociación *actual y directa* entre la institución laboral y las demás ya indicadas, y no la asociación *prevista, indirecta o recordada*, como sería el caso de haber incluido a personas que aún no laboran, jubilados, o personas que por cualquier razón no poseen ni están buscando empleo.

1.2.Preguntas de Investigación

- 1.2.1. ¿Existe correlación entre los niveles de esperanza de la muestra y los niveles de bienestar que manifiesta la muestra de internautas miembros de la PEA peruana?
- 1.2.2. ¿Existe correlación entre los niveles de esperanza de una muestra de internautas miembros de la PEA peruana y algunas de sus características sociodemográficas?
- 1.2.3. ¿Existe correlación entre los niveles de esperanza de una muestra de internautas miembros de la PEA peruana y las actitudes que tienen en relación a las empresas donde trabajan y los puestos que ejercen?
- 1.2.4. ¿Existen diferencias en cuanto a los niveles de esperanza entre una muestra de la PEA peruana y una muestra incidental de estudiantes de nivel de maestría?
- 1.2.5. ¿Existe correlación entre los niveles de esperanza de una muestra de internautas miembros de la PEA peruana y su nivel educativo?
- 1.2.6. ¿Existe correlación entre los niveles de esperanza de una muestra de internautas miembros de la PEA peruana y su nivel de religiosidad?

1.3.Objetivo de Investigación

Determinar los niveles de esperanza en una muestra de internautas peruanos miembros de la PEA y establecer la relación entre tales niveles de esperanza y algunas variables laborales, educativas y sociodemográficas.

1.4. Justificación de la Investigación

Dado que es razonable asumir que las personas trabajan con la finalidad fundamental de ser más felices, cabe preguntarse: ¿hasta qué punto las empresas y la sociedad en general están promoviendo u obstaculizando tal finalidad? Las empresas socialmente responsables serán aquellas que promuevan la calidad de vida de sus empleados.

Es importante entender que el bienestar y la calidad de vida no son sólo momentos de placer, sino además gratificaciones que desarrollen al ser humano, y por lo general tales gratificaciones implican la posibilidad de que cada individuo despliegue sus propias fortalezas (Seligman M. E., 2002), entre ellas la esperanza.

¿Por qué la esperanza? El concepto de Esperanza definido desde la Psicología Positiva radica precisamente en la capacidad para definir medios o estrategias para lograr metas, combinada con la capacidad para ejecutar esas estrategias de modo eficaz y sostenido.

Creemos que el mundo laboral requiere personas con capacidad para lograr objetivos, sobre todo capaces de alcanzar objetivos para los cuales no existen rutas o procedimientos preestablecidos. ¿Nuestras empresas están promoviendo el ejercicio de la esperanza entre sus empleados? O, por lo contrario, ¿acaso están desincentivando tal fortaleza y, por lo tanto, están limitándose ellas mismas en cuanto a su propia capacidad de logro?

Por último, es necesario que el mundo académico esté en capacidad de responder a preguntas básicas, como el impacto que la institución del trabajo (y

otras instituciones como educación, religión y realidad sociodemográfica) tiene sobre la calidad de vida de quienes las componen.

1.5. Alcance de la investigación

Decidimos utilizar la Internet como herramienta de recolección de datos, aun cuando esto puede limitar la generalización de nuestros resultados. Esto se debe a dos razones: por un lado, nos planteamos definir un método que restringiera al mínimo a los participantes en cuanto al tiempo y al espacio, a fin de poder contar con la más amplia gama posible de participantes dentro de un lapso y un costo razonables. Por otro lado, el número de internautas a nivel nacional va cada día en aumento, gracias a la peculiar iniciativa peruana de las cabinas de Internet, las cuales permiten a un cada vez más amplio sector de la población acceder a la web con costos mínimos, reduciendo así la posible diferencia entre los miembros de la PEA que podrían integrar nuestra muestra y aquellos que no.

1.6. Limitaciones de la investigación

Estamos plenamente conscientes de que los internautas no representan a toda la población peruana, sino probablemente a un sector de mayor nivel educativo y de actitud más favorable a la modernidad por su familiaridad con uso del internet. Sin embargo, de acuerdo al tipo de relación que se pueda encontrar entre la esperanza y las variables sociodemográficas, las conclusiones del presente estudio

podrían ser generalizables a la población entera, una vez se repliquen los resultados hallados utilizando una muestra probabilística.

1.7. Estructura y breve reseña metodológica de la presente tesis

La presente es una investigación correlacional cuantitativa que pretende determinar la intensidad y tipo de correlación entre los niveles individuales de esperanza y el impacto de algunas instituciones como el trabajo, la educación, y la religión, en una muestra incidental de internautas peruanos mayores de edad económicamente activos (es decir, empleados o en búsqueda de empleo). Parte de esta muestra fue recogida incidentalmente de un grupo de alumnos de maestría de Centrum, quienes participaron voluntariamente mediante una convocatoria por correo electrónico.

Se optó por recolectar información a través de la Internet, aplicando la Escala de Esperanza de Snyder, la Escala de Bienestar Subjetivo de Diener, y un cuestionario adicional de recolección de datos, el cual incluyó algunos ítemes destinados a medir la actitud de los encuestados hacia algunos aspectos de su puesto y empresa de trabajo.

En el Capítulo II se define el campo de la llamada “Psicología Positiva” en general, y la Teoría de la Esperanza de Snyder en particular; se detalla algunos aspectos de Comportamiento Organizacional aplicables al problema de investigación; y se reseña el estado actual de conocimiento acerca de la investigación de variables psicológicas por Internet.

En el Capítulo III se especifican los aspectos metodológicos de la investigación, incluyendo las hipótesis y algunos aspectos teóricos acerca de los tipos de investigación y de la modalidad de encuestas.

En el Capítulo IV se analizan en detalle los resultados de la investigación, teniendo como referencia las hipótesis definidas en el capítulo previo.

Finalmente, en el Capítulo V se incluye las conclusiones y recomendaciones a las que los investigadores llegaron luego de la fase de análisis.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Psicología Positiva

A fin de entender plenamente el concepto de esperanza desde el punto de vista de la Psicología Positiva, es preciso definir y estudiar esta en sus más básicas definiciones y implicancias.

Toda la presente sección tiene como intención familiarizar al lector con la Psicología Positiva en general, para finalmente empezar a detallar algunos aspectos de la Esperanza como concepto de ésta.

Tradicionalmente la psicología, que empezó como ciencia en torno a experimentos fisiológicos (recuérdese el trabajo pionero de Wundt en las últimas décadas del siglo XIX en Alemania), se ha visto enfocada principalmente en los esfuerzos por remediar los padecimientos mentales y emocionales. A esta tarea se ha dedicado la gran mayoría del financiamiento y las investigaciones durante buena parte del siglo pasado.

Sin embargo, justamente a partir del año 2000 hubo una corriente dentro de la Psicología norteamericana que entendió que es imperativo que la Psicología deje de centrarse sólo en el llamado “modelo médico” (Maddux, 2002) según el cual el profesional de la especialidad se centra en la curación de los males mentales que aquejan a un paciente o cliente, en un contexto de terapia.

Es innegable que este tipo de enfoque ha generado significativos avances dentro de la ciencia del comportamiento (Seligman M. E., 2002); en efecto, desde

la década de los años 40, la Psicología ha sido capaz de catalogar y tratar con relativo éxito muchos desórdenes que previamente no sólo no tenían curación, sino que incluso estaban muy confusamente definidos. Pero también es cierto que la tendencia a enfocarse sólo en el lado patológico ha llevado a una especie de creencia no abiertamente formulada, según la cual la labor de la psicología termina en el “punto cero” de la salud mental, allí donde la persona ya está libre de su enfermedad o padecimiento psíquico, pero aún no ha encontrado el pleno bienestar psicológico (Linley & Joseph, 2004). Sin embargo, como todos sabemos, la ausencia de enfermedad no significa salud (World Health Organization, 1946), y existe todo un terreno comparativamente inexplorado de teoría y aplicaciones psicológicas, aún por descubrir, que expliquen los mecanismos que subyacen al bienestar psicológico.

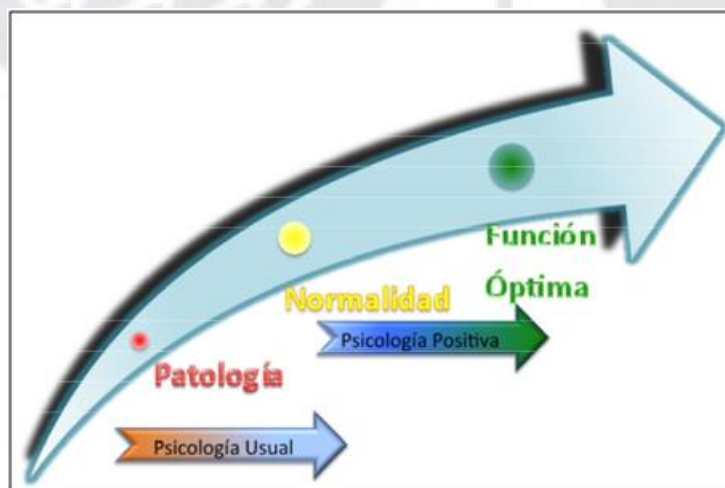


Figura 1. Ámbito de acción de la Psicología Positiva vs. la Psicología Usual

Nota: Elaboración Propia, a partir de Seligman, 2002

La idea, en general, debería ser sencilla: descubrir aquello que caracteriza a las personas con bienestar psicológico, para promover esos factores diferenciadores entre la población que no ha llegado aún a ese nivel.

Cabe señalar aquí que en ningún caso se trata de una “nueva” psicología; Martin Seligman, uno de los más notorios promotores de la Psicología Positiva, rechaza la calificación de “cambio de paradigma”, prefiriendo, en cambio, la de “movimiento” (Seligman M. E., Foreword, 2004). Es más apropiado, en todo caso, decir que se trata de un lenguaje común y un nuevo orden de prioridades en la agenda de investigación y aplicación psicológicas, que usa los métodos de la ciencia moderna, y es aplicable a todas las ramas y especialidades practicadas hoy dentro de la Psicología (Linley & Joseph, 2004).

2.1.1. Definiciones de Psicología Positiva

Según Gable & Haidt, “la psicología positiva es el estudio de las condiciones y procesos que contribuyen al florecimiento o funcionamiento óptimo de las personas, los grupos, y las instituciones [traducción de los tesisistas].”(Gable & Haidt, 2005, pág. 103).

Según Duckworth, Steen & Seligman, “la psicología positiva es el estudio científico de las experiencias y rasgos positivos, así como de las instituciones que facilitan su desarrollo. [Es] un campo involucrado con el bienestar y funcionamiento óptimo.” (Duckworth, Steen, & Seligman, 2005, pág. 629)

Según Seligman:

La psicología positiva tiene tres pilares: el primero es el estudio de la emoción positiva. El segundo es el estudio de los rasgos positivos, entre ellos principalmente las fortalezas y virtudes, pero también las “aptitudes” tales como la inteligencia y la capacidad atlética. El tercero es el estudio de las instituciones positivas, tales como la democracia, las familias sólidas, y la libre investigación, que sirven de base a las virtudes, las cuales a su vez fundamentan a las emociones positivas.

(Seligman M. E., 2002, pág. xiii)

Según Seligman & Csikszentmihalyi:

El campo de la psicología positiva al nivel subjetivo trata sobre las experiencias subjetivas valoradas: bienestar, contentamiento y satisfacción (en relación al pasado); esperanza y optimismo (en relación al futuro); y flujo y felicidad (en relación al presente). A nivel individual, trata sobre los rasgos individuales positivos: la capacidad de amar, la vocación, la valentía, la habilidad interpersonal, la sensibilidad estética, la perseverancia, el perdón, la originalidad, el pensamiento planificado, la espiritualidad, el talento sobresaliente, y la sabiduría. A nivel grupal, trata sobre las virtudes cívicas y las instituciones que orientn a los individuos hacia una mejor ciudadanía: responsabilidad, cuidado de otros, altruismo, civismo, moderación, tolerancia y ética de trabajo.

(Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)

Por lo tanto, podríamos intentar definir la Psicología Positiva del siguiente modo: el estudio de los factores psicológicos que contribuyen al funcionamiento óptimo del ser humano, siendo éste entendido en base a tres fenómenos fundamentales: a nivel subjetivo, las emociones positivas; a nivel individual, las virtudes y fortalezas; y a nivel grupal y organizacional, las instituciones positivas.

Pasaremos ahora a examinar cada uno de los elementos incluidos dentro de nuestra “definición de trabajo”.

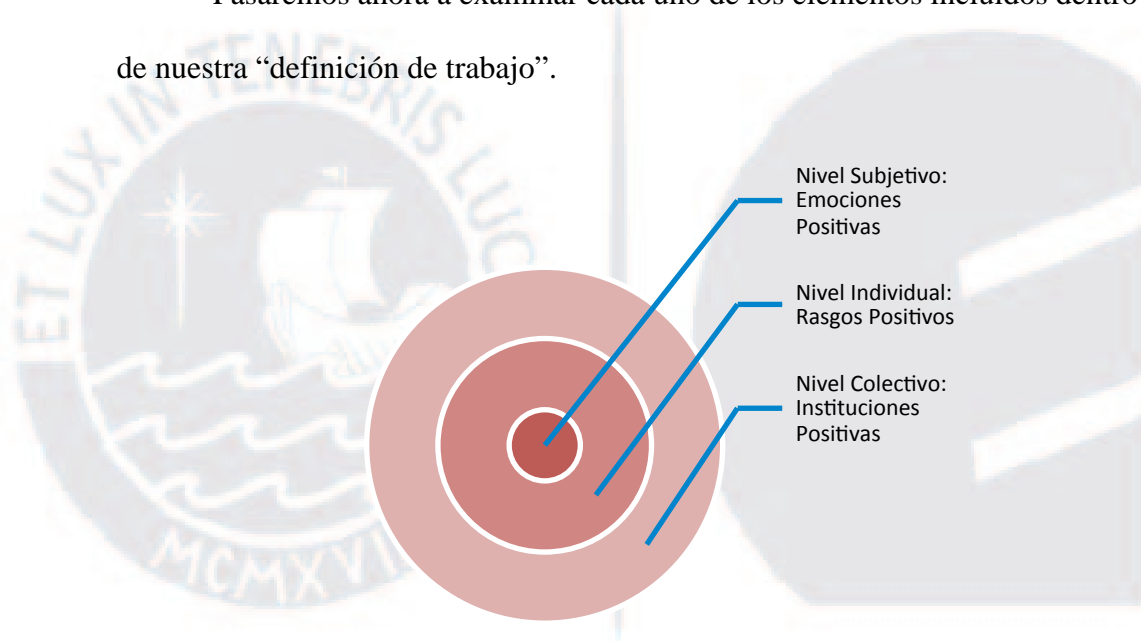


Figura 2. Niveles de Análisis en la Psicología Positiva

Nota: Elaboración Propia

2.1.2. Emociones Positivas

Las emociones positivas son, por ejemplo, la alegría, la serenidad, la gratitud, y otras similares (Vecina Jiménez, 2006). Su característica común es que contribuyen a aumentar el bienestar subjetivo de quien las experimenta. Por lo tanto, son emociones que –al menos teóricamente– son buscadas y anheladas por

los seres humanos, quienes apelan a diversos mecanismos para experimentarlas, desde la estimulación sensorial simple hasta la búsqueda de las más altas etapas de autorrealización personal.

Las emociones negativas son, por ejemplo, la ira, el asco, el miedo; su característica común es que son emociones que disminuyen el bienestar subjetivo de la persona que las siente. Según veremos más adelante, este tipo de emociones impulsa vigorosamente a las personas a evitarlas mediante conductas que tienden a ser muy específicas: la ira lleva a la agresión; el asco, a la expulsión de aquello que nos repugna; y el miedo conduce a la huida.

De acuerdo con Fredrickson (2003), una de las maneras de acercarse a una mejor comprensión de lo que son las emociones positivas y su sentido dentro del funcionamiento psicológico humano es descartando el uso de modelos ideados para entender las emociones negativas. De hecho, es necesario hacer a un lado la lógica según la cual se debe buscar la justificación de una emoción en base a la conducta concreta que esa emoción genera o promueve en quien la siente; si bien la ira universalmente nos impulsa a agredir, la alegría no nos impulsa a ninguna conducta específica, y lo mismo puede decirse de prácticamente cualquier emoción positiva.

Sin embargo, esto no significa que las emociones positivas no tengan un valor evolutivo. Se ha descubierto experimentalmente (Fredrickson, 2003) que las emociones positivas sí cumplen una función valiosa: la de expandir los intereses de quien las siente a un rango más amplio de posibilidades, fomentando así el aprendizaje y la adquisición de habilidades nuevas, no ligadas directamente con la

supervivencia, pero de gran utilidad para la exploración y explotación del mundo que rodea a la persona. Probando su teoría, llamada de Ampliación y Construcción (*Broaden-and-Build*), Fredrickson (2003) demostró que las personas que experimentan emociones positivas tienden a resolver problemas más creativos y globalmente, en vez de enfocarse en soluciones ya conocidas y en detalles. Evidentemente, no todos los problemas se resuelven mejor mediante estrategias creativas e innovación; cuando las personas se enfrentan a situaciones extremas y tienen un tiempo restringido a menudo es mejor la restricción conductual que las emociones negativas promueven. Pero cuando se trata de investigar las posibilidades, de problemas con muchas soluciones posibles, y en general de contextos no amenazantes, la apertura mental incentivada por las emociones positivas beneficia al individuo.

Por último, las emociones positivas tienen otro efecto, derivado precisamente del efecto “Expansión y Desarrollo”. Ya que las emociones negativas restringen las alternativas de conducta de la persona, así como los elementos en los que se centra su atención, las emociones positivas tienden a hacer lo opuesto, y con ello disminuyen e incluso revierten los efectos de las emociones negativas. Entre estos efectos se destacan, por su nocividad, las respuestas fisiológicas asociadas, por ejemplo, con el estrés y la disminución en la eficiencia del sistema autonómico central: enfermedades cardíacas, presión arterial, y la capacidad de cicatrización y renovación de tejidos, entre otros. Cierta evidencia experimental indica que estos efectos fisiológicos adversos pueden verse mitigados por las emociones positivas (Fredrickson, 2003).

Otro punto fundamental de la Psicología Positiva, que es preciso entender para luego comprender el vínculo entre emociones y rasgos, es la dicotomía placer / gratificación (Seligman M. E., 2002). El placer es un deleite acompañado por claras e intensas sensaciones físicas así como por emociones fuertes y primarias; por lo general no implica ningún tipo de elaboración mental o intelectual. La gratificación, por el contrario, no implica una corriente emocional primaria o sensorial específica, pero se obtiene cuando nos sumergimos en una actividad que nos agrada realizar y que exige de nosotros poner en acción nuestras cualidades y virtudes, haciendo que, al menos temporalmente, perdamos consciencia de nosotros mismos (Seligman M. E., 2002).

El placer es la sensación que las personas tienden a buscar primariamente, y en base al cual muchos seres humanos definen una “buena vida”. Esta tendencia, también llamada hedonismo, es muy común, y según ella una vida buena o feliz estaría expresada por la mayor cantidad de momentos placenteros menos la menor cantidad posible de momentos displacenteros. Este tipo de pensamiento popular, sin embargo, está en contradicción con los hallazgos de investigaciones psicológicas (Redelmeier & Kahneman, 1996) y (Schkade & Kahneman, 1998), por ejemplo), según los cuales las personas en realidad no evalúan sus experiencias en función de cuál les provee de mayor cantidad de momentos placenteros, sino en base a las últimas sensaciones que reciben. Es decir, dos experiencias similares, con la misma cantidad de momentos placenteros y displacenteros, serán recordadas globalmente como positivas o negativas según los últimos momentos hayan sido teñidos de emoción positiva o emoción negativa.

Por lo demás, es claro que el placer:

1. Es egocéntrico (se enfoca en la satisfacción de necesidades personales)
2. Tiende a buscar la satisfacción inmediata
3. Una vez satisfecho, tiende a ser efímero
4. No requiere (ni promueve) un nivel de desarrollo mínimo de parte de la persona.

La gratificación, por otro lado, implica:

1. Posibilidad de relación con otros
2. Un tiempo comparativamente mucho más largo de preparación
3. La satisfacción es duradera
4. Un nivel de desarrollo mínimo por parte de la persona

Por ejemplo, una buena cena, salir a bailar con amigos, o tener relaciones sexuales satisfactorias constituyen placeres; ayudar a otros, leer un buen libro, o disfrutar de un excelente cuadro en un museo son gratificaciones. Para disfrutar un potaje apetitoso no se necesita casi ninguna preparación ni desarrollo personal; para disfrutar de una tarde viendo pinturas de Van Gogh, sí se requiere haber recibido, formal o informalmente, el grado de educación estética adecuado.

La gratificación es el fenómeno que vincula nuestros rasgos positivos con las emociones positivas que experimentamos, mientras que el placer vincula nuestros instintos con las emociones positivas. La gratificación, por definición, demanda y promueve un cierto nivel de desarrollo de la persona.

2.1.3. Rasgos Positivos

Otra dicotomía fundamental, no sólo de la Psicología positiva sino de la Psicología en general, es la de rasgo / estado.

Los estados son características psicológicas *transitorias*, mientras que los rasgos son características psicológicas *estables*. Los rasgos de una persona son características positivas o negativas que se repiten consistentemente a lo largo del tiempo y en diferentes situaciones. Así, se dice que la ansiedad puede ser un estado (por ejemplo, cuando un estudiante ve aproximarse la fecha de su examen final, luego del cual la ansiedad se esfuma), o bien un rasgo (por ejemplo, cuando la ansiedad se convierte en una característica virtualmente permanente).

Los rasgos positivos son también llamados fortalezas o virtudes. Dentro de la Psicología positiva, la configuración individual de virtudes y fortalezas es llamada carácter de la persona.

De todo lo anterior se desprende la definición de la “vida feliz” o “vida buena”: aquella consistente en obtener gratificación aplicando las fortalezas y virtudes de nuestro carácter personal. A modo de corolario, es claro que una “vida buena” por necesidad también será una vida auténtica, pues se desprende del carácter individual: nadie puede lograr la gratificación de largo plazo ejerciendo virtudes y fortalezas que o bien no posee o bien no le son típicas.

Otro punto importante en este tema es la de la clasificación de emociones positivas. Aunque precaria y debatible, tal clasificación contribuye grandemente a nuestra comprensión de lo que la psicología positiva propone y, por lo tanto, es conveniente reseñarla brevemente aquí.

Peterson y Seligman (Peterson & Seligman, 2004) enuncian la siguiente clasificación jerárquica de los tipos de rasgos positivos:

1. Virtudes: características centrales valoradas a nivel filosófico y religioso, rastreables a través de fuentes y sondeos históricos (Peterson & Park, 2004).
2. Fortalezas: componentes psicológicos (es decir, mecanismos o procesos) que en conjunto definen a las virtudes; vienen a ser como las rutas a (o modos hacia) la expresión de una virtud. Las fortalezas son rasgos sujetos a diferencias individuales, aunque en sí mismas se definen como universales (Peterson & Park, 2004).
3. Temas situacionales: son hábitos o prácticas que sólo tienen sentido en un contexto específico, y que llevan a la expresión de una fortaleza (Peterson & Seligman, 2004).

Una virtud es el nivel de rasgo más general; una fortaleza es un rasgo intermedio, que lleva a la expresión de una virtud; y un tema situacional es el componente más concreto y específico.

Por ejemplo, en el contexto laboral, la empatía y la inclusividad (la tendencia a hacer que los demás se sientan parte de nuestro propio grupo) son dos temas situacionales que llevan a expresar una fortaleza: la amabilidad, la cual a su vez es una de las formas en que la virtud de la humanidad se manifiesta.

Un corolario importante es que, mientras más general el rasgo, más universal será. Por lo tanto, las virtudes deberían ser universales, mientras que los temas situacionales sólo serían generalizables dentro un contexto o gama de

contextos específicos. Por otro lado, las fortalezas serían el tipo de rasgos que las personas, en situación cotidiana, usarían de modo espontáneo para describir la conducta de otros; las virtudes serían demasiado abstractas, mientras que los temas situacionales serían demasiado específicos. Por lo tanto, el nivel de las fortalezas sería el nivel más espontáneo y más usado para la mayoría de la gente la mayor parte del tiempo.

De lo anterior se concluye que la unidad fundamental de los rasgos positivos serán las fortalezas. De hecho, el lenguaje común tiene una serie de términos para aludir a éstas, lo que consagra su uso e importancia cotidiana; la cual es complementada por el extenso uso del término “fortaleza” en la bibliografía sobre Psicología Positiva.

Peterson y Seligman (Peterson & Seligman, 2004) definen diez criterios definitorios de lo que es una fortaleza:

1. Una fortaleza contribuye a varias realizaciones, que juntas constituyen la “vida buena”.
2. Una fortaleza debe ser definida por sí misma, sin mirar necesariamente a sus consecuencias.
3. El ejercicio de una fortaleza por una persona ciertamente no debe disminuir ni perjudicar a quienes la rodean.
4. La fortaleza no debe tener un concepto opuesto deseable. Por ejemplo, “amabilidad” tiene un opuesto, la “hostilidad”. Pero pocas personas afirmarían que la “hostilidad” es algo deseable.

5. Una fortaleza debe ser medible y estable. Es decir, debe ser observable de algún modo, y constituir un rasgo.
6. Una fortaleza no debe ser reducible a (ni divisible en) otros rasgos positivos.
7. Una fortaleza tiene siempre modelos socialmente aceptados que la encarnan. A menudo, se trata de personajes de leyenda, héroes históricos, protagonistas de los medios.
8. Aunque no aplica a todos los casos, un criterio adicional es que existen “prodigios” o “superdotados” en ciertas fortalezas específicas. Por ejemplo, así como existen “superdotados” de la inteligencia abstracta, o del razonamiento matemático, también es defendible la existencia de “superdotados” en la inteligencia emocional.
9. De modo opuesto, existen personas que carecen totalmente de la fortaleza.
10. Los diversos tipos de sociedades deben tener instituciones y rituales que promuevan, diseminen y apoyen la práctica de la fortaleza.

Aplicando estos criterios, Peterson y Seligman (Peterson & Seligman, 2004) ofrecen una clasificación de veinticuatro fortalezas, agrupadas dentro de un esquema de seis virtudes, según lo resumido en la Tabla 1.

Tabla 1. Resumen de las virtudes estudiadas por la Psicología Positiva

Virtud	Factor Común	Fortalezas
Sabiduría y Conocimiento	Fortalezas que llevan a la adquisición y uso del conocimiento	Creatividad, Curiosidad, Apertura mental, Amor al Aprendizaje, Perspectiva
Coraje	Fortalezas emocionales que involucran el ejercicio de la voluntad para cumplir metas pese a la oposición, externa o interna	Valentía, Persistencia, Integridad, Vitalidad
Humanidad	Fortalezas interpersonales que implican acercarse a (y ligarse con) otras personas	Amor, Amabilidad, Inteligencia Social
Justicia	Fortalezas cívicas que subyacen a la vida comunitaria saludable	Ciudadanía, Justicia, Liderazgo
Temperancia	Fortalezas que protegen contra el exceso	Perdón, Compasión, Humildad, Modestia, Prudencia, Autorregulación, Autocontrol
Trascendencia	Fortalezas que forjan conexiones con el resto del universo y que dan significado	Apreciación de la belleza y la excelencia, Gratitud, Esperanza, Humor, Espiritualidad

Nota: Elaboración propia a partir de Peterson & Seligman, *Character Strengths and Virtues: a Handbook and Classification*, 2004, pág. 29

Por otro lado, es necesario señalar algunas interrogantes legítimas acerca del abordamiento del tema de las fortalezas desde la Psicología.

En primer lugar, mientras que para un síntoma o enfermedad mental existe el claro y evidente criterio de la perturbación de la salud psíquica, para un rasgo

positivo ese criterio no existe por definición. Por ejemplo, una fobia es un padecimiento que, una vez erradicado, “restaura” el nivel previo o de funcionamiento “sano” de la persona. Por el contrario, no está tan claro cómo la fortaleza de la creatividad hace que el funcionamiento de una persona se optimice.

Además (o en vez) de los criterios ya mencionados, otro modo de definir una fortaleza sería determinar su valor adaptativo o su funcionalidad (Aspinwall & Staudinger, 2004). Pero eso sólo desplaza el problema un paso hacia atrás: ¿cómo definir la funcionalidad de una fortaleza? ¿Se debe apelar a criterios subjetivos —como el bienestar psicológico— o a criterios objetivos—como la longevidad--? Esto lleva a reforzar, por otro lado, la posición (Peterson & Park, 2004) según la cual un modo válido de definir fortalezas es la revisión de fuentes históricas y la comparación de tradiciones morales y filosóficas en busca de rasgos consensualmente definidos como deseables o recomendables.

Por otro lado, la misma concepción de las fortalezas como rasgos tiene consecuencias de las que es preciso estar consciente (Aspinwall & Staudinger, 2004). Las teorías disposicionales (es decir, las que definen su objeto como rasgos) por lo general no generan investigaciones que investiguen los mecanismos o procesos mediante los cuales las personas que muestran el rasgo en cuestión han logrado desarrollarlo; es decir, empiezan asumiendo que la persona posee o no posee el rasgo a estudiar. Y como el rasgo se define como una característica psicológica relativamente estable, tampoco suelen investigar cómo interactúa un rasgo con un contexto específico. Sin embargo, entender el proceso en virtud del cual una persona acaba adquiriendo un rasgo es una inquietud básica si lo que se quiere ultimadamente es desarrollar aplicaciones.

Otra pregunta sumamente interesante es determinar hasta qué punto una fortaleza es un rasgo consciente o intencional (Aspinwall & Staudinger, 2004). Como lo demuestra el fenómeno simple de la práctica que termina generando una maestría inconsciente (pensemos en el tenista que se ejercita hasta alcanzar el dominio del juego, o del estudiante de un idioma que se adiestra hasta lograr fluidez en una segunda lengua), al menos teóricamente deberían existir fortalezas que se dominan a tal grado que terminan siendo casi automáticas. De hecho, muy aparte del aprendizaje de cada persona individual, la misma evolución de la especie humana puede haber habilitado muchas de esas fortalezas hasta el grado de hacérselas universales, y por lo tanto también “invisibles”. Esto puede ser el caso del sesgo que muchas escalas de bienestar psicológico registran: el puntaje promedio en casi todas ellas es superior al promedio estadístico (Seligman M. E., 2002). Es posible que la capacidad para evaluar la propia vida interior como algo positivo, aun en ausencia de condiciones objetivas favorables, tenga una ventaja evolutiva.

La importancia de tomar de cuenta el contexto en el estudio de las fortalezas se justifica también por el hecho de que es importante entender qué ambientes sociales, emocionales, y materiales promueven (o perjudican) el desarrollo de determinadas fortalezas. Además, muchas fortalezas por sí mismas son *relacionales*, es decir, consisten precisamente en entrar en relación con otras personas. De hecho, la capacidad para formar vínculos estrechos con otras personas es uno de los indicadores más asociados al bienestar psicológico (Berscheid, 2004).

Adicionalmente, una distinción importante a este respecto es aquella entre fortalezas *tónicas* y *fásicas*. En efecto, Seligman (Seligman M. E., 2002) afirma que un componente *tónico* es aquel que se mantiene estable y está presente en un nivel de base la mayor parte del tiempo (por ejemplo, la introversión, el nivel intelectual, el nivel de agresividad, etc. son características que se mantienen en un nivel básicamente invariable); mientras que otros componentes psicológicos del individuo tienden a ser *fásicos* (es decir, sólo se manifiestan cuando una circunstancia fuera de lo ordinario o un desafío inusual hacen que se despliegue). Ejemplos de componentes *fásicos* son, por ejemplo, la perseverancia, el valor y el perdón. Este tipo de fortalezas suelen salir a relucir sólo cuando el individuo las requiere debido a una exigencia de sus circunstancias.

Aunque muchas fortalezas son *fásicas*, se debe tener bien en claro que también otras tienden a ser *tónicas*; por ejemplo, el humor, la espiritualidad y el autocontrol son fortalezas que una persona puede desplegar cotidianamente.

Por último, es importante notar que la mayoría de personas muestra lo que se llaman fortalezas típicas (*signature strengths*). Estas fortalezas son aquellas que más plenamente describen y caracterizan a un individuo. Como ya veremos más adelante, el despliegue de las fortalezas típicas es una de las posibles definiciones de la “vida buena” o “vida feliz”, según Seligman (Seligman M. E., 2002).

2.1.4. Instituciones Positivas: Condiciones Sociodemográficas

Una manera bastante ilustrativa de obtener una idea acerca del impacto de ciertas condiciones objetivas sobre el nivel de bienestar subjetivo de las personas

es revisar algunas estadísticas e investigaciones acerca de la relación entre ciertas variables objetivas y la felicidad.

La edad y el género de una persona no parecen tener un impacto significativo sobre el nivel de bienestar subjetivo (Myers, 2004). Es decir, ser más joven no significa ser más feliz; tampoco ser mujer o ser varón (Myers & Diener, 1996).

Las personas que participan activamente en comunidades religiosas tienden a reportar un mayor bienestar subjetivo (U.S. National Opinion Research Center, 2002, citado en (Myers, 2004)). Un análisis detallado de cómo puede funcionar este efecto parece indicar que, a través de la esperanza y el significado, la religiosidad establece un fundamento poderoso para sustentar el bienestar subjetivo (Seligman M. E., 2002). De hecho, existen investigaciones que indican que a mayor religiosidad, mayores niveles de optimismo; así tenemos que los fundamentalistas religiosos (judíos ortodoxos, calvinistas, e islámicos) son quienes reportan los mayores niveles de optimismo, seguidos de los fieles de religiones moderadas (catolicismo, judíos conservadores, luteranos, metodistas), y de los liberales menos religiosos (judíos reformados y unitarianistas); esto se debe básicamente al contenido relacionado a esperanza que la prédica de las mencionadas religiones poseen (Sethi & Seligman, 1993).

Las personas que habitan en países de más alto nivel de vida tienden a reportar mayores niveles de bienestar subjetivo (Diener & Biswas-Diener, 2008), aunque la relación es bastante moderada, y no se cumple en todos los casos. Una investigación alternativa se grafica en la tabla 2. Un análisis más acucioso,

determina que por encima de un nivel de ingreso per cápita crítico, gran parte del efecto del ingreso sobre el grado de felicidad se atenúa; algunos, como Seligman (Seligman M. E., 2002) establecen dicho nivel crítico en 8,000 dólares anuales; otros (Schuldt, 2005) calculan tal valor entre los 10,000 y 15,000 dólares anuales. La conclusión básica a este respecto es que el nivel de ingresos económicos sí afecta cuando la persona es incapaz de satisfacer sus necesidades más básicas (alimentación, vivienda, educación, etc.), pero deja de impactar en cuanto esas necesidades están cubiertas.

Tabla 2. Niveles promedio de felicidad en algunos países

País	Índice	Nivel*
Dinamarca	8.2	Alto
Suiza	8.1	Alto
Islandia	7.8	Alto
Finlandia	7.7	Alto
México	7.7	Alto
Grecia	6.4	Intermedio
China	6.3	Intermedio
Irán	6.0	Intermedio
Polonia	5.9	Intermedio
Corea del Sur	5.8	Intermedio
Armenia	3.7	Bajo
Ucrania	3.6	Bajo
Moldavia	3.5	Bajo
Zimbabwe	3.3	Bajo
Tanzania	3.2	Bajo

Nota: Cuánto disfruta la gente su vida-como-un-todo (en una escala de 0 a 10). (Veenhoven, Average happiness in 91 nations 1995-2005: RankReport 2006-1, 2006)

*Nivel alto \geq 7.7; Nivel Intermedio=6+/-0.5; Nivel Bajo $<$ 4

Las personas que tienen una mayor educación formal tienden a reportar mayores niveles de bienestar subjetivo. Sin embargo, si se controla por nivel de relaciones sociales, ingresos y salud, la educación termina por no influir casi nada (Huppert, 2004).

Las relaciones de amistad (Myers, 2004) suelen ir asociadas al bienestar subjetivo, y mientras más amigos reporta la persona, más feliz manifiesta ser (según datos de la National Opinion Research Center (NORC) del año 2000, citados en Myers, 2004). Por otro lado, las personas que reportan los más altos índices de felicidad en un 90% son personas con una rica vida social (Seligman M. E., 2002).

Tabla 3. Políticas sociales en 65 países y su relación con el grado de felicidad

Felicidad y Sociedad en 65 Países, 1990-1999	
CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD	CORRELACIÓN CON FELICIDAD
Solvencia económica	0.64
Normatividad Legal	
-Derechos Civiles	0.36
-Ausencia De Corrupción	0.54
-Tasa de asesinatos	-0.66
Libertades	
-Económica	0.62
-Política	0.30
-Personal	0.34
Igualdad	
-De Ingreso	0.00
-De Género	0.16
Ciudadanía	
-Participación en asoc. voluntarias	0.50
-Preferencia por liderazgo participativo	0.39
Pluralidad Cultural	
-% de migrantes	0.32
-Tolerancia hacia las minorías	0.57
Modernidad	
-Escolaridad	0.32
-Penetración de TI	0.66
-Urbanización	0.31
Varianza explicada	83%

Nota: (Veenhoven, Happiness as a Public Policy Aim: The Greatest Happiness Principle, 2004, pág. 668)

El matrimonio es también un fuerte predictor de buenos niveles de bienestar subjetivo (Seligman 2002, Myers 2004). Según los datos de la NORC, 40% de las personas casadas se describen a sí mismas como “muy felices”. Por lo demás, el nivel de bienestar subjetivo parece ser mayor primero entre los casados, luego entre los solteros y solteras, y por último entre los separados, divorciados, y divorciados por más de una vez (NORC 2000, citado en Seligman, 2002). Esta relación positiva entre matrimonio y bienestar se mantiene aun si se controlan otras variables, como edad, educación, y género (es decir, contrariamente a la creencia popular, los varones se sienten tan satisfechos como las mujeres al casarse). Sobre lo que ya hay menos acuerdo es acerca de una posible relación causal: ¿es el matrimonio una situación que predispone a la felicidad? O, por el contrario, ¿son las personas más felices las que más fácilmente se casan? Es decir: ¿el matrimonio provoca la felicidad, o es la felicidad la que conduce al matrimonio? O inclusive ¿existe alguna variable indirecta que explica ambas características (el matrimonio y la felicidad)? Por ejemplo, ¿es el atractivo físico o la extroversión de una persona una posible explicación tanto para la felicidad como para el matrimonio? Por otro lado, como ya hemos visto, el dato acerca de la mayor infelicidad entre divorciados (en comparación con los solteros) parece indicar que un matrimonio mal avenido es aún peor que la soledad. Por lo tanto, estar casado(a), o no, parece ser una de las características que más poderosamente influyen, para bien o para mal, en el nivel de bienestar subjetivo de una persona.

La raza de las personas tampoco tiene una relación clara con el nivel de bienestar subjetivo. Los afroamericanos e hispanos (al menos en el contexto

norteamericano) tienen niveles promedio de depresión bastante menores que los caucásicos, pero al mismo tiempo manifiestan niveles de felicidad no muy distintos a los reportados por éstos últimos (Seligman, 2002).

Más allá de los descubrimientos de Mintzberg (Hellriegel, Slocum, Jr., & Woodman, 1999) acerca del rol higiénico del dinero como motivador, es claro que existen muchos elementos del ambiente laboral que tienen un impacto decisivo en el estado de bienestar subjetivo de los empleados. Entre ellos figuran:

1. La cantidad de tiempo que se dedica a la actividad laboral: En efecto, la cantidad de horas laboradas puede tener un impacto sobre el tiempo disponible de la persona para otras actividades de igual o superior importancia, y por lo tanto, impacta en la sensación de bienestar. Este impacto tiende a ser más grande en países de economías más débiles, en el sentido de que éstos generalmente tienen regímenes laborales más exigentes, leyes menos favorables al empleado, y un mercado laboral con sobreoferta laboral, a diferencia de los países de economía más desarrollada, donde el marco legal es tan favorable al trabajador y el estado tan benefactor, que es posible obtener casi la misma cantidad de ingresos trabajando que en desempleo (Naisbitt, 1997), e incluso se generan impactos macroeconómicos a nivel nacional (Blanchard, 2004). En contraste, en países como el Perú, existen grandes sectores donde la informalidad desprotege al trabajador, sometiéndolo a un nivel de inseguridad y estrés laborales que no se presentan en otros países (al menos, no por las mismas razones). Desde el punto de vista psicológico, los fenómenos de sobrecarga laboral (Lee & Ashforth, 1996) y *burnout* o

extinción de todos los recursos emocionales y laborales del empleado (Maslach & Leiter, 1999) pertenecen a este aspecto del trabajo.

2. La dependencia objetiva de los ingresos económicos obtenidos como compensación al trabajo realizado, que define el “punto de equilibrio” a partir del cual la persona deja atrás la preocupación por las necesidades de subsistencia, y puede empezar a prestar atención a factores de su puesto y empresa menos “higiénicos”, y por lo tanto, a niveles más reales y complejos de satisfacción personal. Por ejemplo, en el ámbito de los EEUU, los trabajadores, favorecidos por una óptima razón oferta/demanda laboral, y una economía en auge, han empezado a prestar atención a las condiciones laborales que pueden maximizar o limitar sus posibilidades de ser más felices (Seligman M. E., 2002). Aunque no se cuenta con estudios similares a nivel nacional, es plausible conjeturar que, inversamente, en países como el nuestro la preocupación principal de los trabajadores sería la obtención de un puesto que asegure la satisfacción de las necesidades primarias (alimento, abrigo, seguridad, vivienda), y aspectos menos apremiantes (como posibilidad de desarrollo personal y profesional, disfrute del trabajo en sí mismo, etc.) se releguen a un segundo plano en una evaluación del centro de labores por parte de los empleados.
3. Los procesos personales, grupales y organizacionales que se desarrollan al interior de las empresas pueden tener un impacto significativo en el bienestar del empleado. Notable entre estos es el fenómeno psicológico llamado flujo (Csikszentmihalyi, 2003). La experiencia de flujo (o *flujo de conciencia*, como a veces se le denomina en castellano), puede

definirse como la inmersión total de la persona en la actividad que realiza, unida a una sensación de enfoque y entusiasmo, compromiso con lo que se hace, y éxito en el resultado. Subjetivamente, es la sensación que muchas personas experimentan cuando se abstraen en una actividad que les apasiona y que además desafía sus habilidades en un nivel óptimo (ni tan alto que frustre, ni tan bajo que aburra). En el lenguaje cotidiano, este tipo de sensación es descrito como “sentir que el tiempo vuela”. Aunque la experiencia de flujo puede experimentarse en muchos tipos de actividad distintos (típicamente muchos la experimentan al practicar un deporte o juego que dominan), lo óptimo es que el trabajo provea oportunidades para que el empleado sienta la experiencia de flujo, al menos una parte del tiempo. Por otra parte, la dinámica grupal (la cual lleva a satisfacer necesidades de afiliación y reconocimiento) es cada vez más importante y frecuente en el ámbito laboral, así como la necesidad de congruencia entre valores individuales del empleado y los valores organizacionales que prescriben las empresas a través de declaraciones como misión y visión.

Variables relacionadas a estos aspectos, como el compromiso y la satisfacción laboral, y los estados de ánimo en el contexto de trabajo, tienen una larga tradición en la psicología organizacional (al menos, desde 1930) (Brief & Weiss, 2002), habiéndose hallado que existe una serie de impactos sobre el desempeño y el bienestar subjetivo de los empleados. En este aspecto, es importante notar algunas variables importantes de estudio, como los líderes y su estilo de liderazgo.

4. La posibilidad de desarrollo personal y profesional a través de la capacitación, experiencia y enriquecimiento laboral. En efecto, existen básicamente tres modos de concebir la propia actividad laboral: como un trabajo, como una carrera, y como una vocación (Wrzesniewski, McCauley, Rozin, & Schwartz, 1997). La persona que concibe su actividad laboral como un trabajo, sólo espera un cheque a fin de mes (o de la quincena, o el viernes de cada semana). La actividad laboral es sólo un medio para obtener un fin: i.e., la satisfacción de las necesidades personales. Apenas la persona ve afectada su compensación económica en un sentido desfavorable, empezará a buscar otro empleo. La persona que ve su actividad laboral como una carrera, busca por encima de todo el ascenso, el prestigio profesional, y el poder. Es capaz de invertir tiempo y dinero como parte de su esfuerzo para obtenerlos, pero cuando ve que, por cualquier razón, ha “tocado techo”, buscará la gratificación que le da el avance en su carrera en otra empresa o en otras prácticas (por ejemplo, un negocio propio). Por último, aquella persona que ve su actividad laboral como una vocación, siente un fuerte compromiso con su labor. Esta persona persevera en su empleo, aun si se queda con menos paga, y aun si es costoso para su carrera: la labor misma es su mayor recompensa; casi siempre, la persona ve su actividad como un aporte al mayor bien de los demás, como una contribución a algo que es más grande que él/ella mismo(a), y por ello ve en lo que hace un significado trascendente. Estas tres perspectivas no son excluyentes, ni dependen enteramente sólo de la persona; son más bien el resultado de la interacción entre la persona y su

labor. Por ejemplo, un médico puede ser totalmente mercantilista, y para él la medicina será un trabajo; un albañil puede sentir, por el contrario, que su labor es construir el abrigo y albergue de las personas, y puede llegar a sentir que la albañilería es su vocación. Esto también vale para los empresarios: a menudo, los emprendedores más exitosos son aquellos que ven a su empresa como un modo de mejorar el medio que los rodea, en vez de sólo una maquinaria para generar ingresos y flujo de efectivo (Collins, 2001).

2.1.5. *Instituciones Positivas: Organizaciones*

De acuerdo con Peterson (Peterson, 2006), existen hasta cinco niveles que pueden usarse para clasificar a los colectivos humanos:

1. **Agrupaciones:** son un conjunto de personas que se ubican en un mismo espacio físico. Por ejemplo: los asistentes a un concierto. El punto clave es que la mera presencia de otros hace que la conducta de estas personas individualmente se altere (por ejemplo, son conocidos los efectos de facilitación emocional cuando se encuentra alguien se encuentra en medio de una multitud).
2. **Colectividades:** un conjunto de personas que pueden ser agrupadas usando una clasificación que tiene sentido. A diferencia de las agrupaciones, una colectividad no tiene por qué estar en el mismo lugar físico; de hecho, ni siquiera es necesario que se conozcan entre sí. Por ejemplo, los diabéticos limeños; los hinchas de Universitario; los cinéfilos. Como es lógico, toda

agrupación es una colectividad, pero no toda colectividad es una agrupación.

3. Grupos: Conjunto de personas que interactúan y se influyen entre sí. El ejemplo clásico aquí es la familia. Otros son los equipos de trabajo, los estudiantes de una misma clase o los amigos que asisten a un concierto.
4. Organizaciones: Se trata de grupos con una estructura, normas, una cultura, y cuya existencia no depende exclusivamente de sus miembros.

Por ejemplo, la Universidad Católica del Perú es una organización, porque además de contar con reglamentos y políticas internas; tener una cultura propia --compárese al estudiante de la Católica con el de la Universidad de Lima o con el de la UNMSM--, y una estructura interna, no depende de sus miembros (profesores, alumnos, empleados, etc.) para sobrevivir, pues éstos rotan continuamente.

5. Instituciones: El conjunto de organizaciones similares entre sí, y que colectivamente tienen una influencia usualmente poderosa sobre la sociedad, incluso sobre varias sociedades. Ejemplos: las Instituciones Religiosas, la Empresa Privada, las Instituciones Educativas.

En general, las organizaciones e instituciones son entidades complejas que sirven a diversos propósitos y fines (Hodge, Anthony, & Gales, 2003). Tal característica, junto al hecho de que no se componen de una sola sino de muchas personas o miembros, hace que sea casi imposible definir radicalmente a una empresa como totalmente “positiva” o “negativa” (Peterson, 2006).

Por lo demás, quedaría abierta la discusión respecto a qué hace que una institución sea “positiva”. El enfoque más simple sería evaluar hasta qué punto las

fortalezas o rasgos positivos propios de un individuo podrían aplicarse al accionar de la institución del caso. Pero este enfoque adolece de una falla conceptual básica: las fortalezas o rasgos positivos son, por definición, un atributo individual, por lo que, estrictamente hablando, no podríamos aplicarlos al nivel organizacional sino en sentido metafórico. En efecto: ¿Hasta qué punto puede decirse que una empresa tiene “amor por el aprendizaje”, “esperanza”, o “amabilidad”?

Alguien podría responder: una empresa ostenta amor al aprendizaje cuando implementa un sistema de gestión del conocimiento que potencia su capacidad para procesar las habilidades de sus miembros y a la vez generar conocimiento nuevo; o muestra esperanza cuando fija objetivos y planea estrategias para llegar a ellos, motivando de paso a sus miembros; o bien, es amable en el grado en que su cultura organizacional recompensa y promueve el buen trato entre sus miembros y con los clientes. El punto problemático es que una organización tiene varios niveles de acción, y está compuesta por miembros, cuya conducta individual puede variar grandemente por muy diversas razones. Si la empleada de un banco atiende descortésmente a un cliente, ¿es la organización la que ha fallado, o la empleada en particular? Aparentemente, la empresa sólo fallaría si la descortesía es producto más o menos directo de sus políticas y valores corporativos, pero ¿qué hay de las instituciones donde existen normas y principios que sólo se viven “en el papel” pero nunca en la realidad?

Además, existe el aspecto del nivel de acción. Existen organizaciones que tienen una especie de “doble estándar”: por ejemplo, pueden promover la amabilidad y la calidez en relación a sus clientes, pero a la vez ser espartanos y

rigurosos con sus propios miembros –Walmart, por ejemplo (Bergdahl, 2004)—.

¿Una empresa de este tipo sería “positiva” o “negativa”?

Otras instituciones tienen el mismo “doble estándar” en un aspecto distinto: pueden ser competidoras feroces, pero a la vez ejecutar loables prácticas de Responsabilidad Social Corporativa; o bien comercializar productos potencialmente dañinos para sus clientes (como las bebidas alcohólicas, el tabaco, los alimentos con elevado nivel de azúcares, o en cuya fabricación industrial entran en juego grasas parcialmente hidrogenadas), al mismo tiempo que practican excelentes políticas de promoción de sus empleados.

Otro punto importante es el concepto de carácter, el cual está en la base de la definición de virtudes y fortalezas positivas (Peterson & Seligman, 2004): el carácter vendría a ser la configuración de virtudes de una persona, concebidos como un rasgo estable, el cual permite al individuo ser una persona moralmente “buena”. En general, el carácter es un concepto que había sido “abandonado” por la Psicología del siglo XX, y que es retomado por los psicólogos positivos (Seligman M. E., 2002). En todo el siglo pasado, los psicólogos habían asumido que el medio ambiente externo era una explicación suficientemente válida para muchas de las características que promueven la felicidad en el ser humano (Peterson & Seligman, 2004). Dentro de este orden ideas, las instituciones sólo podrían ser parte del contexto del individuo, y ese sería su papel.

Por lo tanto, parece claro que las instituciones no son en sí “positivas” (o “negativas”); más bien *promueven* las fortalezas positivas entre los individuos (o las contrarrestan).

De aquí en más, por lo tanto, se deberá entender que, al hablar de instituciones “positivas”, nos referimos a instituciones promotoras de las virtudes positivas, tanto entre sus miembros como en el entorno en el que se desenvuelven.

Según Peterson (2006) las instituciones positivas deben practicar políticas institucionales sostenidas que promuevan la realización de sus miembros. Según nuestro punto de vista, sin embargo, queda un importante ámbito de acción que este autor no incluye en su definición: la promoción de la realización de otros, *fuera* de la institución. En el caso de las empresas, por ejemplo, es claro que el ámbito de acción externo es, además de sus clientes y proveedores, la comunidad en la que se desempeña. Al tener en mente este último nivel, la empresa desarrolla lo que se ha venido en llamar acciones de Responsabilidad Social Empresarial (Schwalb & Malca, 2004). En el caso de las instituciones religiosas, es claro que, sobre todo últimamente, muchas de ellas han pasado de promover el florecimiento de sus miembros en exclusiva a tener una proyección positiva sobre las sociedades en que se desenvuelven. Y si hablamos de la institución familiar, es obvio que sólo una familia disfuncional promovería la realización de sus miembros en exclusiva, en independencia (o incluso en contra) del desarrollo de terceros.

Por supuesto, la primera prioridad a nivel institucional debería ser la promoción del desarrollo pleno de sus miembros. Cuando alguien dice (Peterson, 2006) que estudia en un buen colegio, que trabaja en una buena empresa, etc. lo ideal es que los atributos del colegio, empresa, o la institución de que se trate impliquen el florecimiento de sus miembros, muy aparte de otros objetivos críticos de la institución, como el aprendizaje académico, el margen de utilidad, u otros indicadores.

Las instituciones positivas, por lo tanto, presentan los siguientes atributos (Peterson, 2006; ver también (Bok, 1995):

1. Propósito: Las instituciones positivas poseen una visión compartida, que incluye a las metas morales de la organización (independientemente de las metas críticas).
2. Seguridad: Los miembros de una institución positiva deberán sentir que su institución los protege de cualesquiera amenazas que los hayan motivado a ser parte de ella en primer lugar. Estas amenazas pueden abarcar desde la insatisfacción de necesidades básicas (caso de la familia) hasta la realización personal (gremio profesional), pasando por el bienestar espiritual (Iglesia).
3. Equidad y Justicia: la institución debe ser percibida como justa, con una estructura de recompensas y sanciones aplicadas de forma consistente.
4. Humanidad: La preocupación por los miembros, la práctica de acciones que tomen en cuenta las necesidades individuales de éstos, y el trato solidario deberán ser una práctica real y concreta de la institución.
5. Dignidad: Respeto por cada individuo miembro de la institución, en cuanto ser humano.

Otra característica potencialmente importante, aunque aún en investigación, es el llamado *alineamiento institucional* (Gardner, Csikszentmihalyi, & Damon, 2001). Esta noción indica si una institución (empresas, gremios profesionales, etc.) tiene valores que realmente se practican en el trabajo diario, permitiendo a quienes trabajan dentro de ella un verdadero alineamiento de ética y excelencia laboral y profesional. Cuando en una empresa

dice profesar determinados valores y realmente los practica en la acción práctica de la labor diaria, puede decirse que se encuentra “alineada”. Si una organización se queda en el terreno de la mera declaración, sin pasar de la enunciación de valores a la acción, se encuentra “desalineada”. Cuando una organización se encuentra alineada, el trabajador “se siente libre para actuar al máximo de su potencial, la moral es elevada” (Gardner, Csikszentmihalyi, & Damon, 2001, pág. 27).

Un aspecto que estos autores no mencionan de manera directa, pero que puede deducirse por implicación, es que necesariamente la organización debe poseer algún mecanismo de autoselección y/o selección, que promueva la inclusión de trabajadores con valores congruentes con la organización y la salida de aquellos con valores incongruentes. Si por cualquier razón el trabajador que profesa valores incongruentes se siente motivado a quedarse en la organización, el desalineamiento puede empezar a generalizarse. Esto se da, por ejemplo, por razones de empleabilidad reducida (el individuo no percibe alternativas laborales adecuadas en el mercado) o por dependencia de la organización (la falsa impresión de que ciertos empleados son imprescindibles para la empresa)

Otra línea de investigación relacionada a las instituciones desde una óptica de Psicología Positiva son los llamados Estudios Organizacionales Positivos (Positive Organizational Scholarship; (Cameron & Caza, 2004)). Podemos hallar una definición de su alcance en el párrafo siguiente:

Los Estudios Organizacionales Positivos (POS por sus siglas en inglés) es un nuevo movimiento en la ciencia organizacional que se enfoca en las

dinámicas que conducen al desempeño excepcional del individuo y la organización, tales como el desarrollo de fortalezas, la generación de resiliencia y restauración, y la promoción de la vitalidad. Los POS investigan la desviación positiva, es decir las maneras en las que las organizaciones y sus miembros florecen y prosperan en formas favorables.

(Cameron & Caza, Contributions to the discipline of Positive Organizational Scholarship, 2004, pág. 1)

Esta nueva rama de estudios se adscribe a la Psicología Positiva por su énfasis en los aspectos funcionales de la organización. Es además importante indicar que se interesa no sólo por los procesos estrictamente organizacionales, sino por los procesos individuales e interpersonales en la medida en que tienen lugar en un contexto organizacional. Todo esto dentro de una explícita adhesión a la tradición, rigor y metodología científicos.

Sin embargo, este campo ha tenido importantes dificultades para empezar a rendir frutos, es decir, avances sistemáticos de conocimiento en la materia que se ha propuesto a sí misma como objeto de estudio. La principal es la falta de una teoría de base que fundamente y haga más interpretables los hallazgos de esta nueva disciplina, dentro de un contexto más amplio que el de la realidad inmediata en la que fueron investigados (Sandelands & Worline, 2006). Muchos de los conceptos que han percolado desde la Psicología Positiva al campo organizacional (flujo, fortalezas, resiliencia, entre otros) aún esperan medidas objetivas operacionalizadas y estándares, e incluso definiciones claras y mayoritariamente acordadas (Fineman, 2006). Asimismo, aunque su relación con

las teorías “clásicas” de comportamiento organizacional no es ni mucho menos confrontacional, su énfasis en los fenómenos que suponen lo “excepcionalmente positivo” (Cameron, Dutton, & Quinn, 2003) podría terminar aislándolas en cierto grado de la “corriente principal” de los estudios académicos organizacionales.

Existe otro afrente que ha logrado grandes éxitos en el ámbito aplicativo, en especial en el mundo de las empresas corporativas norteamericanas: se trata de la Indagación Apreciativa (*Appreciative Inquiry*) (Cooperrider & Sekerka, 2003), la cual usualmente se orienta hacia el cambio dentro de las organizaciones (por esta razón usualmente se la considera una herramienta de Desarrollo Organizacional).

Reseñar siquiera los aspectos más básicos de la Indagación Apreciativa es una tarea que claramente rebasa el ámbito de la presente investigación. Baste decir que se trata de una técnica para promover el cambio positivo y sostenido en las empresas y organizaciones, partiendo no de la clásica búsqueda de problemas para luego definir soluciones, sino de la indagación de las fortalezas y la detección de las condiciones o contextos en los que estas se han venido manifestando en el pasado, con la finalidad de generarlos conscientemente en el futuro (Orem, Binkert, & Clancy, 2007). Aunque la Indagación Apreciativa se desarrolló más de diez años antes que la Psicología Positiva propiamente dicha (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000), por lo general se la considera como parte actual de esta corriente.

2.1.6. Instituciones Positivas: El Trabajo

De los muchos estudios acerca de los aspectos psicológicos del trabajo, el emprendido por England y Whitely de 1990 (citado en (Peterson, 2006) es tal vez uno de los más útiles para el estudio de éste como institución promotora de virtudes positivas.

Estos investigadores condujeron un estudio transcultural en el que trabajadores de seis países distintos fueron evaluados respecto a los siguientes factores:

1. Cuán central era el trabajo en su vida personal;
2. Las metas y valores preferidos por el trabajador. Estas metas y valores podían variar desde aquellos de índole económica (buen pago y seguridad en el puesto) a los de índole expresiva (oportunidad de establecer relaciones armoniosas con los compañeros de trabajo, autonomía); y
3. Si el trabajo era visto por el trabajador como un derecho social o como una obligación social.

Sus resultados indicaron que era posible establecer una tipología o clasificación de los trabajadores en función a lo que el trabajo significa para cada uno de ellos:

1. El Trabajador Alienado: El trabajo no es central en la vida de esta persona; sus móviles no son ni económicos ni expresivos; y su puesto no es visto como una obligación social. En el estudio, las personas en este grupo eran por lo general mujeres jóvenes haciendo trabajos de bajo salario, y su nivel de satisfacción laboral era, como sería de esperar, bajo.

2. El Trabajador Económico: El trabajo es una fuente de dinero. Por lo tanto, este tipo de trabajador valora el buen salario y estar seguro en su puesto. Las personas en este grupo tienden a ser varones, con el nivel educativo más bajo de todos los grupos, un salario igualmente bajo y un puesto de baja responsabilidad.
3. El Trabajador Orientado Al Deber: El trabajo es central en la vida de este tipo de trabajador. Sus móviles son expresivos, y considera el trabajo una obligación social. En este grupo la mayoría eran mujeres de mayor edad, a menudo en cargos gerenciales o laborando en ventas, que ocupan puestos de gran responsabilidad y variabilidad, y usualmente tienen ingresos altos. Como es previsible, su satisfacción laboral era alta.
4. El Trabajador Balanceado: El trabajo es altamente central en la vida del trabajador, y los móviles de la persona son tanto económicos como expresivos. Estas personas son comúnmente varones, con el nivel educativo más alto de todos los grupos, con puestos típicamente autónomos en las más diversas áreas. Son los que trabajan más horas y quienes ganan los salarios más altos, e igualmente reportan un nivel muy alto de satisfacción laboral.

La relevancia del trabajo en la vida de las personas no viene determinada por un solo factor, sino por una combinación compleja de circunstancias (Kelly & Kelly 1994; Lundberg & Peterson, 1994, citados en (Peterson, 2006).

El trato hacia los empleados es también una variable determinante. Peters & Waterman (1982; citado en Peterson, 2006) recomiendan el estilo general basado en autoridad (aquel en el que se involucra al empleado en la toma de

decisiones, se negocia metas y objetivos, y se explica las razones detrás de las órdenes y directivas) para lograr empleados independientes y con un buen carácter (virtudes).

2.1.7. *Psicología Positiva en el Perú*

A la fecha de redacción del presente estudio, sólo nos fue posible encontrar una investigación aplicada a muestras nacionales que puede ser considerada dentro de la perspectiva de la Psicología Positiva. Se trata del llamado “Estudio latinoamericano sobre Felicidad Emocional, Bienestar y Felicidad” (Coca Cola Company, 2008).

Los criterios que nos planteamos para considerar una investigación, libro o artículo nacional como parte de un enfoque de Psicología Positiva fueron (a) la muestra debía ser peruana o, de tratarse de un estudio multinacional/multicultural, al menos una parte significativa de la muestra debía estar compuesta por sujetos peruanos; y (b) la variable de estudio debía ser alguna de las incluidas regularmente en las descripciones y Manuales de Psicología Positiva (como por ejemplo, el de Snyder & Lopez, 2002), o en su defecto ser explícitamente deducida de (y en acuerdo con) un enfoque de Psicología Positiva.

En el caso del estudio mencionado, se utilizó un diseño de dos etapas: una cualitativa, y otra cuantitativa. En el segundo caso se incluyó una muestra de 2140 peruanos, además de nacionales de la gran mayoría de naciones latinoamericanas. Aunque los investigadores no se restringen exclusivamente al enfoque de Psicología Positiva (se incluye enfoques adicionales, como los del Psicoanálisis,

la Filosofía, y la Comunicación al momento de generar y analizar conclusiones a partir de los datos reunidos), el planteamiento es compatible con el marco teórico de la presente investigación y, por lo tanto, reseñaremos algunos de los hallazgos más relacionados a nuestros objetivos.

En primer lugar, el porcentaje de peruanos que se declara feliz o muy feliz es mayoritario (63%); sin embargo, aun así es significativamente inferior al promedio latinoamericano (73%).

Aunque en general la muestra peruana sigue las tendencias del conjunto latinoamericano, una de las diferencias notables es la importancia que los peruanos atribuyen al trabajo. Los elementos que los peruanos más asocian a la salud emocional son la felicidad (59%), el bienestar (56%), y en tercer lugar el trabajo y la salud física (ambos con 45%). Asimismo, la valoración que los peruanos le dan al trabajo en relación a la felicidad es marcadamente superior al promedio latinoamericano (56% versus 45%). Por último, los peruanos le dan algo menos de importancia al equilibrio trabajo/vida personal, comparados con el resto de latinoamericanos.

En el Perú, según este estudio, las personas relacionan mucho la felicidad con la satisfacción con sus vínculos íntimos, en especial la familia y los amigos más cercanos. Sin embargo, a diferencia de otros países de la región, los peruanos parecen haber incorporado hasta cierto punto lo laboral dentro de los factores íntimos: “la esfera de lo íntimo, lo personal y familiar, [...] incorpora el mundo del trabajo y reconocimiento laboral, pero se distancia de los proyectos personales

y del resto del mundo externo, y adquiere gran relevancia.” (Coca Cola Company, 2008, pág. 26)

Pese a la ausencia de otros estudios nacionales formalmente adscritos a la Psicología Positiva, existe una serie de investigaciones y trabajos valiosos cuyos objetos de estudio, en principio, son los mismos que los de la Psicología Positiva, aun cuando su modelo teórico sea distinto. Por ejemplo, (Yamamoto & Feijoo, 2007) estudian la variable bienestar en comunidades rurales y urbano marginales, y proponen un modelo émico y post hoc de la felicidad. Por otro lado, existen esfuerzos por relacionar el bienestar de las clases económica y socialmente menos favorecidas en el Perú y el impacto que las políticas gubernamentales y estatales tienen sobre la satisfacción de sus necesidades (Roca Rey, 2003).

Un aporte muy importante al análisis de la variable bienestar en el caso peruano lo realiza Schuldt (2005), al estudiar el fenómeno de la discordancia entre el llamado “bienestar macroeconómico” y el imperante “malestar microeconómico” que caracteriza a los peruanos, recurriendo a una serie de modelos teóricos (incluyendo, pero no limitándose a, la Psicología Positiva) y los estudios anuales que el grupo Apoyo realiza en torno a la satisfacción de los limeños respecto de su situación económica. El trabajo de Schuldt es ante todo un meta análisis, es decir, un estudio que compila y analiza los resultados de otros estudios e investigaciones previas. Ese afán de sistematización es tal vez su principal contribución a los estudios sobre el bienestar, mientras que su principal limitante es el hecho de apoyarse en datos indizados (es decir, convertidos a índices, a fin de poder realizar comparaciones entre las investigaciones que cita) y en investigaciones que en realidad se centran en el impacto económico del

bienestar, antes que en sus facetas subjetivas, organizacionales o psicológicas (por ejemplo, usa los datos de las encuestas anuales de Apoyo acerca de la opinión sobre la situación económica personal, variable que no necesariamente es sinónimo del bienestar subjetivo general).

En cuanto a los estudios internacionales, los resultados de la World Database of Happiness (Veenhoven, 2006) sitúan al Perú en el lugar 53 dentro de una lista de 95 naciones, para el año 2005, el último del cual se cuenta con datos públicamente disponibles. Un análisis al nivel de ítems indica que la tendencia es en realidad declinante para la década 1995-2005. (Veenhoven, World Database of Happiness)

2.2. La Esperanza como Variable de Psicología Positiva

2.2.1. *Evolución del Concepto de Esperanza*

El concepto “usual” de esperanza, en cuanto “estado de ánimo en el cual se nos presenta como posible lo que deseamos” (Real Academia Española, 2002) ha formado parte de la mentalidad occidental desde los tiempos grecorromanos, y como tal ha formado parte de la estructura de virtudes dentro de la ética cristiana como una de las tres virtudes teologales de la cristiandad.

Ya desde las décadas de 1950 y 1960 existieron estudios que se ocuparon (en forma total o parcial) de definir científicamente la esperanza y analizar sus efectos en la salud mental de las personas –en especial, (Menninger, 1959), entre otros--. Los resultados iniciales apuntaban a una relación entre esperanza y bienestar emocional, entendiendo ya que la esperanza se origina en cierto tipo de

estilo cognitivo, mientras que ya Lazarus (1980) señalaba la esperanza como una positiva influencia en la motivación hacia el cambio terapéutico y en general hacia todo tipo de acción constructiva. Complementariamente, se ha venido comprobando que la falta de esperanza aumenta el riesgo de desarrollar diversos padecimientos mentales, incluyendo depresión, suicidio, y conductas antisociales, hasta extenderse inclusive a la salud física, la cual se ve poderosamente impactada, usualmente por medio del estrés como fenómeno intermedio (Peterson, 2006).

Es por esta época que empieza a contemplarse la esperanza como uno de los mecanismos mediante los cuales las personas manejan sus expectativas acerca del futuro. Este enfoque es más cognitivo, y tiende a pensar en las expectativas como creencias en relación a si los resultados deseados serán obtenidos en el futuro (McGee, 1984), citado en (Magaletta & Oliver, 1999).

Las expectativas, vistas de ese modo, son un concepto fundamental en tres tipos de teorías importantes: la definición de metas o goalsetting (Lee, Locke, & Latham, 1989), citado en (Magaletta & Oliver, 1999); el aprendizaje social de Albert Bandura (Bandura, 1982); y las diversas teorías de la motivación (Nuttin, 1982).

La teoría del aprendizaje social, en especial, merece cierto análisis para entender cómo toda una tradición psicológica entiende el concepto de esperanza. Según el marco conceptual de Bandura (Eccles & Wigfield, 2002), se puede (y debe) distinguir entre la *autoeficacia* (es decir, la creencia que una persona tiene acerca de su posibilidad de emitir o no cierta conducta) y el *resultado esperado* (la

probabilidad de que la consecuencia de la conducta sea la deseada). Según este autor, es la autoeficacia, más que los resultados esperados, el mejor predictor de la conducta que una persona realmente va a ejecutar (piensen en el muchacho que va a proponerle una cita a una joven que apenas conoce; que lo haga o no probablemente dependa más de si siente con la presencia de ánimo para hacerlo, que de su certeza sobre si la joven lo aceptará o no).

Muy probablemente como consecuencia de este orden de ideas, se desarrolló el concepto de optimismo (Scheier & Carver, 1985), citado en (Peterson, 2006). (Más precisamente: trataron de especificar un fenómeno psicológico más o menos identificable con la idea común de “optimismo”.) Para ellos, el optimismo es la creencia generalizada según la cual la persona piensa que, en general, los eventos que ocurran en su vida tenderán a ser positivos y favorables antes que negativos y perjudiciales. Originalmente, este modelo de “optimismo” no distinguía entre eventos que resultaban siendo positivos por acción de la misma persona (como por ejemplo, tener dinero suficiente debido a años de duro trabajo) de eventos positivos a resultas de factores no controlables (tener dinero suficiente por haberse ganado la lotería). Para estos investigadores, es el optimismo el mejor predictor de la conducta orientada hacia metas (Scheier & Carver, 1992), citado en (Aspinwall & Leaf, 2002). No faltan quienes (por ejemplo, Magaletta & Oliver, 1999) han apuntado que si el optimismo es una creencia que no distingue entre eventos controlados y no controlados por la persona, bien podría ser contradictorio pensar que tal variable influye sobre la conducta de los individuos.

Un abordaje alternativo al fenómeno del optimismo consiste en verlo como un estilo explicativo, es decir, el modo en que las personas tienden a explicar los eventos negativos que ocurren en su vida (Seligman M. E., 1991). Las personas “optimistas” serán aquellas que piensan que los eventos negativos tienen causas específicas, externas y/o temporales (“estoy atorado en el tráfico porque hoy salí tarde”), mientras que las personas “pesimistas” serán aquellas que explican los eventos negativos mediante explicaciones generales, internas y/o permanentes (“estoy atorado en el tráfico porque nunca puedo calcular bien mis tiempos”) (Peterson, 2006).

Ya desde una óptica más específica, aunque muy relacionada, Snyder propuso el concepto de esperanza y con sus investigaciones lo introdujo en la literatura psicológica. Snyder y sus colegas (Snyder, Lopez, Shorey, Rand, & Feldman, 2003) plantean el concepto de esperanza como un tipo de expectativa constituido por dos componentes: el primero es la agencia, definida por la determinación de una persona en su creencia de que él/ella puede alcanzar su meta; el segundo es la estrategia: la creencia de la persona que piensa que es capaz de generar modos o “camino” que pueden conducirle a sus metas con éxito (Lopez, Snyder, Magyar-Moe, Edwards, & Teramoto Pedrotti, 2004). Es importante entender que agencia y estrategia son componentes relacionados, pero no equivalentes ni idénticos.

2.2.2. *La Teoría de la Esperanza de Snyder*

Desde décadas previas se había investigado la esperanza como percepción de que nuestras metas como individuos pueden ser alcanzadas (por ejemplo, en (Cantril, 1964); (Frank, 1975), citados en (Snyder, 2002). Definida de este modo, era difícil distinguir esperanza de optimismo (Peterson, 2006). Snyder y sus colegas (Snyder, Rand, & Sigmon, 2002) presentían que había ciertas características que diferenciaban a la esperanza, y apelaron al procedimiento de investigar mediante entrevistas a una serie de muestras de participantes acerca de lo que hacían, sentían y pensaban cuando trataban de lograr alguna meta u objetivo.

Las personas típicamente señalaron dos elementos recurrentes: los modos o estrategias con que se proponían alcanzar sus objetivos, y la agencia, o creencia motivadora de que eran capaces de ejecutar tales modos o estrategias.

Pasamos entonces a detallar los tres elementos básicos de la teoría de la Esperanza: los objetivos, las estrategias, y la agencia.

En cuanto al primer componente (es decir, los objetivos), la Teoría de la Esperanza se restringe a todas aquellas conductas cuya finalidad es lograr metas. Los objetivos son el componente cognitivo de la esperanza, pues la representación mental de la meta a conseguir es el punto de partida en base al cual las personas idean secuencias de acciones (Snyder, 1994), citado en (Snyder, 2002).

Usualmente se considera que, sean de largo o corto plazo, los objetivos deberán tener además relevancia suficiente como para que el sujeto sienta la necesidad de generar planes y estrategias, así como de seguirlos

consistentemente. Además, típicamente los objetivos deben tener un grado intermedio de dificultad, es decir, no deben ser tan fáciles de alcanzar que se vuelvan triviales, ni tan difíciles que sean utópicos. En esos dos extremos, las probabilidades de que las personas planeen y deban desplegar voluntad y motivación se vuelven mínimas (Averill, Catlin, & Chon, 1990), citados en Snyder, 2002). Sin embargo, el mismo Snyder luego cambió su punto de vista para afirmar que debería incluirse objetivos de muy alta y muy baja probabilidad (Lopez, Snyder, Magyar-Moe, Edwards, & Teramoto Pedrotti, 2004).

Los objetivos pueden ser positivos o negativos. Serán positivos cuando impliquen acceder a, mantener, o incrementar algún atributo, estado u objeto que la persona anhela (por ejemplo, adquirir una casa, mantener el puesto de Gerente que la persona ostenta, o incrementar los ingresos económicos). Serán negativos cuando impliquen impedir que algún atributo, estado u objeto se llegue a producir o en todo caso posponerlo hasta donde sea posible (por ejemplo, impedir que la persona se encuentre sin empleo remunerado, o posponer la enfermedad y/o la muerte hasta donde sea posible) (Snyder, Rand, & Sigmon, 2002).

Asimismo, como ya se mencionó, los objetivos pueden ser de corto plazo (“quiero salir temprano del trabajo para no quedarme estancado en el tráfico”); o de largo plazo (“quiero convertirme en un experto reconocido en el mantenimiento de aeronaves”).

Lazarus (1999) (citado en Snyder, 2002), por otro lado, opinó que los objetivos que generan esperanza deben partir de carencias actuales de la persona, por lo cual todos serían objetivos reparativos. Por ejemplo, “quiero volver a estar

en buen estado físico” es un objetivo que parte de la percepción de la persona de estar en condiciones físicas por debajo de lo deseable para él/ella. Sin embargo, como ya anotaba Snyder (Snyder, 2002), existen objetivos que implican mantener lo que ya existe y otros que apuntan a la mejora de la condición actual del individuo.

En cuanto al segundo componente, es decir, los modos o estrategias, específicamente lo que le interesa a la teoría de la esperanza es el grado en el cual cada persona se siente capaz de generar rutas factibles hacia sus objetivos (Snyder, Lapointe, Crowson, & Early, 1998). De hecho, puede decirse que las personas altamente esperanzadas son precisamente aquellas capaces de generar rutas efectivas hacia sus objetivos, en especial cuando encuentran obstáculos a sus intentos iniciales, mientras que en las personas con bajo nivel de esperanza estos modos o estrategias son ambiguos e inarticulados, y a menudo difíciles de reemplazar por estrategias alternativas (Snyder, 2002).

Por otro lado, este tipo de pensamiento orientado a estrategias suele refinarse y volverse más preciso y ajustado conforme la persona se aproxima a obtener su meta, siendo esto más saltante en las personas con alto nivel de esperanza.

En cuanto al tercer componente, es decir, la agencia, es la creencia de una persona que siente que su conducta puede llevarla a algún efecto o consecuencia deseada, y a menudo es manifestada mediante pensamientos y verbalizaciones internas, como por ejemplo “¡Nada va detenerme!”, o “¡Sé que puedo hacer esto!” (Snyder, 1994).

La agencia es el componente motivador en el pensamiento esperanzado, del mismo modo en que los objetivos son el componente cognitivo, y es importante en toda actividad destinada a lograr objetivos, tanto si se trata de empezar como de mantener la actividad del caso (Snyder et al., 2002).

2.2.3. *Concepto de Esperanza*

Una vez esclarecidos los conceptos de estrategia y agencia, es posible definir el concepto (o “constructo”, en términos psicológicos) de esperanza como:

En términos sencillos, el pensamiento esperanzado refleja la creencia de que uno puede hallar maneras de obtener las metas deseadas y motivarse a usar esas maneras. También proponemos que la esperanza, así definida, sirve para impulsar las emociones y el bienestar de las personas.

(Snyder, Rand, & Sigmon, 2002, pág. 257)

De esta definición se desprende la idea de un “círculo virtuoso” entre las estrategias y la agencia: éstas incrementarían la agencia, y ésta a su vez incrementaría las estrategias (Snyder, 2002). Usando un ejemplo: si deseo comprarme un auto (objetivo), y soy capaz de planificar una serie de ahorros que me permitirán lograrlo (estrategia), mi percepción de que reducir mis gastos me llevará a mi auto nuevo (agencia) reforzará mi voluntad cada vez que encuentro “tentaciones” de comprar otras cosas. Al ver que efectivamente tengo ahorros en el banco a fin de mes, empiezo a ver otras oportunidades de ahorro que antes no

había detectado (estrategia), lo cual a su vez me lleva a fortalecer mi resolución de no incurrir en otros gastos superfluos (agencia), etc.

Esto nos lleva a considerar otro aspecto importante de la Teoría de la Esperanza de Snyder: las estrategias y la agencia son considerados estilos de pensamiento que impactan en las emociones de las personas. Si el individuo logra su objetivo, se generan emociones positivas; y por lo mismo, las estrategias infructuosas producen emociones negativas. Esta es una consideración importante cuando se trata de establecer la relación entre bienestar subjetivo y esperanza: usualmente, se considera que el fracaso en la obtención de metas hace que el bienestar subjetivo de las personas disminuya, y no a la inversa (Brunstein, 1993).

Adicionalmente, es importante notar que pueden definirse una serie de perfiles en función de los niveles de estrategia y agencia, respectivamente (ver Figura 3). La descripción general de cada uno de los patrones así definidos parte del análisis de Snyder (2002), aunque la idea de los “cuatro tipos” es resultado de elaboración propia.

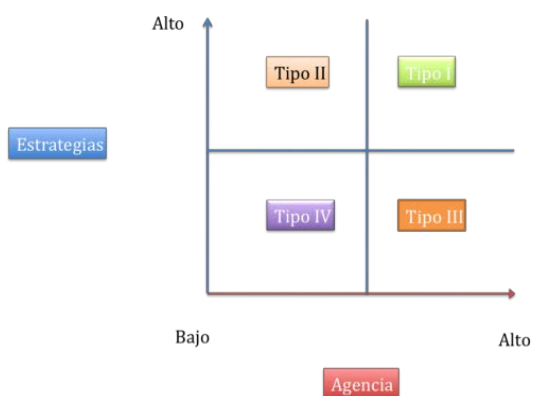


Figura 3. Grid de la Esperanza: Tipos de Perfiles de Esperanza

Nota: Elaboración propia a partir de la teoría de esperanza de Snyder. Grid definido en base a los niveles del factor Estrategia y el factor Agencia

Cuando la persona exhibe un nivel alto en el factor estrategias y un nivel igualmente alto en el factor agencia, estaríamos hablando de un perfil “Tipo I”. Este grupo de personas serían aquellas con un alto nivel de esperanza en general, caracterizadas por un pensamiento estratégico flexible y un nivel de motivación (agencia) persistente ante eventuales obstáculos. Debido a la naturaleza mutuamente reforzante de las estrategias y la agencia, así como la relación entre emociones positivas y esperanza, es probable que personas de este tipo tengan un nivel de bienestar relativamente alto.

Cuando la persona exhibe un nivel alto en el factor estrategias y un nivel bajo en el factor agencia, estaríamos hablando de un perfil “Tipo II”, es decir, una persona con muchos planes y proyectos que sin embargo no llega a plasmar por falta de un esfuerzo motivacional sostenido.

Cuando la persona exhibe un nivel bajo en el factor estrategias y un nivel alto en el factor agencia, estaríamos hablando de un perfil “Tipo III”, es decir, un individuo con alta motivación que sin embargo ve frustrados sus intentos por falta de los pensamientos adecuados acerca de los mejores modos y estrategias para alcanzar las metas anheladas.

Cuando la persona exhibe un nivel bajo en el factor estrategias y un nivel igualmente bajo en el factor agencia, estaríamos hablando de un perfil “Tipo IV”, es decir una persona con bajo nivel de esperanza en general, caracterizada por un pensamiento estratégico lento y rígido, y un nivel de motivación débil y poco persistente ante los obstáculos. Esta combinación puede incluso significar que el individuo tiene serias dificultades para imponerse metas y llegar a ellas.

2.2.4. Modelo de Esperanza de Snyder

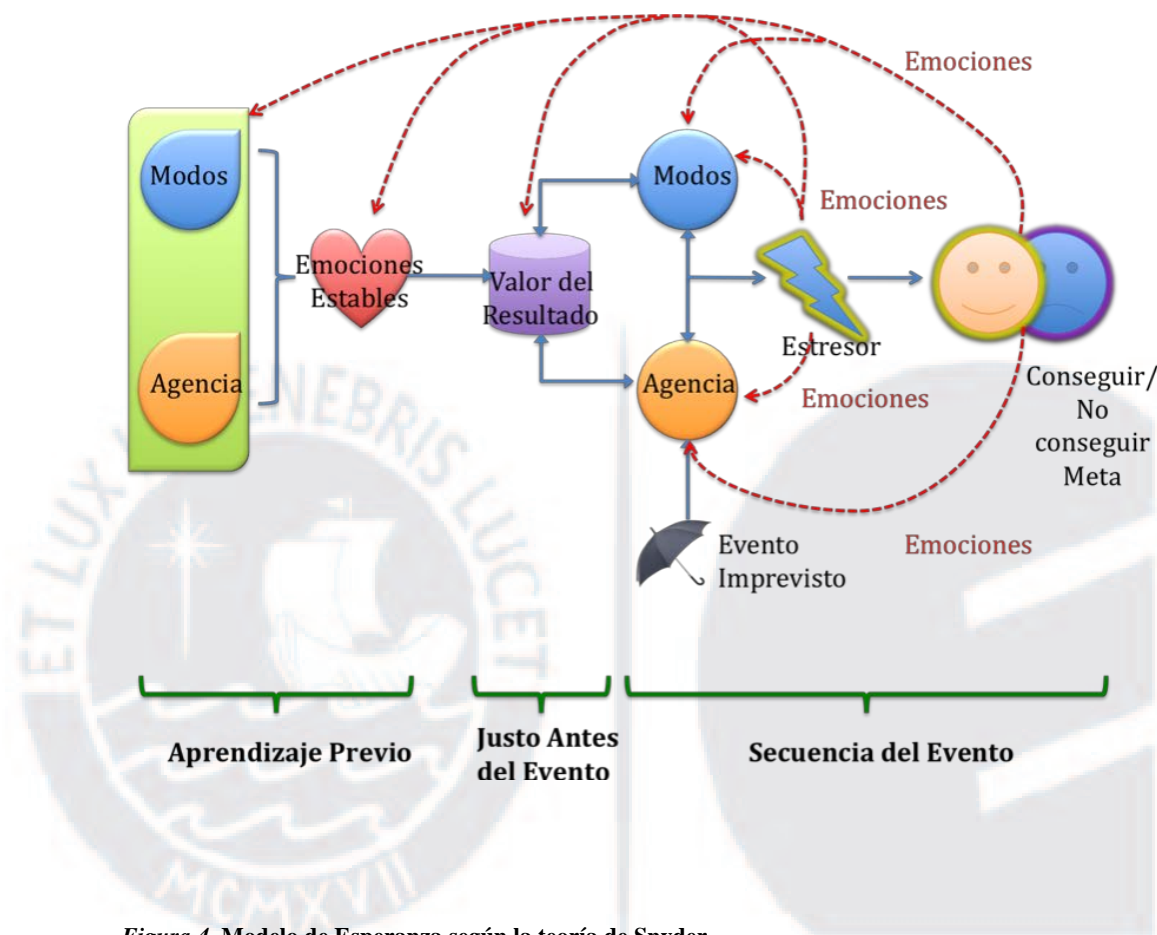


Figura 4. Modelo de Esperanza según la teoría de Snyder.

Nota: Adaptado de Snyder, Hope Theory: Rainbows in the Mind, 2002

El modelo de esperanza de Snyder (Figura 4) nos brinda un “mapa” o ruta que describe las relaciones y efectos de los pensamientos y las emociones involucradas en el proceso de tratar de conseguir un objetivo o meta.

Desde el nacimiento mismo, los seres humanos aprenden a relacionar causas y efectos en su entorno inmediato. Estos rudimentos, con su posterior y creciente refinamiento, formarán la base del pensamiento de estrategias.

Asimismo, eventualmente el infante aprenderá a verse como un individuo distinto a las entidades (personas u objetos) que lo rodean, y en consecuencia como posible ocasionador de acontecimientos. Esto formará la base del pensamiento agéntico (McDermott & Snyder, 2000).

Por lo tanto cada individuo, a resultas de sus actividades orientadas a metas realizadas a lo largo de su vida, tendrá una historia personal de modos/estrategias y agencia más o menos exitosos, y por lo tanto tendrá en consecuencia una tendencia emocional positiva o negativa. Estas son las “emociones estables”.

Una variable de importancia definitoria es el valor atribuido por la persona al resultado de sus acciones. Como ya se mencionó previamente, si el valor del resultado es suficientemente alto, el individuo entrará en la secuencia del pensamiento esperanzado propiamente dicho, donde las estrategias y la agencia entran en mutuo reforzamiento (Snyder et al 2002).

Por otro lado, al encontrarse con obstáculos para acceder a determinado objetivo, la persona tenderá a percibir tal impedimento como un “estresor”. La diferencia entre un individuo con alto nivel de esperanza en comparación con otro de bajo nivel radica en que el primero tenderá a pensar y actuar de tal manera que su nivel de estrés ante el impedimento se verá disminuido en función del paso del tiempo. Esto es lo que Lazarus llama “afrontamiento” (Lazarus R. S., 2000). En efecto, para el individuo con alto nivel de esperanza, los estresores son interpretados como desafíos que suelen provocar la generación de modos o estrategias alternativos a los que originalmente había ensayado la persona

(Snyder, 2002). A medida que la persona supera el estresor (o si no hay estresor), se ingresa al ciclo de mutuo reforzamiento e interacción entre modos y agencia, según se indica en la Figura 4.

El resultado de la acción (sea el éxito en acceder al objetivo o el fracaso al no poder alcanzarlo) retroalimentará emocionalmente a la persona, sea positiva o negativamente, y eventualmente entrará a formar parte del bagaje psicológico del individuo, influyendo en las emociones que se vuelven estables, el valor de futuros eventos, etc. Esta es la base de la esperanza disposicional, es decir, de los niveles y tipo de esperanza que caracterizarán típicamente al individuo.

Existen eventos no previstos, los cuales pueden suscitar emociones tanto positivas como negativas, según la percepción del individuo, en contraste con el ciclo de acciones estratégicas que la persona está ejecutando. Como resultado de estos eventos sorpresivos, el individuo suele ver impactada (positiva o negativamente) su agencia e incorporar ese aumento en la cadena de acciones en la que está involucrado. Por ejemplo, si una persona está tratando de obtener una beca para estudiar en el extranjero, el enterarse de que existe un concurso abierto cuyos requerimientos él/ella cumple a cabalidad (evento imprevisto positivo) aumenta su disposición (agencia) para reunir la documentación necesaria, estudiar horas extra para el concurso, etc. Por el contrario, si la misma persona se entera de que no califica para el concurso y por lo tanto deberá esperar varios meses más para el siguiente concurso (evento imprevisto negativo), su agencia podría verse disminuida y por lo tanto su motivación para mantenerse en el estudio podría verse afectada negativamente.

2.2.5. *Medición de Esperanza*

Snyder y otros colaboradores han desarrollado una serie de instrumentos orientados a medir el constructo de esperanza.

Existe la Escala Disposicional de Esperanza, la cual consiste en una escala de doce ítems, cuatro de ellos orientados a medir el factor estrategias, cuatro orientados a medir el factor agencia, y cuatro ítems distractores. Esta escala se caracteriza por pedir a los participantes que se imaginen no sólo en el momento actual, sino a través del tiempo y en diversas situaciones. En cuanto a sus propiedades psicométricas, esta escala ha demostrado validez interna (entre .74–.88 para toda la escala, entre .70–.84 para la subescala agencia y entre .63–.86 para las subescala estrategia), confiabilidad test-retest (entre .85 para un lapso de 3 semanas a .82 para 10 semanas), y una estructura factorial confirmatoria de los dos aspectos mencionados en la teoría (Snyder, 2002). Asimismo, ha demostrado tener validez concurrente, convergente y discriminativa, y normalmente no se halla diferencia estadísticamente significativa en el puntaje de varones y mujeres (Cheavens, Gum, & Snyder, 2000). La escala puede mostrar dos tipos de opciones de respuesta: 4 puntos u 8 puntos Lickert. La primera opción es usada cuando se desea mayor rapidez y simplicidad al momento de responder, la segunda opción cuando se desea una mayor más diversidad de respuestas (Lopez et al, 2004). Esta escala ha sido usada para evaluar la esperanza en una diversidad de muestras, incluyendo estudiantes de pregrado (Magaletta & Oliver, 1999), graduados con diversos estilos de estudio (Onwuegbuzie & Snyder, 2000), población psiquiátrica, mujeres en tratamiento por cáncer de mama, adultos con lesiones espinales, drogadictos en rehabilitación, mujeres de la tercera edad, y veteranos de

las FFAA norteamericanas con desorden de estrés post-traumático, entre otros (Snyder, 2002).

Existe además la Escala de Estado de Esperanza, en la cual a los individuos se les solicita responder en función de cómo se sienten al momento de responder. Consiste en seis ítems, tres de ellos orientados a medir la agencia, los otros tres a medir las estrategias. Esta escala ha demostrado confiabilidad interna, y estructura factorial acorde con lo previsto en la teoría de Snyder (Feldman & Snyder, 2000). Es interesante anotar que la confiabilidad test-retest tiende a ser más baja conforme los lapsos entre una evaluación y otra aumentan, lo cual calza perfectamente con la intención de la escala, a saber, medir el nivel de esperanza al momento de ser evaluada, a diferencia de la escala disposicional, orientada a medir el nivel estable de la esperanza en la persona (Snyder, 2002).

Por último, existe la Escala Infantil de Esperanza, orientada a niños y adolescentes entre 8 y 16 años de edad (Snyder, Hoza, Pelham, Rapoff, Ware, & Danovsky, 1997). Esta escala se compone de seis ítems, tres de los cuales miden agencia y tres estrategias. Al igual que las escalas previas, ésta ostenta confiabilidad interna, temporal, y estructura factorial acorde a lo previsto en la teoría de Snyder. Asimismo, se ha hallado validez convergente y discriminativa para esta escala (Snyder, 2002).

2.2.6. Algunos Hallazgos en la Investigación sobre Esperanza

La esperanza ha sido relacionada positiva y confiablemente con un buen rendimiento académico, incluso a lo largo de varios años (Cheavens, Gum, &

Snyder, 2000). Estos resultados se sostienen incluso cuando se controla el efecto de la inteligencia y la autoestima de los estudiantes (Snyder, 2002). Asimismo, se ha encontrado que la esperanza también correlaciona positivamente con el rendimiento en competencias deportivas (Curry & Snyder, 2000). Asimismo, se ha detectado que las personas con mayor esperanza suelen acumular mayor información en relación a temas de salud, permitiéndoles una mejor prevención de problemas médicos, mejor salud percibida y sensación de vigor (Irving, Snyder, & Crowson, 1998).

Pasando a la salud psicológica, se ha hallado que los niveles de esperanza se relacionan positivamente con el ajuste emocional de las personas (Kwon, 2002). Los niveles altos de esperanza tienden a relacionarse con emociones y pensamientos positivos, y viceversa (Snyder, Sympson, Ybasco, Borders, Babyak, & Higgins, 1996). Es posible diseñar y promover leyes, normas y políticas que promuevan la esperanza, no sólo a nivel, individual, sino societal. Es probable que cuando se maximiza el número de personas que perciben que sus esfuerzos hacia objetivos positivos se ven recompensados con resultados deseables, se reduzca la cantidad de personas que desembocan en conductas violentas y socialmente dañinas (Snyder & Feldman, 2000).

2.3.Situación Laboral Peruana

2.3.1. *Prácticas de Recursos Humanos*

La actual concepción de los Recursos Humanos ha superado el antiguo esquema de contratación de las empresas que se enfocaba únicamente en la

selección de familiares y amigos para los puestos de trabajo, el despido y pago de las remuneraciones, sujeta a apreciaciones subjetivas, sin tomar en cuenta criterios específicos basados en el perfil o las necesidades del puesto. Sin embargo, el acelerado desarrollo económico ha permitido la evolución de este sistema. En tal sentido, los inversionistas son conscientes de la importancia del ser humano en la empresa a fin de lograr mayor competitividad (Alles, 2004).

De esta forma, Alles considera que la Administración de los Recursos Humanos implica el complejo proceso de “gobernar, regir y aplicar”; desde el inicio hasta el fin de la relación laboral. Así, distingue los siguientes procesos:

1. Reclutar y seleccionar personal
2. Vigencia y administración de contrato laboral
3. Capacitación constante
4. Evaluación de desempeño
5. Cumplimiento de las retribuciones económicas pactadas en el contrato
6. Garantizar la seguridad laboral
7. Liquidación de beneficios sociales al culminar la relación laboral

A nivel estructural, existe un relativo consenso acerca de que el área de recursos humanos debe depender de la máxima conducción de la compañía (gerencia general); sin embargo su posición puede ser lineal frente a otras gerencias (Alles, 2004).

El área de RRHH engloba procesos cuyo aporte al rendimiento de la empresa puede ser plenamente traducido a términos financieros, contribuyendo a la eficiencia de costos sin descuidar los lineamientos ya expresados.

Finalmente es un área que no cumple una función de vigilancia sobre el personal, sino, por el contrario, su finalidad es crear compromiso y motivar al personal, permitiendo el engranaje entre sus destrezas y capacidades y los fines de la empresa. De esta forma, su estrategia intenta agregar valor a la empresa definiendo visión, misión y valores de la organización.

2.3.2. Contexto del Mercado Laboral en el Perú Actual

De acuerdo a las últimas estadísticas obtenidas en la encuesta del mes de abril del 2007, elaborada por el Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica (Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007), revelan que el 59% de la población son trabajadores independientes, es decir, realizan trabajos por cuenta propia; mientras que un 14% son asalariados del sector privado. Estos datos reflejan claramente la distribución de los trabajadores en el Perú. Así tenemos que los trabajadores independientes verían comprometido su acceso al pago de beneficios sociales, tales como gratificaciones, vacaciones o seguro de salud, debido a la creciente informalidad que se deriva de los altos costo del proceso de formalización de los empresarios independientes; por lo que su calidad de vida se vería seriamente afectada, limitando sus posibilidades de desarrollo.

En términos demográficos, la población en edad de trabajar (PET), es decir, aquellos mayores a los 14 años de edad, alcanzaba una proporción de 72% en el Censo de Población y Vivienda 2007 (INEI, 2008); es decir, más de 19 millones 646 mil personas a nivel nacional. De esta cifra, 15 millones 380 mil

personas viven en las zonas urbanas y sólo 4 millones 266 mil personas habitan las zonas rurales. La tendencia de este grupo poblacional es positiva; es decir, ha venido creciendo a una tasa aproximada de 2.2% anual, lo cual significa que la PET crece a mayor velocidad que la población nacional general (la cual sólo crece a un 1.6% por año). La tendencia netamente urbana del mercado laboral peruano es confirmada si atendemos a la tasa anual de crecimiento de la PET urbana (2.7%, incluso mayor a la de la PET nacional total) y la comparamos con el magro crecimiento de la PET rural (apenas 0.7%). Es de notar también que el nivel educativo de la PET ha ido mejorando en los últimos 15 años (desde el censo de 1993), llegando a una cifra de 30.1% de personas con algún tipo de educación superior, es decir, técnica o universitaria, completa o incompleta.

En resumen, la PET ha venido creciendo en los últimos tres lustros, en parte por la influencia combinada de una tasa de fecundidad y de mortalidad decrecientes (INEI, 2008). Se ha venido haciendo cada vez más urbana, según la tendencia nacional general, y ha ido ganando poco a poco un mayor nivel educativo.

La Población en Edad de Trabajar (PET) suele ser dividida a su vez en Población Económicamente Activa (PEA) y Población Económicamente Inactiva (PEI). La PEA, por lo tanto, la formarán todos aquellos peruanos de 14 años o más que se encuentran empleados o en búsqueda activa de empleo, mientras que la PEI estará constituida por la población de edad igual o superior a los 14 años no empleada y sin interés efectivo en conseguir trabajo. Integran la PEI los estudiantes, las personas exclusivamente dedicadas al cuidado de su hogar, los jubilados, los rentistas, y otros sectores sociales afines.

Ahora bien, la PEA la constituyen aproximadamente 10 millones 638 mil personas, según el Censo del 2007 (INEI, 2008). Esto representa apenas más del 54% de la PET. La tasa de crecimiento anual promedio de la PEA ha sido de 2.8% en los últimos quince años, lo cual representa un incremento netamente superior al de la población general (1.6%). Si atendemos a la división geográfica, vemos que en la PEA la tendencia urbana es todavía más dramática que en el caso general de la PET: en efecto, la PEA ha venido creciendo a un ritmo anual de 3.4%, comparado con un siempre escaso 0.8% de crecimiento anual rural para el mismo lapso. Mención especial merece el notable crecimiento de la fuerza laboral femenina, que en la última década y media ha venido creciendo a un ritmo que casi duplica la tasa anual masculina (4.1% contra 2.2%, respectivamente). Esto, sin embargo, no significa que la participación femenina sea siquiera comparable a la de los varones, ya que en todos los departamentos del país es inferior. Esto indica claramente que hay un amplio espacio para una mayor inclusión laboral de la mujer, incluso con el notable ritmo de crecimiento actual.

Si hablamos de niveles educativos, vemos que la situación ha mejorado considerablemente en relación al censo previo de 1993. La proporción de la PEA sin educación alguna o con educación inicial ha disminuido en 18% y 54% respectivamente. Siempre en referencia a aquel año y contrastando con el Censo del 2007, los peruanos de la PEA con educación superior no universitaria pasaron del 11.1% al 17.7%; mientras que la proporción de los universitarios (sea que hayan o no completado sus estudios) ha avanzado del 13.6% al 19%. Esta mejora educativa, si nos enfocamos sólo en el nivel universitario, beneficia más a las mujeres que a los hombres: la PEA universitaria femenina ha aumentado 147%

desde 1993, mientras que la PEA universitaria masculina sólo se incrementó en un 91%.

En conclusión, la PEA del Perú del 2007-2008 no sólo ha aumentado vigorosamente; es, además, más urbana, más educada, y menos inequitativa en términos de género.

Ahora bien, por definición, la PEA incluye tanto a empleados como a desempleados (es decir, personas en búsqueda de empleo). Si examinamos la situación laboral al momento de realizarse el Censo del 2007 (INEI, 2008), vemos que 95.5% de la población se consideraba a sí misma como empleada, mientras que sólo el 4.5% se considera desempleada. Esto representa una disminución de 2.5% en el desempleo desde 1993. Una vez más, el desempleo descendió más en las zonas urbanas que en las zonas rurales: mientras que en las zonas urbanas el desempleo bajó 4 puntos porcentuales netos (4.5% ahora, contra 8.5% en 1993), el desempleo rural no sólo no decreció, sino que incluso aumentó casi un punto porcentual en los tres últimos lustros (4.2% ahora, contra 3.3% en 1993).

La imagen del mercado laboral, por lo tanto, se dibuja con relativa claridad: en la actualidad, los peruanos obtienen, y buscan, mucho más empleo en las zonas urbanas que en las zonas rurales, desde donde la migración a las ciudades ha ido creciendo cada vez más. Las ciudades peruanas albergan a una PEA cada vez más culta y más genéricamente inclusiva, aunque es siempre necesario reiterar que existe un amplio margen de mejora, en especial en lo que concierne a la integración laboral de la mujer.

De hecho, si extrapolamos estas tendencias, podemos especular que la competencia por el empleo va a tener lugar casi exclusivamente en el ámbito urbano y entre trabajadores cada vez más instruidos y en un medio genéricamente más equitativo que hasta hace pocos años.

2.3.3. Contexto Legal Laboral

El Estado Peruano es el encargado de velar por la protección de los derechos de los trabajadores; así, los artículos 22 y 23 de la Constitución Política revelan la finalidad del Estado:

Artículo 22.- EL trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona.

Artículo 23.- El trabajo, en sus diversas modalidades, es objeto de atención prioritaria del Estado, el cual protege especialmente a la madre, al menor de edad y al impedido que trabajan.

El Estado promueve condiciones para el progreso social y económico, en especial mediante políticas de fomento del empleo productivo y de educación para el trabajo.

Ninguna relación laboral puede limitar el ejercicio de los derechos constitucionales, ni desconocer o rebajar la dignidad del trabajador.

Nadie está obligado a prestar trabajo sin retribución o sin libre consentimiento.

(Perú, Congreso de la República, 2006, pág. 34)

En ese sentido, el legislador debe realizar un análisis del contexto laboral, a fin de promulgar normas que beneficien no solo a los trabajadores formales, sino que deberá buscar mecanismos para incluir a todos aquellos ciudadanos que trabajan bajo condiciones de informalidad, y que, sin embargo, también merecen una protección adecuada.

Actualmente, la legislación laboral presenta multiplicidad de normas vigentes que dificultan una aplicación coherente y sistemática a la realidad (Ley de Productividad y competitividad Laboral, la Ley de Formación y Promoción Laboral y su respectivo reglamento, Ley de Compensación por tiempo de Servicios y su reglamento, Ley que regula el otorgamiento e las gratificaciones para los trabajadores del Régimen de la Actividad privada por fiestas patrias y navidad, Ley sobre modalidades formativas laborales, etc).

2.3.4. Desempleo en el Perú

Según el “Informe de progreso económico y social del 2004” emitido por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004), los problemas más importantes que sufre América Latina, son el desempleo, seguido de la corrupción, la pobreza, delincuencia, inestabilidad laboral, bajos salarios, terrorismo, baja calidad de información, etc. El desempleo ha llegado a su nivel

más alto, aunque los salarios han mejorado lentamente, los ingresos de muchos trabajadores son demasiado bajos como para escapar de la pobreza, y la desigualdad salarial.

Los salarios de los trabajadores no calificados han disminuido, aunque la probabilidad de perder el empleo es grande, sólo una minoría decreciente de trabajadores está asegurada contra este riesgo. No sorprende entonces que en los sondeos señalen el desempleo, los bajos salarios y la inestabilidad laboral como los problemas más apremiantes de la región por encima de la corrupción, la delincuencia y otros temas sociales (Alles, 2004).



Figura 5. Problemas más importantes para los latinoamericanos

Nota: En porcentaje de respuestas. Promedio de respuestas en 17 países de América Latina. Fuente: Latinobarómetro 2001

Por otro lado, si lo vemos a nivel de región, tenemos la Figura 6; en el cual nuestro país ocupa el tercer lugar con respecto a desempleo, inestabilidad laboral y bajos salarios en el 2001.

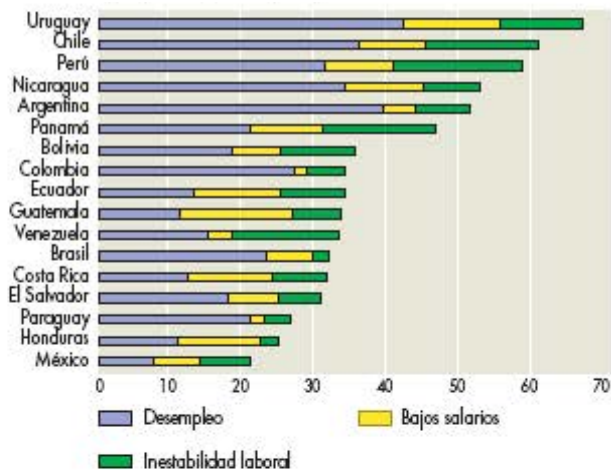


Figura 6. Problemas más importantes por país

Nota: Año 2001, en porcentaje de respuesta (Fuente: Latinobarómetro 2001)

El problema laboral no es un tema nuevo, ya que durante años la dinámica demográfica y las tasas crecientes de participación en la fuerza laboral han llevado a un rápido crecimiento de la oferta de mano de obra. Emplear a una nueva masa laboral a un salario justo y con las prestaciones establecidas por la ley ha constituido un desafío importante para nuestros legisladores.

Según Cecilia Garavito (citado por Tuesta & Sulmont, 2007), el fenómeno del subempleo (es decir, el traslado de desempleados a empleados con bajos niveles salariales) constituye un problema no sólo laboral, sino social, de inversión e incluso educativo, que no ha logrado ser solucionado en los últimos años.

Según el MTPE (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008), en el mes de mayo de 2008, las empresas del sector privado del Perú registraron una variación anual de 10,0% respecto al mes de mayo de 2007. Por otro lado, en

el caso de Lima Metropolitana esta variación fue de 10.2%, en tanto que para el Resto Urbano dicha variación ascendió a 9.6%. Dicha tendencia estadística estaría sustentada en el comportamiento positivo de todos los sectores sin excepción; servicios con 3.4%, extractivo con 2.3%, comercio con 1.3%; transporte, almacenamiento y comunicaciones con 1.0% e industria con 0.6%.

En el mes de mayo 2008 la tasa de rotación fue de 3.5%, lo que significó una reducción de 0.4 puntos porcentuales respecto a lo registrado en el mes de mayo de 2007.

En lo que respecta al ámbito de Lima Metropolitana, la tasa de rotación fue de 3,0%, menor en 0,4 puntos porcentuales respecto al mes de mayo de 2007 (Tuesta Soldevilla & Sulmont, 2007).

PERÚ URBANO : VARIACIÓN DEL EMPLEO POR ÁMBITO GEOGRÁFICO
(porcentajes)

ÁMBITO GEOGRÁFICO	MAYO 2008 / ABRIL 2008	MAYO 2008 / MAYO 2007	ENERO - MAYO 2008 / ENERO - MAYO 2007
Empresas de 10 y más trabajadores			
Perú Urbano	1,9	10,0	9,1
Lima Metropolitana	1,4	10,2	9,4
Resto Urbano	3,5	9,6	8,3

Nota: La información corresponde al primer día de cada mes.

A partir del mes de enero de 2008, la Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo incorpora nueve ciudades del ámbito urbano: Ayacucho, Huánuco, Puerto Maldonado, Cerro de Pasco, Chachapoyas, Huancavelica, Moquegua, Tumbes y Abancay, a las 21 ya existentes.

Fuente: MTPE - DNPEFP. Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo en empresas de 10 y más trabajadores de la actividad privada.

Elaboración: MTPE- Programa de Estadísticas y Estudios Laborales (PEEL)

Figura 7. Variación del empleo por ámbito geográfico

Nota: Tomado de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008

El indicador de rotación capta la dinámica de la movilidad laboral y se define como el resultado promedio de los ingresos y salidas de los trabajadores de

los puestos de trabajo, estos últimos expresados en número de transiciones. En el mes de mayo de 2008 se registraron 81,458 transiciones

Como principales causas de la movilidad laboral se consideran la variación de la producción en las principales actividades económicas a nivel de Perú Urbano y las razones de mercado de trabajo. Dichas causales explican casi el 67% de la totalidad del resultado. Le siguieron en importancia el inicio o finalización de las campañas periódicas y la ampliación de la capacidad instalada e implementación de cambios tecnológicos.

Variación del empleo y tasa de rotación por ámbito geográfico
Setiembre 2006 - Mayo 2008
(en porcentajes)

Período	Variación mensual del empleo (a - b)		Tasa de entrada (a)		Tasa de salida (b)		Tasa de rotación (a+b)/2	
	Perú Urbano	Lima Metropolitana	Perú Urbano	Lima Metropolitana	Perú Urbano	Lima Metropolitana	Perú Urbano	Lima Metropolitana
Sep	1,7	0,8	4,7	3,5	3,0	2,7	3,8	3,1
Oct	2,4	1,9	4,4	3,6	2,0	1,7	3,2	2,7
Nov	1,0	1,3	3,3	2,9	2,3	1,6	2,8	2,3
Dic	0,7	0,6	3,2	2,5	2,5	1,9	2,8	2,2
Ene	-3,5	-2,5	3,0	2,6	6,5	5,0	4,7	3,8
Feb	-0,4	0,1	4,5	4,2	4,9	4,1	4,7	4,1
Mar	1,4	1,6	4,3	3,8	2,9	2,2	3,6	3,0
Abr	1,4	1,0	4,8	4,1	3,4	3,1	4,1	3,8
mayo 2007	0,8	0,9	4,3	3,9	3,5	3,0	3,9	3,4
Jun	1,5	1,4	4,6	3,9	3,0	2,5	3,8	3,2
Jul	0,9	0,8	3,7	3,3	2,8	2,5	3,3	2,9
Ago	0,5	0,6	4,4	4,1	3,9	3,5	4,1	3,8
Set	1,7	1,3	4,6	3,7	2,9	2,4	3,7	3,1
Oct	1,9	1,5	4,3	3,4	2,3	1,8	3,3	2,6
Nov	1,0	0,8	3,2	2,6	2,1	1,8	2,6	2,2
Dic	1,6	1,5	4,2	3,4	2,6	2,0	3,4	2,7
Ene	-3,6	-2,9	3,2	3,0	6,8	6,0	5,0	4,5
Feb	-0,2	0,3	5,1	4,7	5,3	4,4	5,2	4,5
Mar	1,0	1,9	4,6	4,4	3,6	2,5	4,1	3,4
Abr	1,6	1,4	5,2	4,6	3,6	3,2	4,4	3,9
mayo 2008	1,9	10,2	4,4	3,7	2,5	2,3	3,5	3,0

Figura 8. Variación del Empleo y Tasa de Rotación por Ámbito Geográfico

Nota: Lapso: Setiembre 2006 a Mayo 2008. Fuente: MTPE - Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo.

La movilidad de trabajadores se encuentra íntimamente relacionada al aumento o a la disminución de la producción, de las ventas o los servicios.

La ejecución de las campañas periódicas toma en cuenta el inicio o la culminación de actividades temporales, sea por la promoción de un nuevo producto o por el desarrollo de trabajos de temporada relacionados a actividades extractivas, comerciales y de servicios; la ampliación de la capacidad instalada (incremento del activo fijo o en la ampliación de la infraestructura de la empresa); lo que implica el aumento de trabajadores para enfrentar el crecimiento en la demanda de bienes o servicios.

Los cambios tecnológicos o administrativos aluden por ejemplo los procesos de reingeniería que implican la modernización de la producción, adopción de nuevas tecnologías, modernización administrativa, entre otros.

Los sectores económicos que presentaron las tasas de rotación más altas en el ámbito del Perú Urbano fueron los siguientes: extractivo (4,7%), servicios (3,7%) e industria (3,3%) (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008); las razones que explicaron este resultado en los servicios fueron el inicio de campañas temporales o periódicas y la contratación de personal para cubrir puestos vacantes.

El informe de progreso económico social, elaborado por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004) presenta hallazgos importantes que replantean la visión del mercado laboral.

El aumento de la oferta de mano de obra no es causa ni consecuencia del empeoramiento de la situación de los mercados laborales. Hoy en día hay una desproporción entre los postulantes y las plazas por cubrir que ofrecen las empresas. El informe del BID revela que la tasa de crecimiento de la fuerza

laboral fue del 2.5% en el 2004, y por ende es una de las más elevadas del mundo.

Por otro lado, las tendencias demográficas, la participación de la mujer son factores principales que influyen en estas tendencias, mientras que la emigración produce sólo una leve disminución de la tasa de crecimiento de la fuerza laboral. A pesar de estas tendencias, el crecimiento de la oferta de mano de obra no es causa del aumento del desempleo ni del empleo no reglamentado. Otro factor importante es la participación de los jóvenes y de la mujer; pero no hay fundamento para atribuir que cualquiera de estos cambios esté afectando también la tasa de desempleo.

Afirmar que los cambios tecnológicos favorecen a trabajadores calificados y que son la causa de los aumentos es difícil de demostrar. Por ejemplo, no hay indicios de que en los países con un crecimiento tecnológico haya un aumento de la demanda de personal calificado ni de que los cambios en los rendimientos de la educación se deban a la evolución de la relación entre el capital humano y el capital físico. Se requiere mayor investigación para fundamentar más sólidamente la idea según la cual la tecnología influye en el rendimiento de la educación, así como para especificar de qué forma lo haría. En tanto, se necesita además establecer por qué la región no ha podido beneficiarse más de la tecnología para aumentar los ingresos y el nivel de vida de sus trabajadores (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004).

La organización de sindicatos puede provocar importantes beneficios pero también acarrear costos sustanciales para la sociedad. Las negociaciones

colectivas pueden ayudar a conciliar los intereses de los empleados y de las empresas en conjunto, y así evitar consecuencias adversas por falta de coordinación de las negociaciones. Por otro lado, se sabe que en los países en que las negociaciones se realizan de forma coordinada y por consenso presentan tasas de desempleo más bajas y tasas de empleo más altas; es difícil determinar si las ventajas son mayores que los costos porque el equilibrio es sensible al marco jurídico que rige a los sindicatos.

Si revisamos algunas tendencias detectadas por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004), observamos lo siguiente:

1. El empleo aumenta en empresas con más de 10 trabajadores: De acuerdo al tamaño de la empresa, el empleo continúa creciendo en empresas de 11 a 50 trabajadores (11,1%), seguida por las empresas de 51 y más trabajadores (9,1%); mientras que en las empresas de 1 a 10 trabajadores, la ocupación cayó en 5,7%.
2. Los ingresos aumentan entre quienes poseen educación universitaria: En los últimos doce meses, el ingreso promedio mensual de quienes poseen educación universitaria se incrementó en 10.9%. Entre los que tienen educación primaria el incremento fue de 4.7%, y entre los que llegaron a estudiar algún año de educación secundaria en 1.7%; mientras que disminuyó en 4.3% entre los que tienen educación superior no universitaria.

Este es un panorama aparentemente alentador que muchas veces no es sentido por muchos. Según estudios recientes (Tuesta & Sulmont, 2007), si bien el

36% de los limeños considera que trabajar es hacer algo útil por la sociedad, el 32% asegura sentirse muy preocupado por quedar desempleado en los siguientes 12 meses. El 59% de aquellos que trabajan son independientes y por ello, quizá, el 68% no cuenta con vacaciones ni gratificaciones (74%).

Para muchos, la estabilidad laboral aparece como el aspecto más importante de cualquier trabajo (36%); un buen sueldo, que alivie las preocupaciones de dinero, es la segunda prioridad (24%), y la tercera tiene que ver con la satisfacción y el interés por desarrollar una labor que haga sentir realizado al trabajador (17%).

Tabla 4. Situación Laboral

¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación laboral?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Está en planillas como estable	12	11	16	14	13	9	21	12	5
Está en planillas como plazo fijo	6	7	4	7	8	3	11	5	5
Está en planillas por horas	3	3	4	5	3	-	2	4	3
Está por honorarios profesionales	12	14	7	19	10	5	19	13	4
Está en un service, cooperativa o contrata (outsourcing, tercerización)	2	1	2	5	-	-	-	1	4
Es trabajador independiente	59	59	59	39	62	81	40	60	72
Es propietario de una empresa	2	1	3	2	2	3	5	1	1
Está como informal	4	4	5	9	3	-	1	4	6
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	254	169	85	81	116	57	60	127	67

Nota: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007

Del estudio citado los encuestados sostienen que el 59% es trabajador independiente, distribuido proporcionalmente entre hombres y mujeres en edad adulta de 30 años a más; con la participación principal del nivel socioeconómico C. en este caso trae a escena:

1. Búsqueda de trabajo independiente, con horario flexible, inexistencia del rompimiento del vínculo laboral, creativo y dinámico.
2. Incursión de la mujer en el mundo laboral.
3. Sector C, casi identificado como la clase media, es la fuerza pujante principal generadora de empleo, llamada microempresarios.

En el siguiente cuadro del estudio ya citado (Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007) observamos la tabla 5:

Tabla 5. Pesimismo respecto a posible desempleo

¿Cuán preocupado diría usted que está de quedarse sin trabajo o de estar desempleado durante los próximos 12 meses?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Muy preocupado	32	32	32	31	31	36	21	38	31
Preocupado	24	25	21	18	29	22	18	21	34
Poco preocupado	25	22	31	36	22	16	30	24	23
Nada preocupado	18	20	15	14	17	26	31	17	9
No precisa	1	-	2	1	1	-	-	-	3
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	254	169	85	81	116	57	60	127	67

Nota: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007

El 60% de los encuestados se encuentran entre preocupados y muy preocupados quedarse sin empleo, las edades fluctúan de 30 a más. Los encuestados valoran el tema de la estabilidad laboral e incluso la remuneración percibida.

Por otro lado, ante la pregunta de búsqueda de empleo, más del 50% ha estado desempleada en los últimos 12 meses, y están distribuidos entre los diferentes niveles sociales.

En el siguiente cuadro del estudio ya citado (Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007) observamos la tabla 6:

Tabla 6: Frecuencia de Desempleo en el hogar

Incluyéndose a usted, en los últimos 12 meses en su hogar, ¿ha habido algún adulto buscando trabajo sin encontrarlo?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	A/B	C	D/E
Sí	55	57	52	46	60	54
No	45	42	48	54	40	44
No precisa	1	1	0,4	-	-	2
Total %	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	455	233	222	110	211	134

Nota: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007

Por otro lado, en cuanto a las posibilidades de búsqueda de empleo, los encuestados sostienen que hoy son menores las posibilidades de hace 5 años con un 39%. En la tabla 7, correspondiente al estudio ya citado (Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007) observamos:

Tabla 7. Expectativas de reempleo

Si usted estuviera buscando un trabajo, comparando con hace 5 años, ¿diría usted que sus posibilidades de encontrar trabajo son mejores, iguales o peores?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	A/B	C	D/E
Mejores	24	23	25	22	26	23
Iguales	34	35	32	36	31	37
Peores	39	39	40	39	41	37
No precisa	3	2	3	3	2	3
Total %	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	455	233	222	110	211	134

Nota: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007

Finalmente, los encuestados hacen sentir su descontento frente a la legislación laboral actual, ya que el 54% sostiene que el sancionar a las empresas

que no cumplen con las normas y 41% con leyes que faciliten la inversión de las empresas serían los bases principales para una mejora laboral y social.

En la tabla 8, correspondiente al estudio ya citado (Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007) observamos:

Tabla 8: Políticas de Reducción del Empleo Preferidas

De las siguientes, ¿cuáles cree que son las dos medidas efectivas para promover el empleo formal del Perú? - Respuestas múltiples.

RESPUESTAS	Total %	SEXO		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	A/B	C	D/E
Sancionar a las empresas que no cumplen con las leyes laborales	54	56	53	48	55	58
Dar leyes que faciliten la inversión de las empresas	41	41	40	47	39	38
Hacer más inspecciones laborales en las empresas	35	36	34	36	37	30
Reducir los impuestos que pagan los empresarios	34	37	31	32	36	32
Reducir algunos beneficios laborales como vacaciones y gratificaciones	9	8	10	12	8	8
Facilitar el despido y el cambio de trabajadores en las empresas	5	5	6	2	4	10
No precisa	4	3	6	3	3	7
Base de entrevistas ponderada	455	233	222	110	211	134

Nota: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica, 2007

De todo lo recogido por esta encuesta, hay una gran valoración por el trabajo como la actividad que dignifica al hombre, que hay mucha creatividad e ingenio por crear empresa y esto los lleva a una apuesta importante de trabajadores independiente.

2.4. Importantes Aspectos Metodológicos

2.4.1. Tipos de Investigación

Existen cuatro tipos de investigaciones: exploratorias, descriptivas, correlacionales y explicativas. De acuerdo al tipo se planteará la estrategia de

investigación que involucra el diseño, los datos a ser recolectados, el muestreo y demás componentes del proceso de investigación, que son diferentes de acuerdo a cada tipo de investigación.

Determinar el tipo de estudio que se va a desarrollar depende de dos factores: el estado del conocimiento sobre el tema de investigación y el enfoque que se desea dar al estudio (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006).

A continuación, se explorará en detalle estos cuatro tipos de investigaciones.

1. **Investigaciones Exploratorias:** Los estudios exploratorios se efectúan cuando el tema a ser estudiado no cuenta con estudios previos o ha sido poco estudiado. Este tipo de estudios permiten un acercamiento a temas novedosos o sobre temas en los que se desea profundizar la investigación.
2. **Investigaciones Descriptivas:** Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Este tipo de estudios tiene como propósito describir situaciones, eventos y hechos en base a la información recolectada (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006).
3. **Investigaciones Correlacionales:** Los estudios correlacionales tienen como propósito evaluar la evaluación que existe entre dos o más conceptos, dado un contexto en particular. Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre dos o más variables y después miden y analizan

la correlación la que es expresada por medio de hipótesis que son sometidas a prueba. La utilidad de ese tipo de estudios radica en el análisis del comportamiento de un concepto o variable conociendo el comportamiento de las variables relacionadas (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Una forma de categorizar las variables es como dependientes o independientes debido a la simplicidad que permite al momento del diseño de la investigación así como en la comunicación de los resultados de la misma. Una variable independiente es la causa supuesta de la variable dependiente, los cambios en los valores o niveles de la variable independiente generaran cambios en la variable dependiente. La variable independiente puede o no ser objeto de manipulación dependiendo de la naturaleza del experimento, existen experimentos en los que la variable independiente no puede ser manipulada, pero se considera que la variable independiente tiene un efecto en la variable dependiente (Kerlinger & Lee, 2002).

Este tipo de investigación es ampliamente utilizado en el campo de las ciencias sociales. La estrategia utilizada en este tipo de investigación es la de analizar las diferencias y semejanzas existentes entre los sujetos en función de las variables.

Un ejemplo sencillo de investigación correlacional sería identificar la relación entre las horas de estudio de los alumnos de la maestría y el promedio obtenido en sus calificaciones, se intenta encontrar una relación entre estos factores. A pesar del ejemplo descrito es importante señalar que la investigación

correlacional no implica que un factor es causa del otro, se examinan asociaciones más no relaciones causales.

Para medir las relaciones entre las variables se utiliza el coeficiente de correlación, que viene a ser un índice numérico expresado entre -1.00 y +1.00 y va aumentando su valor a medida que aumenta la cantidad de varianza que una variable comparte con otra (Kerlinger & Lee, 2002).

Volviendo al ejemplo citado, se identificará un coeficiente de correlación mayor entre las horas de estudio de los alumnos de la maestría y el promedio de calificaciones obtenido, que el de las horas de estudio y el peso de los alumnos.

Las correlaciones pueden ser directas o positivas, cuando a medida que una variable aumenta la otra variable de estudio también aumenta, o viceversa cuando una variable disminuye la otra variable también disminuye; regresando nuevamente al ejemplo citado a mayores horas de estudio de los alumnos de maestría obtendrían mayores calificaciones promedio y a menores horas de estudio sus calificaciones obtenidas disminuirán (Kerlinger & Lee, 2002).

También las correlaciones pueden ser de naturaleza indirecta o negativa, es decir que a medida que una variable aumenta de valor la otra disminuye y viceversa, volviendo al ejemplo citado si los alumnos de maestría dedican más horas al tiempo libre (en este tiempo no se incluyen las horas de estudio), menores serán las calificaciones promedio obtenidas.

Por otro lado, los estudios explicativos se caracterizan por responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales; explican el origen de un fenómeno, en qué condiciones se origina o las relaciones entre dos o más

variables o conceptos. Este tipo de investigaciones son más estructuradas que los otros tipos dado que incluyen características de exploración, descripción, correlación o asociación, adicionalmente dan un sentido de explicación al fenómeno estudiado (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006).

2.4.2. *Investigando a través de Encuestas*

Dado el parecido de las encuestas a los censos, enfocándose el primero en una muestra de la población y el segundo en la población total, los primeros censos se remontan a la civilización egipcia cuando se buscaba tener datos empíricos sobre la población.

Una de las primeras encuestas políticas se dio en 1880 cuando Karl Marx envió cuestionarios a 25 mil obreros franceses buscando determinar su grado de explotación por sus patrones. La labor realizada con mayor continuidad en lo concerniente a encuestas empieza a darse a partir de comienzos del siglo pasado por la oficina del censo de los EEUU de Norte América que si bien tiene como función principal los censos de población gran parte de sus actividades se dedican a encuestas de muestreo sobre datos demográficos y económicos.

Otros esfuerzos de investigación por medio de encuestas tuvieron su origen con Samuel Stouffer y Paul Lazarsfeld; Stouffer inició como análisis los efectos de la depresión en los EEUU y a la condición de los negros norteamericanos durante los años de la década de 1930, luego después de la Segunda Guerra Mundial examinó cuestiones referentes a esta y durante la Guerra

Fría dirigió encuestas nacionales en los EEUU de Norteamérica para examinar los efectos de la cruzada anticomunista.

Stouffer se enfocó en elaborar métodos científicos de investigación empírica adecuados para el examen de los fenómenos sociales (Babbie, 1988).

Lazarsfeld, al igual que Stouffer, se enfocó en estudiar los fenómenos sociales desarrollando técnicas para aplicar métodos empíricos a cuestiones sociales, estudiándolos no como hechos singulares sino como procesos, por ejemplo en el caso de las votaciones su estudio incluía entrevistar nuevamente a determinados grupos de personas en diferentes momentos de la campaña, con la finalidad de realizar el seguimiento de las intenciones de voto.

Adicionalmente relacionó las intenciones de voto con factores demográficos y sociales. Los tres aportes principales de Lazarsfeld al desarrollo de la investigación por encuestas son en primer lugar el desarrollo de equipos mecanizados para procesar las encuestas por medio de tarjetas perforadas y computadoras, iniciando el aprovechamiento de esta valiosa herramienta en provecho de la investigación social.

En segundo lugar, Lazarsfeld aprovechó el potencial de los equipos mecanizados para formalizar la lógica de las encuestas, demostrando como el modelo teórico podía aplicarse en la práctica. Finalmente en tercer lugar Lazarsfeld desarrolló centros permanentes de investigaciones de los métodos de encuesta, iniciando con la Oficina para Investigación Social Aplicada en la Universidad de Columbia, luego el Centro Nacional de Investigación de la Opinión de la Universidad de Chicago, el Centro de Investigación de Encuestas de

la Universidad de Michigan y el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley (Babbie, 1988).

La encuesta es una técnica de investigación definido en un procedimiento específico que se utiliza durante el proceso de investigación para recolectar datos. Otra característica principal de las encuestas es que a diferencia de los censos se realizan sobre muestras o partes de la población objeto de estudio.

Definiendo de manera más precisa el concepto de encuesta:

La encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recogen y analizan una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

(García Ferrando, 2000, pág. 141)

Se pueden clasificar en tres tipos de encuestas de acuerdo a las técnicas utilizadas para la recolección de datos: la encuesta personal, la encuesta por correo y la encuesta telefónica. Adicionalmente también se describirá otros tipos de encuesta que surgen de la combinación de los anteriores tipos o de aparición reciente.

La encuesta personal es la utilizada con mayor frecuencia. Cuenta con la participación de uno o más entrevistadores que aplican un mismo cuestionario en el mismo orden y forma, a una muestra de individuos a ser estudiados. Es

importante que la aplicación del cuestionario sea uniforme con la finalidad que los datos recogidos de los individuos de la muestra puedan ser comparados y analizados entre sí.

La encuesta por correo implica utilizar el servicio de correos, para hacer llegar a una muestra determinada de individuos un cuestionario, el mismo que deberá ser completado por los individuos de la muestra, por lo que es recomendable que el diseño del cuestionario facilite el llenado y adjuntar al cuestionario instrucciones precisas para el llenado del mismo. Los principales inconvenientes con este tipo de encuestas es la baja tasa de respuestas por parte de los individuos de la muestra.

La encuesta telefónica implica la participación de un entrevistador que aplica el cuestionario a una muestra determinada de individuos a través del teléfono. Actualmente este es el tipo de encuesta es el más utilizado, debido al uso de equipos computarizados y grabaciones para realizar las llamadas telefónicas sin la necesidad de contar con un ser humano como entrevistador.

La encuesta en grupo que utiliza un cuestionario autoadministrado que combina la encuesta por correo con la encuesta personal, reuniendo a individuos de una muestra determinada en un lugar determinado para responder un cuestionario contando con el apoyo de un entrevistador o también aplica cuando el entrevistador lleva el cuestionario al domicilio de los individuos de la muestra determinada y les indica una fecha en que volverá a recoger los cuestionarios completados o en la que los tienen que enviar por correo.

Un tipo de encuesta que ha aparecido recientemente son las que son aplicadas a través de internet, sobre las que también trataremos en el presente capítulo.

Cada uno de los tipos de encuesta poseen ventajas y desventajas, las que deberán ser conocidas por el investigador y escoger cuidadosamente el tipo de encuesta a utilizar de acuerdo a la investigación a realizarse, de lo contrario la aplicación de la encuesta puede traer consigo dificultades importantes, elevados costos o sesgos en la recolección de datos para la investigación.

El investigador debe plantearse una serie de interrogantes respecto a la población objeto de la investigación, con la finalidad de seleccionar el tipo de encuesta más adecuado. En primer lugar se debe conocer si se dispone de un listado confiable de las direcciones o teléfonos de los individuos a ser encuestados, si la respuesta no fuera positiva se deben descartar las encuestas por correo o teléfono.

En segundo lugar es importante conocer el nivel educativo de la población, si los encuestados son analfabetos o analfabetos funcionales se deben descartar las encuestas que utilicen cuestionarios que son aplicados por los mismos individuos. También es importante el idioma que entienden los encuestados con la finalidad de aplicar el cuestionario en determinada lengua o en forma bilingüe.

En tercer lugar es necesario analizar el grado de cooperación de los individuos objetos de estudio, por ejemplo en el caso de los inmigrantes ilegales o de los individuos indocumentados; en este caso aparentemente la encuesta personal será la mejor elección. Otro punto a tener en cuenta es la dispersión

geográfica de los individuos a encuestar, si esta fuera muy significativa la elección más recomendable sería la encuesta por correo o teléfono.

En cuanto a los aspectos relacionados al tema y contenido de la encuesta, es importante definir en primer lugar que tipo y cantidad de preguntas deberá responder el encuestado, por ejemplo si las preguntas van a ser de carácter personal, si tienen numerosas alternativas de respuesta, si pueden contestarse de manera dicotómica. En segundo lugar si es necesario controlar la secuencia en que los encuestados han de responder a las preguntas, si la respuesta es positiva no es recomendable los cuestionarios a ser aplicados por los mismos encuestados.

Finalmente es necesario analizar el tamaño de las preguntas a ser aplicadas y la necesidad de aclaraciones para las mismas, si la respuesta fuera que las preguntas son extensas y se requiere de varias aclaraciones no es recomendable la encuesta del tipo telefónico por la dificultad de mantener la atención de los encuestados durante toda la encuesta.

2.4.3. Investigación del Comportamiento por Internet

La Internet, y en general las tecnologías de la información y comunicación (TICs) son herramientas que han irrumpido en el mundo de la gestión empresarial para influenciarlo y cambiarlo en modos significativos (Cremades, 2003).

Por otro lado, el impacto de las TICs no se ha limitado al ámbito empresarial, sino al académico también. La investigación de variables de comportamiento, tradicionalmente usuaria de instrumentos aplicados en forma de formatos y cuestionarios de lápiz y papel aplicados a grupos de estudiantes

universitarios, ha empezado a utilizar las facilidades de las TICs, en especial, de la Internet, para aumentar la eficiencia del proceso de investigación (Birnbaum, 2000).

La investigación de variables de comportamiento mediante Internet puede dividirse en tres tipos distintos (Skitka & Sargis, 2006):

1. Investigaciones Translacionales
2. Investigaciones Fenomenológicas
3. Investigaciones No Tradicionales

Las investigaciones translacionales son aquellas que aplican la metodología tradicionalmente asociada a la Psicología, siendo su principal rasgo distintivo el uso de la Internet para recopilar la información. Por lo tanto, este tipo de investigaciones típicamente utiliza formatos electrónicos adaptados de los instrumentos “clásicos” como pruebas de desempeño cognitivo, inventarios de personalidad, escalas de actitudes, y otros similares.

El objeto de estudio de este tipo de investigaciones radica en las variables tradicionales de comportamiento, como valores y actitudes, habilidades de diverso tipo, percepción, y constructos de personalidad. En suma, se trata de trabajos que podrían haberse realizado en cualquier otro escenario, y cuyos autores han optado por usar la Internet debido a las eficiencias generadas por ese medio.

Las investigaciones fenomenológicas son aquellas que se centran en la experiencia misma del usuario de Internet, la interacción entre ese nuevo medio de comunicación y quienes lo consumen, y las consecuencias o efectos de su uso. Por lo tanto, a diferencia de las investigaciones translacionales, las

fenomenológicas sólo tienen sentido con referencia a la Internet. Básicamente, en este tipo de investigación, la Internet no es un medio, sino el fin, el objeto mismo de estudio.

Es importante consignar aquí algunas de las características únicas de Internet, en primer lugar porque han sido determinadas precisamente mediante este tipo de investigaciones, y en segundo lugar debido a que, como se verá más adelante, estos rasgos propios de la interacción usuario-Internet podrían impactar en la presente investigación, y por lo tanto una adecuada identificación de los riesgos y su correspondiente mitigación son importantes para mantener la validez y confiabilidad de su metodología.

Estas características son las siguientes:

1. La interacción por Internet es anónima: Fuera de la Internet, las personas a menudo se orientan en sus interacciones en base a las características perceptibles de su interlocutor: género, edad, rol en la situación, vestimenta, etc. Nada de eso es normalmente posible en Internet; de hecho, muchas personas ocultan o falsean deliberadamente su identidad o algunos de sus rasgos personales (fenómeno conocido como desindividuación), lo cual impacta en las actitudes que toman en una interacción. Se ha hallado que la desindividuación hace que las personas tomen posiciones más extremas y agresivas de lo que sería el caso en una interacción cara a cara.
2. Las distancias son irrelevantes en Internet: En el nuevo espacio virtual, la distancia física entre los interlocutores no cuenta; tampoco las limitaciones de horario, siempre y cuando ambas partes deseen comunicarse. De hecho,

muchos usuarios de Internet utilizan un horario virtual, ajeno a las variaciones de los husos horarios, llamado “hora Internet”, la cual es usada para estandarizar su referencia temporal y así terminar por descartar de sus interacciones cualquier limitación derivada de la geografía.

3. El usuario tiene un gran control sobre cuándo, cómo y dónde se expone a la Internet, responde a interacciones en línea, etc. A diferencia de las interacciones directas, el usuario de Internet tiene amplia libertad para, por ejemplo, responder a un correo electrónico, embarcarse en una charla electrónica o chat (aun si está conectado a una sala de chateo, el usuario puede simplemente ignorar las iniciativas de comunicación de otros usuarios, e incluso aparecer como “no conectado”, para simplemente observar la interacción de otros sin intervenir), e incluso para acceder o no a una página web, así como responder a cualquier pedido de comunicación o interacción que un sitio web solicite de sus visitantes.
4. La información sobre el interlocutor en una interacción por Internet está severamente restringida: no hay lenguaje no verbal, a menos que al menos una de las partes haga un esfuerzo deliberado porque así sea.

Por último, las investigaciones no tradicionales abordan el fenómeno de Internet en forma creativa; claramente no replican la metodología tradicional, ni se centran tampoco en los efectos y/o características del uso de Internet. Más bien, abordan interesantes constructos de modo novedoso: por ejemplo, existen estudios que relacionan rasgos de personalidad con los hábitos de consumo musical en tiendas electrónicas de ese rubro (tipo iTunes, Napster, etc.); mientras que otros investigadores han abordado el tema de la cognición social en base a las

características de los sitios web y las atribuciones que los visitantes pueden hacer sobre la personalidad del webmaster o creador del sitio fundándose exclusivamente en las características visibles de la página web.

Basándose en las investigaciones de variables de comportamiento que han empleado la Internet como parte de su metodología y/o objeto de estudio, Skitka y Sargis (2006) realizaron un recuento y análisis de 121 estudios, lo que permitió determinar, al menos en el ámbito norteamericano (no se ha podido hallar análisis comparables para el área latinoamericana ni específicamente peruana), una serie de importantes características metodológicas de este tipo de estudios.

La mayoría de estudios de este tipo son experimentales (54%) y correlacionales (39%). Sólo un 4% son investigaciones cualitativas, mientras que un porcentaje aún menor (3%) son investigaciones descriptivas. Se puede claramente inferir que los investigadores que eligen la Internet como parte de su metodología tienen claras las ventajas de ese medio para la aplicación y procesamiento de formatos estructurados y estandarizados.

En cuanto a cómo se suele abordar el muestreo, tenemos que, dentro del mismo estudio, el 25% de las muestras consistía en estudiantes de pre-grado (dato sorprendente, pues lo previsible era que los investigadores, al usar la Internet, buscaran muestras más amplias que las tradicionales consistentes en alumnos universitarios); 36% tenían una muestra específica definida; y 35% de los estudios emplearon una muestra auto-seleccionada.

Una característica importante de este tipo de estudios es el llamado “consentimiento informado”, práctica consistente en obtener de los participantes

en la investigación el consentimiento a someterse a la investigación, previa información de las características de ésta. Este consentimiento puede ser implícito (es decir, sin un sustento en un documento), o explícito (con un documento que quede como constancia).

En el caso de las investigaciones por Internet lo que se suele hacer es tener un formato electrónico en el que el potencial participante puede informarse acerca de la investigación, y al final del cual, oprimiendo uno de dos botones, puede manifestar su acuerdo o desacuerdo en integrarse.

En relación al consentimiento informado, en la mayoría de investigaciones por Internet (62.5%) se obtuvo el consentimiento de modo claro; mientras que sólo en un 12% se definió claramente que no había ningún acuerdo de ese tipo entre sujetos e investigadores, y en un 25% los informes de resultados no especificaron claramente si se obtuvieron o no consentimientos.

Según el Código de Ética de la Asociación Psicológica Americana (American Psychological Association, 2002), los psicólogos deben dar prontamente una oportunidad para que los participantes en cualquier estudio se informen acerca de la naturaleza, resultados y conclusiones de éste, despejar cualquier concepto erróneo que pudieran tener los sujetos de investigación, tomar todas las medidas razonables para evitar daño psicológico o físico a los sujetos, y tomar las acciones correspondientes si algún sujeto sufriera algún tipo de daño a resultas de la investigación.

El llamado *debriefing* (no hemos encontrado un término plenamente equivalente en castellano, y no se consigna ningún concepto similar en la Ley del

Trabajo del Psicólogo (Estado Peruano, 2004), ni en el Reglamento de dicha ley (Estado Peruano, 2007), así como tampoco en el Código de Ética del Colegio de Psicólogos del Perú (Colegio de Psicólogos del Perú, 2004)) es precisamente el proceso por el cual el investigador informa a todos los sujetos, al final de la investigación, sobre todos los detalles de la investigación, en especial si, como veremos inmediatamente, ésta conllevó cierto nivel de engaño.

Según el ya citado estudio de Skitka y Sargis (2006), 41% de los estudios realizados vía Internet realizaron claramente un debriefing a sus sujetos; en un 45% de los estudios ese dato no se especifica; y sólo en un 14% de los casos no se realizó ningún tipo de debriefing.

Aunque a primera vista pudiera parecer extraño o anti-ético, no son raros los estudios que requieren algún grado de engaño inicial a los sujetos participantes. Esto ocurre porque en algunos casos los niveles de las variables a estudiar en los sujetos podrían modificarse artificialmente si éstos están al corriente del verdadero propósito de la investigación. Por ejemplo, en la investigación que se llevó a cabo para estandarizar la Escala de Esperanza en Adultos (Snyder, Sympson, Ybasco, Borders, Babyak, & Higgins, 1996) los sujetos, al explicárseles la naturaleza de la variable a estudiar, manifiestamente se sentían más atraídos por una explicación más profunda del concepto y su consiguiente discusión, y perdían interés en la Escala misma. Por lo tanto, los investigadores optaron por presentar la Escala como “Escala de Metas”, siendo el término metas mucho más “neutro”, generando una respuesta menos contaminada y un mayor centramiento de los sujetos en la escala propiamente dicha.

El engaño en una investigación de variables de comportamiento es considerado aceptable si éste no pone a los sujetos en un riesgo mayor al que es razonable esperar en condiciones de vida comunes y corrientes; si es razonable pensar que la variable puede cambiar si los sujetos conocen el verdadero objeto de la investigación, y si se realiza un adecuado debriefing a todos los sujetos al final del estudio.

Según el ya citado estudio de Skitka y Sargis (2006), sólo en un 18% de los casos los estudios realizados por medio de Internet implicaron algún grado de engaño.

Las siguientes son algunas de las limitaciones de las investigaciones a través de Internet (Birnbau, 2000; Skitka & Sargis, 2006).

1. Resultados podrían no ser generalizables a la población: Los usuarios de Internet (en adelante, internautas) pueden diferir de los no internautas en diversos modos que pueden ser significativos para la finalidad de las investigaciones. Por ejemplo, en Lima (Apoyo, 2006), el internauta típico es un varón de nivel socioeconómico C/D, de 27 años en promedio, soltero, que trabaja y/o habita en Lima Norte, Lima Este o Lima Central. En el aspecto motivacional, el internauta típico de Lima usa la Internet para comunicarse (vía correo electrónico y/o de las diversas opciones de chat disponibles), para buscar información –sobre todo datos de referencia académica—, y para “bajar” y/o escuchar música. Un dato sumamente importante es el de la modalidad de conexión. Mientras que en casi todos los demás países del mundo los internautas suelen conectarse desde sus

hogares u oficinas, en el Perú quienes navegan por Internet típicamente acceden desde cabinas públicas. Por lo demás, como se comprueba en la Tabla 9, algunas características del perfil del internauta están claramente definidas (género, lugar de acceso, usos, y nivel de conectividad), mientras que otras están bastante dispersas (nivel socioeconómico, grupo etario, motivo de uso). Casos limítrofes son la ocupación principal, el horario de acceso, y el nivel de acceso semanal. Sin embargo, si distinguimos sólo las características que podrían tener una incidencia evidente en cuanto a los niveles de una variable psicológica, sólo tendríamos al género y la educación como posibles diferencias significativas de los internautas con respecto a los no internautas. Esto, claro está, si asumimos que las características del internauta peruano mantienen un grado razonable de similitud con las del internauta limeño.

Tabla 9. Perfil del Internauta Limeño

CRITERIO	SEGMENTO	PORCENTAJE
Nivel Socioeconómico	C	36%
Género	Masculino	57%
Grupo de Edad	Joven (18 a 24 años)	23%
Ocupación Principal*	Estudiante	47%
Lugar de Acceso	Cabina Pública	83%
Acceso Semanal	1 ó 2 veces	19%
Tiempo de Conexión	Menos de 2 horas	65%
Antigüedad en el uso*	Maduro (1 o 2 años)	46%
Motivo de uso	Contacto con otras personas	90%
Nivel de Conectividad	Medio: tiene PC o celular	42%

Nota: Según diversos criterios (adaptado de Apoyo, 2006)

INTERNAUTAS SEGÚN NSE

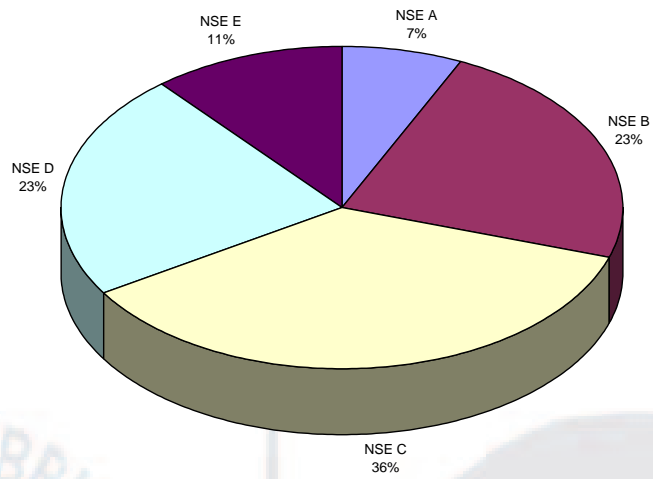


Figura 9. Internautas limeños según Nivel Socioeconómico

Nota: Adaptado de Apoyo, 2006

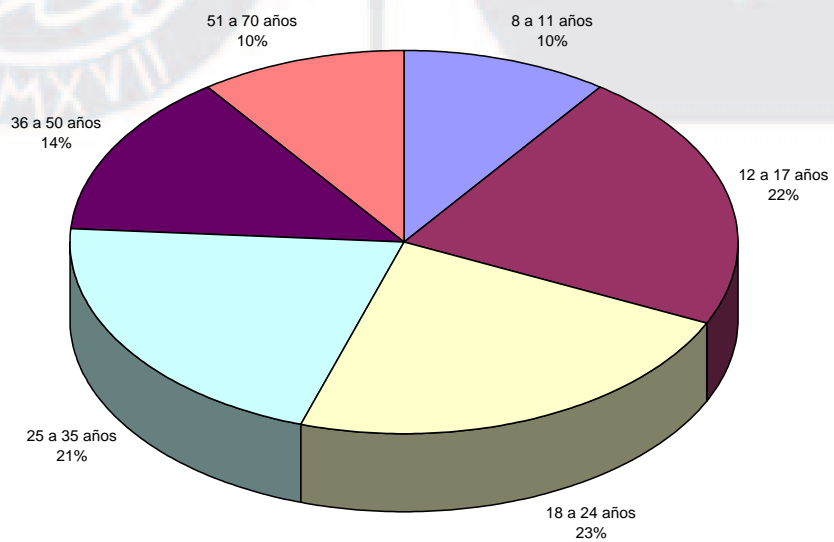


Figura 10. Internautas limeños según grupos de edad

Nota: Adaptado de Apoyo, 2006

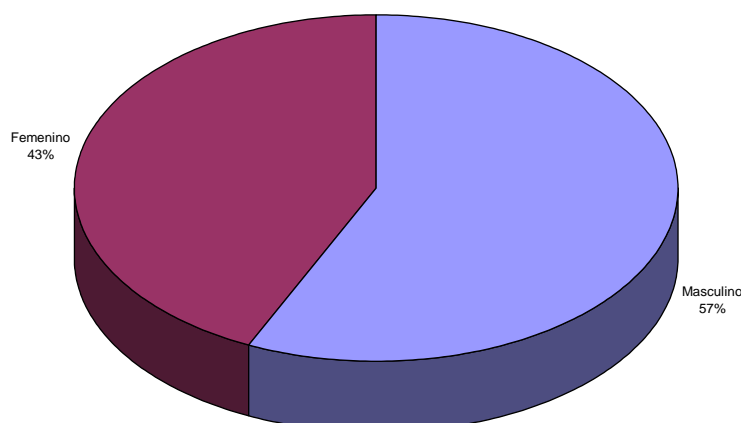


Figura 11. Internautas limeños según género

Nota: Adaptado de Apoyo, 2006

2. Existencia de cierto nivel de error por falta de respuesta: Este tipo de error de la muestra se refiere al error de muestreo generado por el simple hecho de que no todas las personas que son reclutadas para un estudio a través de Internet llegarán a participar en él, o cuando es aplicable, a completar todas las diversas fases de la investigación. La magnitud total de este tipo de error es casi imposible de calcular, ya que para ello se debe determinar cuál es el número de personas expuestas a una convocatoria a investigación por Internet, y comparar ese número con la cantidad de participantes efectivos. Si bien ciertos medios de comunicación pueden ofrecer cifras acerca del impacto de un aviso sobre su población total de lectores, en la práctica sería muy dificultoso determinar el subconjunto de la población expuesta que cumple con los requisitos para ser parte de la muestra, y sumar ese porcentaje a lo largo de todos los medios de

comunicación usados (incluida la Internet misma) para especificar la cantidad de personas totales expuestas a la convocatoria y susceptibles de participar. Por lo pronto, en los EEUU, donde hay un uso mucho más extendido de Internet, la tasa de respuesta a convocatorias de investigación por esa vía oscila entre 20 y 25%, una tasa baja si la comparamos con la tasa de éxito de convocatorias a investigaciones donde se recolectan datos por teléfono (donde la tasa de éxito es entre 36 y 61%, dependiendo del nivel de seguimiento a los convocados). Por otro lado, algunos estudios (por ejemplo, (Krantz & Dalal, 2000) sugieren que por lo menos en ciertos casos las diferencias entre las conclusiones de estudios con una tasa de convocatoria mayor y otros con una convocatoria mucho menor no varían significativamente. Esto último daría indicios de que la generalizabilidad de los estudios por Internet, aun si la tasa de respuesta de la muestra es baja, sería mejor que la que hasta ahora se había venido asumiendo

3. Limitaciones debidas a las características de la Internet como medio: Por ejemplo, es virtualmente imposible someter vía web a los sujetos a estímulos sensoriales distintos a los audiovisuales, como los táctiles y olfativos por ejemplo. Otro punto importante, y tal vez más práctico, es que la capacidad de una persona para responder una encuesta o formato electrónico por Internet depende de las características del equipo que esa persona está usando para acceder a la web: diferencias en el monitor, el procesador, la velocidad de conexión, el software usado, etc. pueden tener un impacto si, por ejemplo, el sujeto está tratando de resolver una prueba de habilidades cognitivas o de discriminación visual, sobre todo si la

velocidad de respuesta es uno de los elementos a evaluar. Por otro lado, una vez más, diversos estudios (Baron & Siepmann, 2000) parecen indicar que, pese a lo mencionado, muchos estudios que evalúan habilidades cognitivas vía Internet tienden a replicar con razonable precisión los resultados de estudios similares conducidos por medios tradicionales.

4. Pérdida de control que el investigador sufre cuando somete a los participantes de un estudio a una condición experimental vía web: En efecto, los sujetos pueden estar en literalmente cualquier situación mientras responden a un formato electrónico, mientras que en un salón el investigador tiene a los sujetos enfrente y puede controlar el ambiente en que se resuelve ese mismo formato. Por supuesto, esta limitación es mucho más seria en el caso de estudios de tipo experimental, más que en los otros tipos de investigación, ya que la mayoría de diseños experimentales implica cierto grado de estandarización de la situación del sujeto durante el experimento. En especial, la existencia de distractores en el medio circundante al sujeto es un factor a considerar, sobre todo en investigaciones donde el factor cognitivo es importante (hoy por hoy es muy fácil para alguien conectado a Internet escuchar música, leer y escribir casi simultáneamente; esto sin mencionar los distractores externos, como la presencia de otras personas, el estado físico y emocional del mismo sujeto, etc.).
5. El anonimato de la Internet: Casi todas las interacciones que se llevan a cabo en la web pueden realizarse bajo anonimato; casi siempre es potestad de quien se comunica revelar o no su propia identidad. De hecho, este

rasgo es uno de los atractivos del medio virtual, pero también tiene efectos importantes que influyen en las investigaciones. El cuidado por no revelar datos privados es una de las constantes entre muchos usuarios de Internet, sobre todo en países donde ésta tiene una mayor penetración y los usos que se le da incluyen el manejo de información confidencial de salud, finanzas personales, y otros. De hecho, casi todos los sitios de Internet que requieren alguna forma de identificación tratan de evitar pedir información personal a sus usuarios, debido a que éstos suelen reaccionar con desconfianza ante tal tipo de demandas. Uno de los efectos más deletéreos del ocultamiento de identidad para una investigación vía web es que el sujeto mienta acerca de sus propias características o en su patrón de respuestas. De hecho, no sólo ocultar, sino cambiar la propia identidad total o parcialmente (mentir acerca del propio género, edad, ocupación, etc.) es una de las prácticas más extendidas entre los internautas. Todo esto es particularmente problemático cuando se trata de una investigación enfocada en actitudes, valores o personalidad. Además, está bien documentada la relación entre anonimato y conducta antisocial (Deiner 1980; Zimbardo 1970, citados en Skitka & Sargis, 2006), y ello puede llevar a respuestas hostiles y agresivas de parte de los participantes. Por otro lado, también existe evidencia adicional que sugiere que las personas en situación de anonimato tienden a ser más extremos en sus prejuicios de lo que serían cara a cara (Sassenberg & Boos 2003, citados en Skitka y Sargis, 2006). Pese a todos estos hallazgos, sin embargo, existen otros estudios que sugieren que los patrones de comportamiento en Internet

tienden a replicar la conducta fuera de la Internet, al menos para el caso de los grupos de adolescentes, entre quienes la Internet es una parte más integral de la vida cotidiana que para adultos de mayor edad (Whitlock, Powers, & Eckenrode, 2006).

6. Ambigüedades éticas: según las regulaciones vigentes en EEUU, no es necesario obtener un consentimiento informado para observar conductas que se desarrollan públicamente, y/o en situaciones donde los sujetos no pueden asumir razonablemente que existe privacidad (Barak, 1999). Por ejemplo, las interacciones entre personas en un salón de chat al que cualquier internauta puede ingresar se consideran tan públicas como las conductas entre un grupo de personas en un parque público. Aun así, muchos internautas podrían considerar una violación de su privacidad el hecho de que un investigador copie el texto de sus conversaciones en tales situaciones. De hecho, esto ha pasado incluso cuando simplemente el investigador ha registrado patrones de conducta y no contenido verbal (Finn & Lavitt 1994, King 1996, citados en Skitka & Sargis, 2006). Otro aspecto éticamente espinoso se produce cuando la investigación implica algún grado de engaño al participante, pues (como ya se mencionó antes), en esos casos es necesario hacer un debriefing, proceso que puede llegar a ser bastante difícil de cumplir cuando se trata de la web, en donde los correos electrónicos que a menudo usan los usuarios como medio de contacto cambian con mucha más facilidad que las direcciones físicas. A esto se añade la posibilidad de que el participante abandone la investigación antes de terminar ésta y por lo tanto nunca llegue a recibir el

debriefing del caso. De hecho, el engaño en investigaciones por Internet debe hacerse con muchísimo cuidado, ya que su empleo reiterado puede generar un efecto de “envenenar el pozo”; es decir, de hacer que las personas más proclives a participar en este tipo de investigaciones se vuelvan cada vez más desconfiadas y reacias a hacerlo. Por último, en la eventualidad de que una investigación causase algún efecto negativo en un participante, la capacidad del investigador para tomar medidas correctivas —e incluso simplemente para evaluar el daño causado— se ve bastante restringida cuando todo el estudio se ha realizado vía web, donde el sujeto podría estar no sólo en otra ciudad, sino en otro continente. Por lo demás, se ha comprobado la existencia del llamado *efecto Barnum*, es decir, la credulidad de las personas al recibir retroalimentación acerca de su propia personalidad, incluso si ésta es totalmente ficticia (Anastasi, 1997, citado en Barak & Buchanan, 2003); así como el impacto que cierta información online puede tener sobre el estado de ánimo de los internautas (Goritz et al, 1999, citado en Barak & Buchanan, 2003), en especial entre aquellos con problemas emocionales y/o baja autoestima preexistentes, rasgos que harían que estas personas sean precisamente quienes estén más propensos a buscar información en Internet relacionada con investigaciones sobre conducta.

7. Inexistencia de regulación adecuada: Muchos países, entre ellos el Perú, carecen de lineamientos legales específicos que apliquen a una situación de evaluación psicológica a través de la web. En el caso de nuestro país, al momento de escribirse estas líneas los principales tópicos relacionados a la

Internet cubiertos por legislación son los derechos de autor, la seguridad de acceso a datos protegidos, la promoción del acceso a Internet entre los segmentos menos favorecidos de la población, etc. El Colegio de Psicólogos del Perú, como ya se mencionó anteriormente, tampoco menciona el tema en su página web institucional (<http://www.colegiopsicologosperu.org>, consulta del 25 de Julio de 2006), ni en ninguno de los documentos alojados allí. Por lo demás, la práctica de evaluaciones, aplicación de tests, e incluso consejería y terapia de índole psicológica (*telesalud del comportamiento*, Barak & Buchanan, 2003) implica, en muchos casos, la interacción remota de internautas que pueden, literalmente, participar desde todas las partes del mundo. Ello complica mucho más las cosas, pues en muchos casos no quedaría claro qué legislación podría aplicar, cuando ésta efectivamente exista. Las principales guías son los documentos académicos que asesoran acerca de las peculiares características de la investigación por Internet (por ejemplo, Barak & Buchanan 2003), y la guía referencial de los códigos de ética aplicables (APA, 2002). Claramente existe un vacío a este respecto en nuestro país.

Tabla 10. Principales Limitaciones de la Investigación por Internet

LIMITACIONES
1. La muestra puede no ser generalizable a la población offline
2. Existencia de error por no respuesta
3. Influencia de hardware y software
4. El investigador no controla el momento ni lugar de la respuesta
5. El anonimato del internauta puede generar respuestas falsas
6. Los internautas pueden sentir que se viola su privacidad
7. No hay reglas de juego claras

Nota: Elaboración propia.

Por otro lado, las siguientes son algunas de las ventajas de la investigación a través de Internet.

1. **Posibilidad de Contar con Muestras Grandes:** Tal vez la primera gran oportunidad que surge cuando un investigador se plantea realizar un estudio valiéndose de la Internet es la capacidad de ese nuevo medio de comunicación para atraer fácilmente a cientos, miles o incluso millones de personas (por ejemplo, Nosek et al. 2002, citados en Skitka & Sargis, 2006, recolectaron más de 2.5 millones de respuestas a su Cuestionario sobre Actitudes y Creencias). De hecho, en países como Estados Unidos, ya existen organizaciones que han generado “pools” o grandes paneles de personas dispuestas a participar en estudios vía Internet; estos paneles tienen representatividad estadística respecto a la población de ese país, y son contactados a través de la organización, o bien por medio de avisos

publicados en la misma web. Esto es un verdadero salto cualitativo, si tomamos en cuenta que tradicionalmente las investigaciones psicológicas han venido siendo realizadas usando muestras reducidas, principalmente estudiantes de pre-grado de Psicología que se avienen a los experimentos por curiosidad académica (en el mejor de los casos) o por congraciarse con sus profesores (en el peor de los casos). Por décadas los mismos psicólogos han venido cuestionando algunos de estos estudios, muchos de los cuales han llegado a formar base fundamental de muchas teorías psicológicas. Sin embargo, la accesibilidad de este tipo de muestras (*convenience samples*, como son gráficamente llamadas) se imponía por sobre las exigencias metodológicas. Hoy por hoy, la posibilidad de replicar las antiguas investigaciones vía web, con muestras mucho más amplias y diversas, es probablemente uno de los “filones” que más prometen en la investigación psicológica, pues une a la relativa facilidad de ejecución, un nivel de beneficio considerable.

2. Posibilidad de Contar con Muestras Específicas: Por otro lado, la gran cantidad de usuarios en la red de redes hace posible la búsqueda de muestras ‘especiales’ (personas de orientación sexual minoritaria, grupos de ideología radical y violentista, comunidades de jugadores de azar, fanáticos de artistas musicales o cinematográficos, grupos de apoyo a personas con enfermedades graves, etc.). Estos grupos o sub-culturas serían muy difíciles de contactar por otros medios, donde, además de la probable dispersión geográfica, no estarían protegidos por el anonimato que en muchos casos los caracteriza en la web, sobre todo en el caso de

personas con intereses socialmente estigmatizados. De hecho, existen estudios que afirman que los miembros de grupos minoritarios que participan en foros, chats o grupos de discusión vía web con personas afines experimentan, al cabo de cierto lapso, una elevación en su autoestima y una mayor aceptación del rasgo propio que es socialmente rechazado.

3. Bajo costo marginal por participante: Como es usual en casi todas las aplicaciones de Internet, el costo de publicación y mantenimiento es relativamente alto inicialmente, pero luego de alcanzar un nivel de audiencia crítico, el costo marginal por cada participante adicional tiende a ser muy bajo. Esta característica hace que la Internet sea ideal para conducir investigaciones con muestras amplias, sobre todo si tomamos en cuenta que no es necesaria la presencia física de un investigador calificado para que el participante tome parte en un estudio. En Estados Unidos, por ejemplo (Cobanoglu et al. 2001, citado en Kraut, Olson, Banaji, Bruckman, Jeffrey, & Couper, 2004)) el costo marginal por participante para un cuestionario enviado por vía postal era de aproximadamente 1.93 US\$; el mismo cuestionario aplicado vía telefónica oscilaba entre 40 y 100 US\$; mientras que en el caso de una página web el costo por sujeto participante es casi cero, pese a que, como ya se mencionó previamente, una página web tiende costos fijos más altos.
4. Eliminación del error humano: Tradicionalmente, las escalas, tests y cuestionarios que casi siempre caracterizan a las investigaciones psicológicas requieren una clave o plantilla de calificación y la

transcripción de los resultados en algún medio almacenable. Como es de esperar, este método tiene desventajas. De hecho, existe evidencia que indica un significativo margen de error, aun en las calificaciones más simples (Elliott & Byrd, 1985, citado en Kraut et al., 2004). Con la Internet, existen diversas opciones que permiten las calificaciones más complejas, llegando a opciones sofisticadas, como puntuaciones condicionales (se puntúa distinto en base a las características del sujeto, por ejemplo), calificación ponderada, etc.

5. Velocidad en el procesamiento. El lenguaje html, los scripts php y otras características de los cuestionarios vía web permiten que las respuestas y puntajes se calculen y/o cotejen contra una plantilla de manera automática, evitando la demora (y el costo) que implica el mismo proceso cuando es realizado manualmente por el investigador.
6. Almacenamiento eficiente, económico y seguro de los datos: Dependiendo del nivel de inversión y el diseño del estudio que defina el investigador, es posible que un cuestionario, escala o formato publicado en Internet recolecte información y la guarde en un servidor en el cual se alquile espacio a tal efecto, se almacene dentro del mismo sitio web, o bien sea totalmente volátil y simplemente se muestre como un total efímero al final de la participación del sujeto, sin ser guardado. En cualquiera de los dos primeros casos, es perfectamente posible copiar la información -- “bajarla” — a un disco duro u otro medio óptico o magnético de almacenamiento, para su debido respaldo.

7. Posibilidad de brindar retroalimentación inmediata al participante: Debido a la velocidad de procesamiento y a la eliminación del error humano en éste, ahora es posible brindar el resultado de cualquier test, escala o cuestionario de modo inmediato, apenas el participante ha terminado de llenarlo. Esto, claro está, como posibilidad, ya que existen ciertas objeciones éticas que pueden hacer desaconsejable seguir tal opción (ver Limitaciones, Ambigüedades éticas).
8. Menor tiempo en la recolección de data. A diferencia de la investigación tradicional, donde es necesario disponer de un espacio físico adecuado, material reproducido en las cantidades necesarias, personal que coordine, controle y absuelva las preguntas, etc., los estudios realizados mediante Internet son capaces, siendo todas las demás características del estudio las mismas, de recolectar en un solo día una cantidad igual o mayor a la que un equipo de investigadores podría recolectar en varias semanas o incluso meses de convocatorias y evaluaciones en espacios físicos. Esto se debe tanto a la enorme cantidad de internautas, como a la desaparición de las barreras de tiempo, ya que un sitio web está disponible a todos los internautas del mundo las veinticuatro horas del día.
9. Mayor conveniencia para los sujetos. A diferencia de la investigación tradicional, donde los sujetos deben por lo general someterse (o en el mejor de los casos, negociar) el momento y lugar donde se someten a una investigación, cualquier cuestionario basado en web puede ser contestado en el tiempo y espacio que el participante elija. Esto hace que aumente la validez ecológica (es decir, ratifica que un cuestionario, test o escala es

válido para aplicarse en más de una única situación o lugar), y propicia un mejor rendimiento del sujeto, pues éste mismo escoge las condiciones en las que se siente más cómodo para responder. El lado negativo de esta comodidad es que, a diferencia de los estudios offline, en la Internet el porcentaje de participantes que abandonan es mucho más alto, ya que el “compromiso psicológico” entre participante e investigador es mucho más débil cuando se realiza a través de un medio sin contacto directo.

10. Democratización de las investigaciones. En la investigación clásica, existe una serie de barreras de entrada, consistentes en prestigio académico, relaciones con instituciones, financiamiento, y otros. Al recurrir a la Internet como medio de investigación, los costos bajan dramáticamente, las muestras aumentan en tamaño y diversidad, y la falta de organismos censores hacen que sea relativamente sencillo realizar estudios científicos, en especial de variables de comportamiento. En el mundo offline, las barreras impiden el acceso a la actividad de investigación para muchos estudiantes y profesionales que no cuentan con esas facilidades. El resultado es la pobreza intelectual, la elitización del conocimiento y el desinterés de muchas personas con inquietudes válidas en posibilidad de resolverse mediante métodos científicos. Todo ello, ultimadamente, desemboca en una sociedad sin información ni conocimiento de sí misma, al menos los obtenidos mediante el valioso método científico. Por consiguiente, en la sociedad se sobrevalora las creencias y los intereses particulares y grupales, que a menudo llevan a prioridades políticas y organizacionales sin el debido fundamento. Esto, que sucede incluso en

países con una abundancia relativa de fuentes de financiamiento y gran actividad académica, como los EEUU (Kraut et al, 2004), es mucho más señalado en realidades como la peruana, donde a la marcada falta de promoción de la actividad científica y una desvalorización de sus potenciales beneficios por parte de los agentes sociales, existe una extrapolación imprudente de resultados de investigaciones realizadas en realidades distintas a la nuestra.

11. Mayor flexibilidad para usar instrumentos de investigación más atractivos, automatizados e “inteligentes”. La web es una poderosa y muy flexible plataforma de presentación, capaz de contener materiales audiovisuales y tratamiento complejo de información. Una gama ampliada de recursos frente al mundo offline hace válida la comparación con el mundo musical: para el investigador, es como para los músicos cuando pasaron del clavicordio al piano: mayores matices, más atractivo y riqueza de opciones creativas. Ahora es posible elaborar cuestionarios que “reaccionan” en función de las características del sujeto, preguntas que se eligen automáticamente según las respuestas previas, medir los tiempos de respuesta a cada ítem de una escala o a todo el instrumento, determinar si un sujeto cambió varias veces su respuesta, etc. La disponibilidad de añadir colores, sonidos, animaciones e incluso videos hará que cada vez mayor cantidad de internautas dediquen un tiempo a resolver cuestionarios que, transcritos en papel y resueltos en un salón controlado, son mucho menos atractivos. Además, la gama de constructos que pueden ser evaluados se amplía dramáticamente, y la capacidad para manipular

variables y condiciones del mismo instrumento hace posible ejecutar auténticos diseños experimentales que antes eran mucho más complicados de realizar.

12. Posibilidad de investigar fenómenos de conducta de difícil acceso por otros medios: La interacción grupal, el surgimiento de liderazgo, la evolución de una comunidad, procesos de negociación espontánea, la formación de una identidad colectiva en un grupo, y la influencia personal, son sólo algunos ejemplos de los fenómenos conductuales que son difíciles de observar e investigar en un contexto offline, pero que se ven beneficiados al ser abordados mediante la web. En la Internet, el investigador puede recopilar las interacciones entre los miembros de un grupo (por ejemplo, en un foro o un salón de chat), incluso transcribir sus diálogos literalmente, y luego aplicar el análisis de contenido, análisis de causa-efecto, sociogramas, y una amplia variedad de herramientas psicológicas, para varias de las cuales existen incluso soluciones de software que automatizan los pasos más operativos y repetitivos. Observar e investigar en el mismo grado de profundidad y a los mismos costos y tiempos las contrapartes de estos fenómenos en la realidad offline sería prácticamente imposible.

13. Calidad de Datos: Existen estudios recientes que han descubierto que muchas investigaciones vía Internet ostentan una mejor calidad de datos si se las compara con otros medios de recolección; específicamente, un menor error de medición (Skitka & Sargis, 2006), y menor deseabilidad social (la tendencia a responder según lo que el sujeto percibe como

aceptable para otros). Por otro lado, la validez y calidad de los resultados de cuestionarios vía web es similar a las obtenidas offline o incluso mediante entrevistas personales cara a cara, y tienen mayor calidad que los resultados obtenidos por entrevista telefónica, siendo estos métodos mucho más caros y lentos (Skitka & Sargis, 2006). En especial, los cuestionarios experimentales, que a menudo incluyen muchas alternativas e ítems condicionales (si el sujeto responde de determinada forma a un ítem, debe escoger a continuación un ítem específico), tienden a tener una tasa de respuesta y completamiento mucho mayor en sus versiones web que en sus versiones de papel y lápiz. Más aún: como en la Internet todos los sujetos que resuelven un cuestionario o escala lo hacen voluntariamente, su motivación para completar la experiencia y la calidad de sus respuestas tiende a ser mayor. Por último, la sinceridad y validez de las respuestas que emite un internauta, en el momento y lugar que les son más cómodos y convenientes, tenderán siempre a ser mejores que las repuestas de sujetos que deben resolver formatos en un salón bajo observación de un investigador, en un momento prefijado que bien podría no ser el más propicio para cada individuo.

14. El Perú está entre los primeros cinco países de Latinoamérica en relación al mayor uso de Internet, y el impacto más grande que tiene la Internet sobre los peruanos se relaciona con el trabajo (Corporación Latinobarómetro, 2008), por lo que una muestra peruana de internautas expuesta a instrumentos que miden aspectos laborales tendría un menor sesgo del que podría tener en otros países de la región.

Tabla 11. Principales Ventajas de la Investigación por Internet

VENTAJAS
1. Se puede acceder a muestras muy grandes
2. Se puede acceder a muestras especiales
3. Bajo costo marginal por participante
4. Los datos se pueden recolectar más rápido
5. Los datos se pueden procesar más rápido
6. Se elimina el error humano en el procesamiento
7. El almacenamiento es automático y eficiente
8. Se puede dar retroalimentación inmediata al sujeto
9. Los sujetos responden cuando les es más conveniente
10. Barreras de entrada para investigar son más bajas
11. Los instrumentos pueden ser más atractivos e “inteligentes”
12. Se puede investigar más fácilmente ciertos fenómenos de conducta
13. Los datos en sí son de mayor calidad
14. Los peruanos están familiarizados con Internet y la aplican a lo laboral

Nota: Elaboración propia

Las siguientes son algunas medidas que proponen para mitigar el efecto de las limitaciones ya anteriormente señaladas.

1. Ante la falta de generalizabilidad estadística a la población general. Ante todo, parece sensato renunciar a la pretensión de generalizar estadísticamente los resultados de una investigación vía web a la población general. Si bien --a diferencia de otras realidades como la norteamericana-- en nuestro país el acceso a Internet ha sido

democratizado por el fenómeno de las cabinas públicas, aún puede afirmarse la existencia de diferencias significativas entre el segmento de internautas en relación al segmento de no internautas. Aunque no existen estudios específicos de este tema a nivel nacional, basados en los hallazgos a nivel de Lima (Apoyo, 2006), es posible conjeturar que los principales rasgos que diferencian a los internautas radiquen en el género (preferentemente masculino), edad (segmento más joven), y educación (superior técnica y superior). Por todo lo anterior, se considera que la finalidad más válida de una investigación por Internet, desde el punto de vista metodológico, es aspirar a la validez interna antes que a la generalización a la población general. La validez interna establece la aplicabilidad a la población de las relaciones halladas entre las variables, más no los valores específicos hallados en una muestra.

2. Ante la existencia de un error de respuesta. Es probable que una investigación donde se promueva la participación de los sujetos mediante compensaciones atractivas, combinada con una investigación profunda de los medios más efectivos de llegar a la población objetivo, pueda reducir el margen de error por falta de respuesta a una convocatoria a participar. Por lo demás, este tipo de error es básicamente sistémico, es decir, afecta a cualquier investigación que se realice por Internet; no calculable, por la gran dificultad de determinar sus componentes de cálculo, según lo ya expuesto; y no controlable, debido a la índole primordialmente voluntaria de la navegación por Internet.

3. Ante las limitaciones de la Internet como medio. La influencia del hardware y software será tanto mayor en relación directa a dos factores:
 - a. La sofisticación del instrumento de recolección de información usado en la investigación. En relación a esta variable, una investigación psicológica que use una serie de cuestionarios simples se verá menos sujeta a este tipo de limitaciones.
 - b. El tipo de variable que se pretende medir. Si se trata de medir tiempos de respuesta, discriminación visual, percepción auditiva u otra variable relacionada al rendimiento y/o la cognición. Una investigación que pretende medir variables de personalidad, actitudes, valores u variables no relacionadas a lo cognitivo tenderá a estar menos limitada por el hardware y el software usado para conectarse a Internet.
4. En general, al usar un cuestionario que tenga requerimientos de procesamiento mínimos por debajo del estándar de la industria, la influencia del hardware y software usados para conectarse a Internet se minimiza.
5. Ante la pérdida del control por parte del investigador. Este tipo de control es requerido ante todo en investigaciones de tipo experimental, donde la estandarización de la situación del sujeto es parte esencial del diseño metodológico. Una investigación correlacional o descriptiva, en vez de ser impactada por esta falta de control puede ganar en cuando a su validez ecológica.

6. Ante el efecto del anonimato propio de la Internet: La motivación principal para que una persona incurra en conductas socialmente indeseables (como la falsificación de información, el ataque a las páginas web, etc.) se liga principalmente a la motivación por obtener reconocimiento, ganar notoriedad en una comunidad online, o enmascarar sus propios rasgos de personalidad. En una investigación por Internet esto último es poco probable, ya que la persona que por una razón u otra no desea brindar su propia información (aun cubierto por un acuerdo de confidencialidad), simplemente no participará en este tipo de investigación. La inexistencia de una comunidad en la que insertarse y ganar aceptación es otro factor a favor. Además, el hecho de emplear cierta dosis de engaño, posteriormente develado, que haga aparecer la investigación como menos “personal” en su contenido, podría hacer que este tipo de persona se abstenga de adulterar los datos que finalmente decida compartir con el investigador.
7. Ante las ambigüedades éticas. Mientras mayor impacto pueda tener una investigación en la salud mental y emocional de un sujeto, menos aconsejable será realizarla a través de la Internet. El hecho de que el tiempo y el lugar sean totalmente flexibles, y el contacto directo inexistente en este medio, hacen que cualquier acción que pudiera intentar el investigador para remediar el impacto negativo de su estudio en un sujeto dado pueda llegar a ser de difícil a prácticamente imposible. Por lo tanto, la única manera de mitigar este tipo de limitación es abordar una investigación en la cual la probabilidad de impacto negativo no remediable

a través de simple información sea lo más baja posible. El uso del consentimiento informado es fundamental para minimizar este tipo de impacto.

8. Ante la falta de reglas de juego claras. Debido a que este medio de investigación aún es bastante novedoso en ciertos contextos nacionales (sobre todo, el peruano), es imposible aplicar normativas legales o reglamentarias que definan patrones aceptables de conducta del profesional investigador. Por lo tanto, una manera de mitigar este riesgo es apelando, a modo de referencia, a los reglamentos definidos por la Asociación Psicológica Americana (APA, 2002), de los EEUU, país que cuenta ya con ciertos lineamientos profesionalmente aceptados a este respecto.
9. En suma: Una investigación que trate de mitigar las limitaciones de Internet mencionadas debería priorizar la validez interna sobre la generalizabilidad estadística de los resultados; minimizar el error por no respuesta apelando a mecanismos que motiven la participación; utilizar cuestionarios básicos como medio de evitar el impacto de la variabilidad en hardware y software usado para conectarse; ser de preferencia no experimental; explorar variables que sean menos relativamente menos “personales”, o al que menos se presenten como tales (asumiendo un adecuado *debriefing*); usar el consentimiento informado y estudiar variables que tengan probabilidad de impacto psicológico adverso en el sujeto; y emplear referencialmente las normativas de otros países, a falta de reglamentos profesionales nacionales aplicables.

2.5 Hipótesis de Investigación

- 2.5.1 Hipótesis General 1: los miembros de la muestra de El Comercio tendrán menor nivel de esperanza que los miembros de la muestra de estudiantes de maestría Centrum.
- 2.5.2 Hipótesis General 2: las variables sociodemográficas más estables (grado de instrucción, experiencia laboral, profesar una religión), tendrán una asociación más notoria con los niveles de esperanza que las variables menos estables (empleo/desempleo, lugar de residencia, edad), mientras que otras variables no mostrarán asociación (lugar de nacimiento, número de meses de desempleo, tipo de la empresa y rama laboral en que trabaja el participante).
- 2.5.3 Hipótesis General 3: las variables de actitud laboral (nivel de satisfacción con los diversos aspectos del puesto y de la empresa en que se trabaja) mostrarán asociación positiva con los niveles de esperanza.

CAPÍTULO III: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se define el alcance, el tipo de investigación, la población objetivo y la muestra, el diseño del instrumento de medición y el proceso de recolección de datos correspondiente a la presente investigación.

3.1. Tipo de Investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo, dado que busca, en forma secuencial, establecer objetivos y preguntas de investigación, revisión de literatura, planteamiento y prueba de las hipótesis (Hernández et al., 2006) al caso de los niveles de esperanza en una muestra de internautas pertenecientes a la PEA.

De la revisión de conceptos metodológicos en el capítulo anterior (véase sección 2.4.1.), se puede señalar que el presente estudio es correlacional, debido a que evalúa la correlación entre las variables señaladas en las hipótesis.

3.2. Población Objetivo

La población objetivo de la presente investigación son los peruanos mayores de edad (dieciocho años o más), que navegan por Internet, y que pertenecen a la Población Económicamente Activa, en calidad e empleados o desempleados en búsqueda de empleo a la fecha de la investigación.

3.3. Muestra

La muestra está constituida por 615 internautas mayores de edad, económicamente activos, de nacionalidad peruana.

Esta muestra fue recolectada de modo no probabilístico. Es decir, se empleó dos métodos incidentales, los cuales definen dos subgrupos muestrales.

El primer subgrupo muestral fue contactado a través de un banner publicitario en el sitio web del Diario El Comercio (<http://www.elcomerciope.com.pe>). En adelante, cuando nos refiramos a este subgrupo lo llamaremos “subgrupo El Comercio”, o “muestra El Comercio”.

El segundo subgrupo muestral fue contactado a través de una convocatoria mediante correo electrónico a los alumnos de las promociones de MBA Gerencial de Centrum Católica. En lo sucesivo este subgrupo será denominado “subgrupo Centrum”, o bien “muestra Centrum”.

En ambos subgrupos la participación fue voluntaria.

3.3.1. Muestra El Comercio

Los participantes fueron convocados a través de un banner publicitario en la sección intermedia de la primera pantalla del sitio web del Diario El Comercio. Este banner fue *impreso* (expuesto a los visitantes del sitio web) 106,000 veces entre el 12 de abril y el 02 de mayo del 2007.

El contenido del banner publicitario prometía un incentivo a manera de premio por llenar todos los instrumentos y encuestas; aun así el nivel de éxito de la convocatoria fue bajo (ver Tabla 12).

Por otro lado, de las 1,041 personas que se interesaron por el contenido del aviso, sólo 484 brindaron los datos requeridos para la presente investigación.

Tabla 12. Porcentaje de Éxito en Convocatoria para la Muestra El Comercio

Días	Impresiones	Clicks	% Éxito
Lunes a Viernes	78,000	759	0.97%
Sábado/Domingo	28,000	282	1.01%
Total	106,000	1041	0.98%

Nota: Elaboración Propia.

3.3.2. Muestra Centrum

Esta muestra fue reunida teniendo como interés principal el servir de contraste a los resultados que pudieran obtenerse de la muestra El Comercio. Se controló que los participantes de este subgrupo tuvieran las características necesarias para ser comparables con la muestra El Comercio.

Estos participantes fueron convocados en coordinación con la Coordinadora de Maestrías, por entonces la Sra. María Cecilia Seminario, quien envió un mensaje de correo a los alumnos de MBA Gerencial, promociones 12 a 20, el día 4 de junio del 2007, el cual contenía un vínculo hacia la encuesta e instrumentos de medición de la investigación.

De todos los convocados, 131 personas brindaron la información necesaria para ser incluidos en la presente investigación.

3.4. Instrumentos de Recolección de Datos

De acuerdo al enfoque, objetivos, alcance e hipótesis de la presente tesis; a ambas muestras se les aplicó una encuesta web alojada en el Portal *Survey Monkey* (<http://www.surveymonkey.com>).

El cuestionario elaborado cuenta con tres partes. Tales partes son: (a) Datos Generales; (b) Escalas de Medición, y (c) Encuesta Laboral; la primera contiene datos demográficos como género, edad, lugar de residencia, nivel de estudios, tipo de trabajo desarrollado a la fecha, años de experiencia laboral, religión que se profesa. La segunda parte incluye las dos escalas de medición usadas en el presente estudio: la Escala de Esperanza de Adultos de Snyder, y la Escala de Bienestar Subjetivo de Diener. La tercera parte indagaba acerca de algunos datos laborales y algunas actitudes del participante en relación a su trabajo (en caso de tenerlo); en el caso de los participantes desempleados, se indagaba acerca de las aspiraciones laborales.

A continuación una enumeración más detallada de los datos recolectados:

1. Datos Generales del Participante: incluyendo (a) Edad; (b) género; (c) origen (“¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida?”); (d) residencia (“¿En qué departamento vives actualmente?”); (e) grado de

instrucción; y (f) área laboral (“Recursos Humanos”, “Ventas”, “Operaciones”, etc.).

2. Instrumentos de Medición: Incluyeron: (a) Escala de Esperanza, presentada como “Escala de Metas”; y (b) Escala de Bienestar Subjetivo, presentada como “Cuestionario de Evaluación de Vida”.

3. Encuesta Laboral: La tercera parte del cuestionario posee dos opciones: una primera opción en el caso que la persona se encuentre trabajando, la que se encuentra conformada por datos acerca de la empresa. La segunda opción si es que la persona se encuentra buscando empleo, la que se encuentra conformada por datos acerca de esta búsqueda. Los datos por los que se indagó específicamente pueden consultarse en la Tabla 13. Cabe mencionar que las actitudes de los participantes fueron medidas mediante escala Lickert de 5 puntos (*Totalmente en Desacuerdo; En Desacuerdo; Me Falta información; De Acuerdo; Totalmente De Acuerdo*).

Tabla 13. Información Recolectada a Través de la Encuesta Laboral

TIPO DE PARTICIPANTE	DATO	OBSERVACIONES
Todos	Dato Estatus Laboral	a. Empleado; b. Desempleado; c. No Empleado (no busca empleo)
Desempleados	Tipo de Puesto Buscado	
	Meses de Búsqueda de Desempleo	Hace cuántos meses busca empleo
	Salario Mínimo Requerido	
	Cantidad de Puestos a los que ha Postulado	
Empleados	Rubro de la Empresa	
	Cantidad de Empleados de la Empresa	
	Tipo de Empresa	Estatul, Privada, ONG
	Departamento del Perú donde labora	
	Importancia de la Empresa	“Es una empresa importante”
	Calidad de Líderes en la Empresa	“Tiene buenos líderes”
	Premios y Sanciones en la Empresa	“Se premia y sanciona con justicia”
	Beneficios en la Empresa	“La empresa da beneficios a sus empleados”
	Nivel del Puesto	“¿Qué nivel consideras que tiene el puesto que ocupas?”
	Nivel Salarial del Puesto	“¿Qué nivel salarial tiene el puesto que ocupas?”
	Actitud hacia el Nivel del Puesto	“El nivel del puesto es igual o mayor al que quería”
	Actitud acerca de las Promociones desde el Puesto	“Hay buena probabilidad de promoción”
	Actitud hacia las Funciones del Puesto	“Lo que hago es lo que yo quería hacer”
	Actitud hacia el Salario del Puesto	“El salario es igual o mayor al que quería”

Nota: Elaboración Propia.

El análisis de la información de los participantes completada en el cuestionario permitirá comprobar o descartar las relaciones planteadas en las hipótesis; entre el nivel de esperanza, y las variables dependientes y de control.

3.4.1. Acerca de la Escala de Esperanza

La Escala de Esperanza Disposicional de Adultos de Snyder, definida en 1991, mide el constructo de Esperanza desde el punto de vista de la Psicología Positiva.

Tiene 12 ítems, divididos del modo siguiente:

1. Subescala Estrategias (“Pathways”): ítems 1, 4, 6, y 8
2. Subescala Agencia (“Agency”): ítems 2, 9, 10 y 12
3. Ítems Distractores: ítems 3, 5, 7 y 11

Cada ítem se responde mediante una escala Lickert de 4 puntos

(Definitivamente Falso; Mayormente Falso; Mayormente Cierto; Definitivamente Cierto).

Este instrumento ha sido estudiado en múltiples muestras para determinar su validez y confiabilidad (por ejemplo, Roesch & Vaughn, 2006). En el caso de nuestra aplicación, rotulamos este instrumento como “Escala de Metas”, según la propia recomendación del autor (Lopez, et al., 2004), ya que la denominación “Escala de Esperanza” podría haber suscitado desconcentración y/o resistencias entre los participantes.

Con el propósito de contar con una opinión fidedigna, obtener críticas y recomendaciones sobre el cuestionario aplicado a los encuestados, se realizó la validación de la traducción del inglés al castellano, del inventario de medición del constructo de esperanza. Esta validación fue realizada por un equipo de psicólogos del Departamento Psicopedagógico de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El instrumento de medición en conjunto, conformado por el inventario de medición escala del constructo de esperanza traducido del inglés al castellano y la encuesta personal de recolección de la información de las variables dependientes y de control; colocado en la página web implementada para el propósito de recolección de información fue validado finalmente por el asesor de tesis.

La Escala (en su versión original inglesa y traducción en español) puede ser consultada en el Apéndice A.

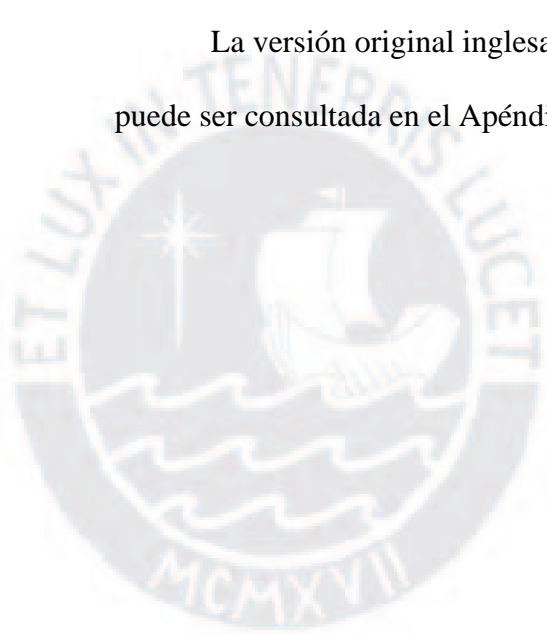
3.4.2. Acerca de la Escala de Bienestar Subjetivo

La Escala de Bienestar Subjetivo de Diener (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985), definida en 1985, es una de las medidas más difundidas y utilizadas del constructo de bienestar subjetivo. Se ha realizado una traducción y validación al español en el Perú (Tarazona, 2005), la cual ha sido usada para la presente investigación.

La Escala de Bienestar Subjetivo de Diener tiene 5 ítemes, todos los cuales se orientan a medir la satisfacción global con la vida. Se ha determinado que esta escala posee características psicométricas de validez y confiabilidad favorables.

Los cinco ítemes se responden mediante una escala Lickert de 7 puntos (Muy En Desacuerdo, En Desacuerdo, Ligeramente En Desacuerdo, Neutral, Ligeramente De Acuerdo, De Acuerdo, Muy De Acuerdo).

La versión original inglesa de la Escala de Bienestar Subjetivo de Diener puede ser consultada en el Apéndice A.



CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS

En el presente capítulo se detalla el análisis estadístico realizado al conjunto de datos correspondiente a la presente investigación.

4.1. Estadística Descriptiva

4.1.1. Distribución por subgrupo muestral

De la muestra tomada para la presente tesis, se puede observar que de un total de 615 participantes, el 79% (484 participantes) corresponde a participantes convocados a través del banner publicitario colocado en la página web de el diario “El Comercio”; mientras el 21% (131 participantes) restante corresponde a participantes convocados a través de un correo electrónico enviados a alumnos estudiante de maestría en administración de negocios de CENTRUM.

Esto refleja la eficacia de los dos métodos usados para convocar participantes e incluye las respuestas totales y parciales.

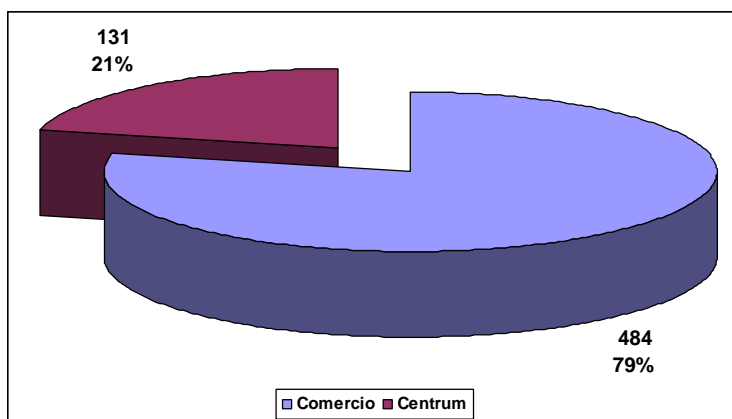


Figura 12. Distribución por subgrupo muestral

4.1.2. Distribución por Género

De ambas muestras tomadas para la presente tesis, se puede observar que de un total de 615 participantes, el 60% (371 participantes) corresponden al género masculino; mientras el 40% (244 participantes) restante corresponden al género femenino.

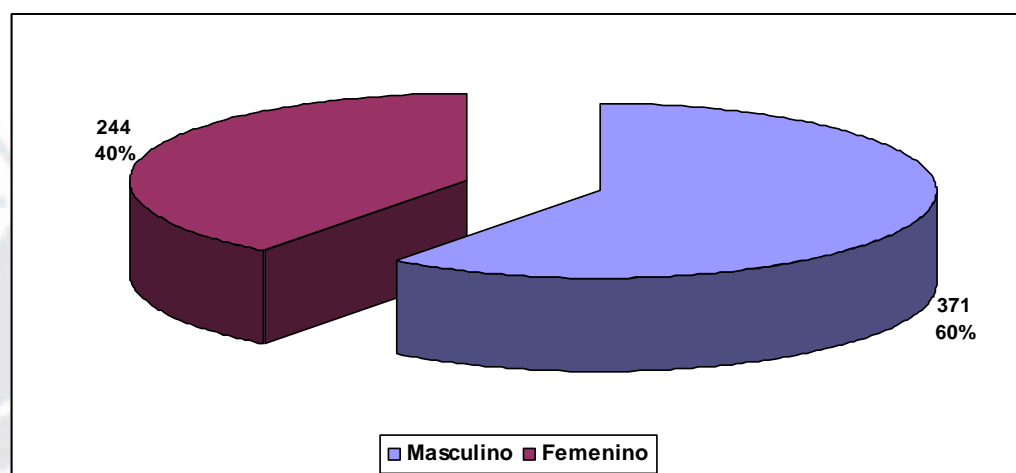


Figura 13. Distribución de Género en ambas Muestras

En la muestra de El Comercio se puede observar que de un total de 484 participantes, el 56% (271 participantes) corresponden al género masculino; mientras el 44% (213 participantes) restante corresponden al género femenino.

En la muestra de CENTRUM se puede observar que de un total de 131 participantes, el 76% (100 participantes) corresponden al género masculino; mientras el 24% (31 participantes) restante corresponden al género femenino.

4.1.3. Distribución por Edades

De ambas muestras tomadas para la presente tesis, se puede observar que de un total de 615 participantes, el 9.1% (56 participantes) se encuentra en un rango de edad de 18 a 24 años; el 47.2% (290 participantes) se encuentra en un rango de edad de 25 a 34 años; el 29.1% (179 participantes) se encuentra en un rango de edad de 35 a 44 años; el 14.3% (88 participantes) se encuentra en un rango de edad de 45 a 65 años, mientras el 0.3% (2 participantes) se encuentra en un rango de edad de 66 a más años.

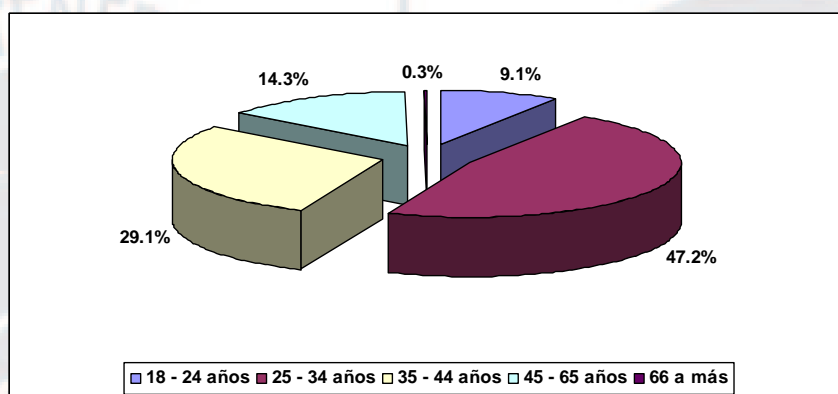


Figura 14. Distribución por rangos de edad, muestra total

En la muestra de El Comercio se puede observar que de un total de 484 participantes, el 11.6% (56 participantes) se encuentra en un rango de edad de 18 a 24 años, el 44.4% (215 participantes) se encuentra en un rango de edad de 25 a 34 años, el 27.9% (135 participantes) se encuentra en un rango de edad de 35 a 44 años, el 15.7% (76 participantes) se encuentra en un rango de edad de 45 a 65 años, mientras el 0.4% (2 participantes) se encuentra en un rango de edad de 66 a más años.

En la muestra de CENTRUM se puede observar que de un total de 131 participantes, el 57% (75 participantes) se encuentra en un rango de edad de 25 a 34 años, el 34% (44 participantes) se encuentra en un rango de edad de 35 a 44 años, mientras el 9% (12 participantes) se encuentra en un rango de edad de 45 a 65 años.

4.1.4. Distribución por Origen

De ambas muestras tomadas para la presente tesis, se puede observar que de un total de 615 participantes, el 75.4% (464 participantes) registran como origen Lima; el 23.9% (147 participantes) registran como origen las provincias del Perú y el 0.5% (3 participantes) registran como origen países del extranjero, registrándose también un 0.2% (1 participante) que no respondió la cuestión planteada.

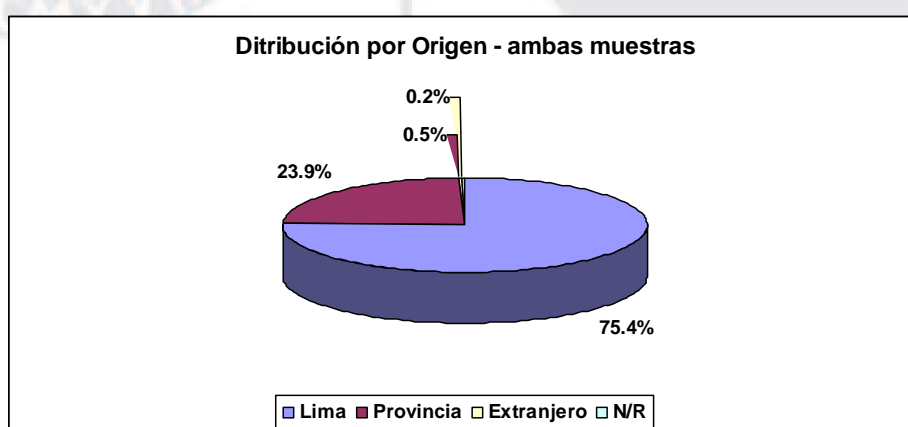


Figura 15. Distribución por Origen, muestra total

En la muestra de El Comercio se puede observar que de un total de 484 participantes, el 72.3% (350 participantes) registran como origen Lima; el 26.9%

(130 participantes) registran como origen las provincias del Perú y el 0.6% (3 participantes) registran como origen países del extranjero, registrándose también un 0.2% (1 participante) que no respondió la cuestión planteada.

En la muestra de CENTRUM se puede observar que de un total de 131 participantes, el 87% (114 participantes) registran como origen Lima; y el 13% (17 participantes) registran como origen las provincias del Perú.

4.1.5. Distribución por Nivel de Estudios

De ambas muestras tomadas para la presente tesis, se puede observar que de un total de 615 participantes, el 40.3% (248 participantes) registran nivel de estudios universitarios completos, el 15.1% (93 participantes) registran nivel de estudios técnicos completos, el 14.8% (91 participantes) registran nivel de estudios universitarios incompletos, el 13% (80 participantes) registran nivel de estudios de postgrado, el 8.3% (51 participantes) registran nivel de estudios de especialización, el 5.4% (33 participantes) registran nivel de estudios técnicos incompletos, el 2.8% (17 participantes) registran nivel de estudios secundarios completos y el 0.3% (2 participantes) registran que su nivel de estudios no figura en las opciones anteriores.

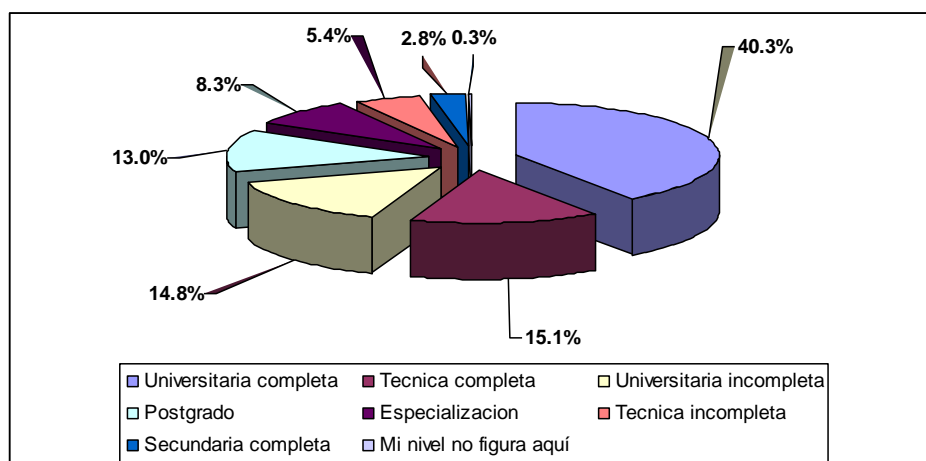


Figura 16. Distribución por nivel de instrucción, muestra total

En la muestra de El Comercio, se puede observar que de un total de 484 participantes, el 32% (155 participantes) registran nivel de estudios universitarios completos, el 19.2% (93 participantes) registran nivel de estudios técnicos completos, el 18.8% (91 participantes) registran nivel de estudios universitarios incompletos, el 11.6% (56 participantes) registran nivel de estudios de postgrado, el 7.6% (37 participantes) registran nivel de estudios de especialización, el 6.8% (33 participantes) registran nivel de estudios técnicos incompletos, el 3.5% (17 participantes) registran nivel de estudios secundarios completos y el 0.4% (2 participantes) registran que su nivel de estudios no figura en las opciones anteriores.

En la muestra de CENTRUM, se puede observar que de un total de 131 participantes, el 71% (93 participantes) registran nivel de estudios universitarios completos, el 18.3% (24 participantes) registran nivel de estudios de postgrado y el 10.7% (14 participantes) registran nivel de estudios de especialización.

4.1.6. Distribución por Tipo de Empresa

De los 615 encuestados del Comercio y Centrum, el 62% son de empresas privadas, el 28 % de empresas publicas, 2% de ONGs y un 8% no respondió.

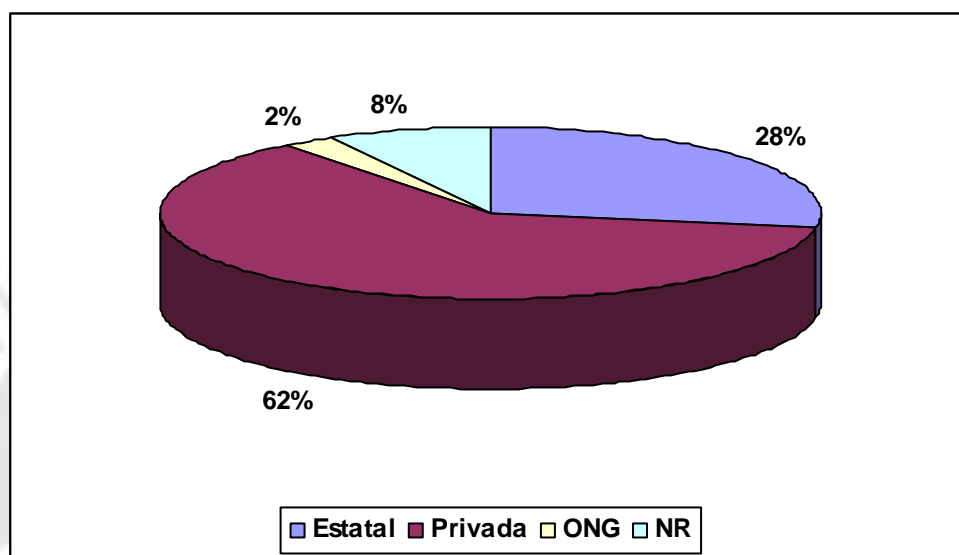


Figura 17. Distribución por tipo de empresa, muestra total

4.1.7. Evaluación de importancia de la empresa en que labora

Según la encuesta aplicada en la web del diario El Comercio y entre los alumnos de Centrum, solo el 78% de los 615 encuestados laboran; es así, que nuestra base de cálculo para este rubro serán 480 personas.

En cuanto a la percepción de los encuestados sobre la importancia de la empresa en el mercado, 191 y 220 están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, ambos hacen un total de 86% con respecto al total de la muestra.

Sin embargo, 36 personas están en desacuerdo y 10 en total desacuerdo, los mismos que representan casi el 10% de los 480 empleados encuestados.

Finalmente tenemos un 5% que carece de información al respecto.

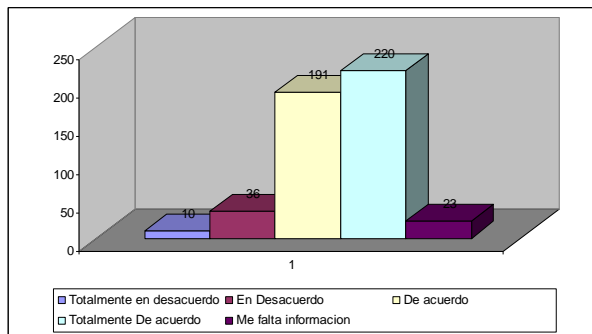


Figura 18. Percepción de Importancia de la empresa en que se labora

Nota: Muestra total

4.1.8. Evaluación de incentivos en la empresa en que labora

Frente a la interrogante: “¿Se premia y/o sanciona con justicia en la empresa en que labora?”, los 480 empleados encuestados respondieron de la siguiente manera: 138 (29%) están de acuerdo y 60 (12%) totalmente de acuerdo haciendo un 41% del total de la muestra. Así mismo, las personas que no están de acuerdo o totalmente en desacuerdo ascienden a 59 (12%) y 142 (30%) respectivamente, generando un 42% del total de la muestra. Por otro lado, el 17% (81 personas) respondió que le falta información.

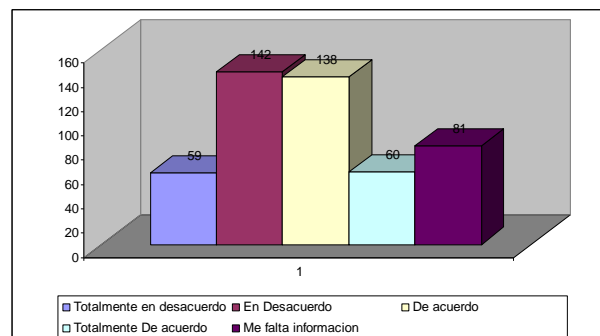


Figura 19. Actitud hacia los Incentivos brindados por la Empresa

Nota: Muestra total

4.1.9. Evaluación de beneficios de la empresa en que labora

En este ítem tenemos que el 12% (59 personas) de los encuestados están totalmente en desacuerdo y un 20% (96 personas) en desacuerdo. Por otro lado, el 40% (190 personas) y 21% (100 personas) están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente. Finalmente un 7% (35 personas) no tiene información al alcance.

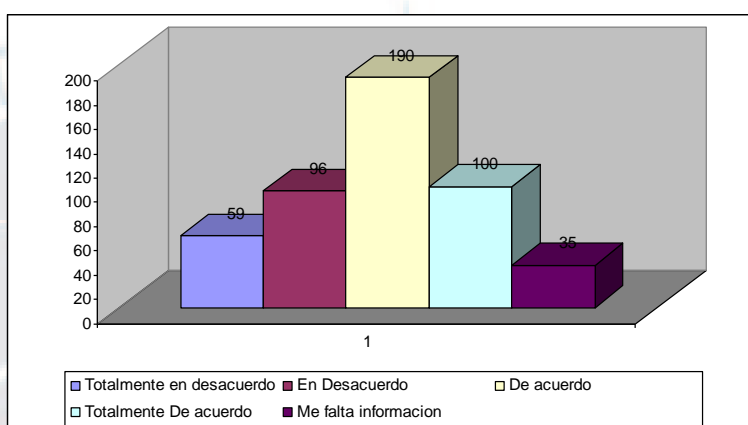


Figura 20. Evaluación de Beneficios en la Empresa

Nota: Muestra total

4.2. Validez y Confiabilidad de la Escala de Esperanza

Se procedió a realizar un análisis estadístico de la validez y confiabilidad de la Escala de Esperanza de Snyder, en su versión en español.

Para establecer un primer indicio de la validez de la Escala, se procedió del modo siguiente:

1. Se sumó los puntajes correspondientes a los 8 ítems correspondientes al constructo de Esperanza propiamente dicho (1, 2, 4, 6, 8, 9, 10 y 12), para

todos los participantes. La suma de los puntajes de esos ítems fue denominada “Escala Esperanza Sin Distractores”.

2. Se sumó los puntajes correspondientes a los ítems distractores (3, 5, 7 y 11), para todos los participantes. La suma de los puntajes de esos ítems fue denominada “Escala de Esperanza Sólo Distractores”.
3. Se procedió a correlacionar la “Escala Esperanza Sin Distractores” versus “Escala de Esperanza Sólo Distractores”. La lógica es que no debería existir correlación positiva entre ambas.

Al realizar el cálculo (ver Tabla 15), en efecto el índice de correlación r de Pearson indicó que no existe una correlación positiva entre ambos grupos de ítems. Sin embargo, existe una correlación negativa, que aunque baja, es estadísticamente significativa ($p < 0.01$).

Tabla 14. *Estadística Descriptiva, ESD vs Sólo Distractores*

	Promedio	Desv. Estándar	N
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	25,39	3,789	615
ESCALA ESPERANZA SOLO DISTRACTORES	9,03	2,218	615

Tabla 15. *Correlación entre las dos versiones de la Escala de Esperanza*

	ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	ESCALA ESPERANZA SOLO DISTRACTORES

ESCALA	Pearson		
ESPERANZA SIN	Correlación	1	-,236(**)
DISTRACTORES	Sig. (2-colas)		0,000
	N	615	615

** . Correlación significativa al nivel de 0.01 (2 colas).

Sobre la base de la “Escala Esperanza Sin Distractores”, se realizó un análisis de Confiabilidad a fin de determinar el Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach. El análisis estadístico arrojó un índice Alfa de Cronbach de 0.844 (puede verse el cuadro detallado en el Apéndice B).

En base a estos dos resultados, se concluyó que el instrumento principal de la presente investigación, a saber la escala de Esperanza de Snyder, mostró ser válido y confiable.

4.3. Análisis Correlacional

En esta sección se incluyen las correlaciones halladas entre todas las variables de intervalo y/o de escala dentro de las encuestas y escalas aplicadas, según las hipótesis inicialmente definidas en el Plan de Tesis. En el resto de esta sección usaremos siempre la “Escala Esperanza Sin Distractores” (ESD) como referencia. Cabe mencionar que los detalles estadísticos correspondientes a todos los resultados mencionados en esta sección pueden hallarse en el Apéndice B.

1. Edad y ESD: Existe un r de 0.091, estadísticamente significativo ($p < 0.005$)

7. Actitudes hacia el puesto, hacia la empresa, y actitud laboral general: Se procedió a sumar (a) los ítems correspondientes a actitudes hacia el puesto (actitud al nivel del puesto, actitud ante la posibilidad de promoción, actitud hacia el contenido o funciones del puesto, y actitud ante el salario del puesto); (b) actitudes hacia la empresa (importancia percibida de la empresa, calidad percibida de sus líderes, actitud hacia sus beneficios e incentivos); y (c) finalmente ambos aspectos (a esta última suma la llamamos “actitud laboral general”). Estas sumas fueron correlacionadas con la ESD.

Tabla 17. Matriz de Correlaciones entre las Actitudes Laborales Agrupadas y la ESD

		ESD	ACTITUD HACIA EL PUESTO	ACTITUD HACIA LA EMPRESA	ACTITUD LABORAL GENERAL
ESD	Corr. Pearson	1	0.259**	0.209**	0.271**
	Sig. (2 colas)		0.000	0.000	0.000
	N	615	462	476	462
ACTITUD HACIA EL PUESTO	Corr. Pearson	0.259**	1	0.483**	0.855**
	Sig. (2 colas)	0.000		0.000	0.000
	N	462	462	462	462
ACTITUD HACIA LA EMPRESA	Corr. Pearson	0.209**	0.483**	1	0.867**
	Sig. (2 colas)	0.000	0.000		0.000
	N	476	462	476	462
ACTITUD LABORAL GENERAL	Corr. Pearson	0.271**	0.855**	0.867**	1
	Sig. (2 colas)	0.000	0.000	0.000	
	N	462	462	462	462

** Correlaciones significativas al nivel de 0.01 (2 colas)

Los resultados anteriores nos revelan que: (a) La actitud los participantes es ligeramente más positiva en relación a la empresa en que trabajan que en relación al puesto que ocupan; (b) la actitud general hacia el puesto tiene un impacto ligeramente mayor sobre el nivel de ESD que la actitud general hacia la empresa; y (c) asimismo, la correlación entre la actitud laboral total y la ESD es moderada, siendo en todos los casos las correlaciones son estadísticamente significativas.

8. Salario al que aspira el participante y ESD: Sólo para el caso de participantes que reportaron estar desempleados, se realizó una correlación entre el nivel salarial al que aspiraban en su próximo puesto y su respectivo nivel de ESD. El resultado indica una correlación (rho de Spearman) de 0.86, pero no estadísticamente significativa ($p > 0.10$). Ello nos indica que no existe una correlación significativa entre el nivel salarial aspirado por los participantes desempleados y su nivel de ESD.

4.3. Análisis de Diferencia de Medias

En esta sección se incluyen los análisis de Diferencia de Medias para la ESD en el caso de las variables nominales y ordinales. Estos análisis (Prueba T y ANOVA) determinan si existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la ESD para los grupos definidos por variables no numéricas, como origen, género, etc.

1. Muestra: Evaluamos si existían diferencias significativas en los niveles de ESD entre la muestra de participantes reclutados a través de la web EC y

la muestra de participantes a través de la convocatoria hecha en Centrum.

A través de un histograma se hizo una comprobación gráfica de la normalidad de la distribución de puntajes de la ESD para ambas muestras.

Esta comprobación es un requisito para el T-Test.

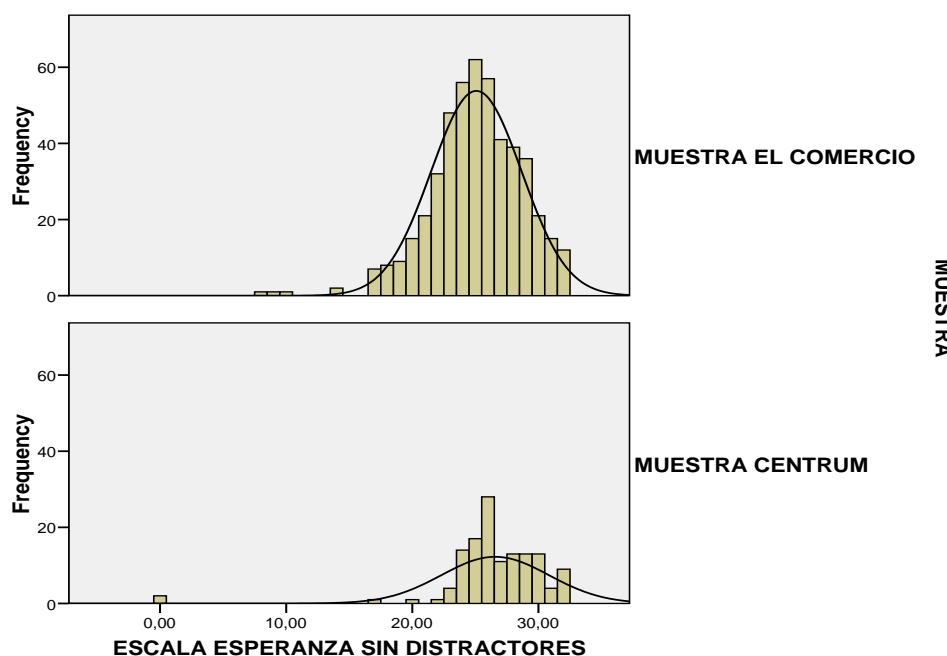


Figura 21. Histogramas de ESD en los subgrupos muestrales

El Test de Levene para Igualdad de Varianzas arrojó un valor alto de significación (superior a 0.10), por lo que asumimos homocedasticidad de las muestras. La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es de casi un punto y medio (1.49) a favor de la muestra de

Centrum. La significación estadística de esta diferencia está por debajo de 0.01, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia no se debe al azar, sino que revela algo respecto de la relación entre las muestras y las características de ellas.

2. Estatus Laboral y ESD: Se realizó un T-test de diferencia de medias entre muestras independientes para el caso de los participantes que habían respondido a la Escala de Esperanza, agrupándolos por la variable “Estatus Laboral” (Empleados, Desempleados, y No Empleados, siendo éstos últimos quienes por alguna razón no tienen un empleo pero tampoco lo buscan).

Se procedió a verificar la normalidad de la ESD en los subgrupos definidos por los diversos valores posibles de Estatus Laboral, de modo análogo al caso anterior.

Los resultados indican que en efecto existe una diferencia estadísticamente significativa entre los participantes que están empleados al momento de responder a la escala de Esperanza, y quienes estaban desempleados. Según los resultados, esta diferencia corre a favor de los primeros sobre los segundos.

3. Género y ESD: Se realizó un análisis T Test de diferencia de medias entre muestras independientes para el caso de los participantes que habían respondido a la escala de Esperanza, agrupándolos por la variable género (masculino / femenino).

Se procedió a comprobar la normalidad según el mismo procedimiento que en los casos anteriores, hallándose satisfactoria.

La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es menor al medio punto (0.44) a favor de la muestra de varones. La significación estadística de esta diferencia está por encima de 0.05, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia podría deberse al azar.

4. Procedencia y ESD: Se clasificó a los participantes en tres grupos, de acuerdo a su procedencia (lugar de nacimiento): (a) El primer grupo estuvo conformado por los participantes nacidos en Lima; (b) el segundo grupo, por los nacidos en cualquier provincia del Perú; y (c) el tercero, por los nacidos en cualquier lugar fuera del país pero que sin embargo ostentaban nacionalidad peruana. Ya en el análisis, se suprimió el tercer grupo debido a su reducido número en la muestra. Por lo tanto, se realizó un análisis de diferencia de medias basado en los dos primeros grupos.

La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es menor al medio punto (0.34) a favor de la muestra de Lima. Sin embargo, la significancia estadística de esta diferencia está por encima de 0.05, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia podría deberse al azar.

5. Lugar de Residencia y ESD: A fin de poder determinar la existencia (o no) de diferencias estadísticamente significativas entre los participantes agrupados según su lugar de residencia, se procedió inicialmente a realizar un ANOVA. Los grupos se definieron al igual que el caso anterior (participantes residentes en Lima, participantes residentes en provincias, y

participantes residentes en el extranjero). Sin embargo, al evaluar las características de las muestras, se detectó que el supuesto de igualdad de varianzas (es decir, homocedasticidad, un requisito del ANOVA) no se cumplía en el caso de la muestra Centrum, por lo que se procedió a ejecutar el ANOVA restringiendo el análisis sólo a la muestra El Comercio (puede verse una sustentación estadística de esto en el Apéndice B).

Los resultados indican que no existen diferencias estadísticamente significativas de ESD entre los grupos, para la sección de la muestra convocada a través de la web de El Comercio. Esto se mantuvo incluso cuando se realizó una serie de contrastes para determinar si diversas agrupaciones de participantes mostraban diferencias estadísticamente significativas de ESD (puede verse el detalle estadístico de esto en el Apéndice B).

6. Grado de Instrucción y ESD: Ya que se trata de una variable ordinal y una variable de intervalo, se procedió inicialmente a ejecutar un ANOVA, a fin de determinar la relación entre ambas. Sin embargo, al evaluar la homogeneidad de varianzas se halló que el estadístico de Levene indicaba heterocedasticidad a nivel de la muestra total, por lo que se procedió a evaluar en dónde radicaba esta desigualdad de varianza, detectándose que, igual que en el caso anterior, sólo la muestra El Comercio mostraba igualdad de varianzas, por lo que se procedió a excluir a la muestra Centrum de este análisis en particular (puede verse el detalle estadístico de esto en el Apéndice B).

El resultado anterior nos sugiere que existiría una diferencia significativa en cuanto al nivel de esperanza entre los participantes, en función de su correspondiente nivel de instrucción, para la muestra El Comercio.

El paso siguiente, por lo tanto, fue tratar de detectar cuál podría ser la tendencia de esta diferencia. Para ello, se ejecutó un ANOVA con un nivel adicional de detalle, a fin de detectar si existía una tendencia lineal en esta asociación.

Los resultados anteriores indicaron que existe una diferencia estadísticamente significativa, incluso teniendo en cuenta el hecho de que los grupos son de tamaño distinto. La Figura es un gráfico de los promedios de ESD por grupos (siempre dentro de la muestra El Comercio), el cual nos puede dar un indicio de cuál es la tendencia.

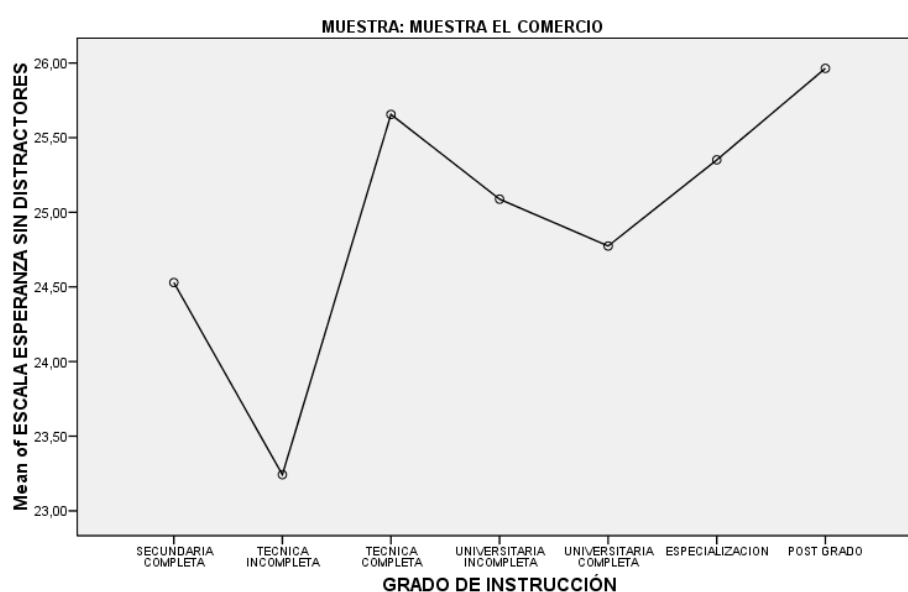


Figura 22. Promedios de ESD según Grado de Instrucción

Nota: Muestra El Comercio

El gráfico anterior no parece evidenciar una tendencia clara en relación a la ESD. Por un lado, se observa que existe cierta asociación lineal positiva (mayor instrucción, mayor ESD) sólo a partir del nivel “Universitario Completo” en adelante, mientras que en los niveles “inferiores” no existe una tendencia lineal ni cuadrática (“curva”) apreciable. Por otro lado, quienes han completado algún grado de instrucción parecerían ostentar un mayor nivel de ESD que sus contrapartes con grado de instrucción incompleto (salvo el notable caso del nivel “Universitario Completo”). Por último, la relativamente drástica diferencia entre el promedio del grupo de participantes con grado de instrucción “Técnica Incompleta” y aquellos con grado de instrucción “Técnica Completa” parece estar quebrando cualquier tendencia clara.

A fin de detectar con más precisión cuál es el patrón de esta diferencia, se procedió a realizar una serie de contrastes dentro del ANOVA. Los contrastes son una herramienta estadística que permite evaluar diversas agrupaciones de sujetos para determinar cuál de esas agrupaciones (de existir alguna) se acerca más a ser la responsable de las diferencias halladas. De este modo, se confirmó que existe diferencia estadísticamente significativa entre quienes completan un grado de instrucción y entre quienes no lo hacen. Por otro lado, también se halló que, en promedio, los participantes cuya instrucción es “Técnica

Incompleta” tienden a mostrar menor nivel de ESD que el resto de participantes.

7. Religiosidad y ESD: Para ejecutar este análisis de medias, se agrupó a todos los participantes dos grupos: aquellos que se autodefinieron como “agnósticos” o “ateos” formaron el primer grupo; y aquellos que manifestaron seguir cualquiera de las denominaciones religiosas indicadas en la encuesta web (incluyendo la opción “otros”) formaron el segundo grupo.

Ya que en este caso se definió dos grupos en relación a la variable Religiosidad, se procedió a ejecutar un análisis de prueba T de diferencia de medias. Los resultados indican que no existe una diferencia estadísticamente significativa entre las muestras (la significación del test está por encima de 0.05), por lo que podemos afirmar que en esta muestra el hecho de pertenecer a una denominación religiosa no hace ninguna diferencia en relación al nivel de esperanza.

8. Tipo de Empresa y ESD: Se realizó un ANOVA para determinar si existían diferencias significativas entre el nivel de ESD y el tipo de empresa en que los participantes que declararon estar empleados laboraban (empresa estatal, privada u ONG).

Los resultados indican que existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la ESD entre los grupos de participantes que trabajan en empresas estatales, privadas u ONGs. Claramente, los trabajadores estatales muestran el nivel más bajo de ESD, los de ONGs el

nivel más alto, mientras los empleados de empresas privadas se ubican en un nivel intermedio.

Este hallazgo se sostiene incluso corrigiendo el análisis para compensar por la diferencia en el tamaño de los distintos subgrupos, lo cual es especialmente revelador (puede verse una sustentación estadística de esto el Apéndice B).

9. Rama Laboral y ESD: Se agrupó a los participantes según el área laboral en que se desempeñaban al momento de responder a la Escala. Luego se ejecutó un ANOVA para determinar si existían diferencias significativas entre los grupos así conformados.

El ANOVA confirmó que existen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos. Estas diferencias se mantienen incluso cuando se compensa por las grandes diferencias entre los tamaños de los grupos.

Los grupos que tienen menor nivel de ESD es el de los trabajadores dedicados a actividades agrícolas/ganaderas, mientras que los tres grupos con mayor nivel de ESD son los de aquellos que se dedican a labores de Consultoría, los miembros de las FFAA, y aquellos dedicados a actividades relacionadas al sector salud.

4.4. Discusión de las Hipótesis

En esta sección se discuten, a la luz de los resultados del análisis, las hipótesis presentadas por primera vez al final del Capítulo II de la presente tesis.

Hipótesis General 1: los miembros de la muestra de El Comercio tendrán menor nivel de esperanza que los miembros de la muestra de estudiantes de maestría Centrum.

El resultado indica que, en efecto, el análisis estadístico ratifica esta primera hipótesis general: los participantes miembros de la muestra de estudiantes de maestría Centrum tienen un nivel promedio de esperanza superior al promedio de los participantes pertenecientes a la muestra de la web de “El Comercio”.

La interpretación que se puede dar a este resultado es la siguiente: las características diferenciales del grupo de participantes de Centrum los describen como personas que han alcanzado un nivel educacional, laboral y socioeconómico relativamente elevado en referencia a la población general, siendo ésta última probablemente más similar a la muestra de quienes participaron en el estudio a través de la web de El Comercio. Tal nivel de logro educacional, laboral y socioeconómico implica capacidades de planificación y motivación comparativamente altas, factores que precisamente definen al concepto de esperanza según la Teoría de Snyder. Por lo tanto, sería relativamente lógico que los niveles de esperanza en el grupo de Centrum fuesen superiores a los presentes en el grupo de El Comercio.

Hipótesis General 2: las variables sociodemográficas más estables (grado de instrucción, experiencia laboral, profesar una religión), tendrán una asociación más notoria con los niveles de esperanza que las variables menos estables (empleo/desempleo, lugar de residencia, edad), mientras que otras

variables no mostrarán asociación (lugar de nacimiento, número de meses de desempleo, tipo de la empresa y rama laboral en que trabaja el participante).

Resultado: Al involucrar a una serie de variables, será conveniente especificar el resultado caso por caso, lo cual hacemos a continuación.

Para el caso del grado de instrucción: la relación es compleja, ya que no es posible determinar una tendencia lineal, ni tampoco una relación cuadrática clara entre ambas variables. Puede afirmarse que las personas que han completado un grado de instrucción tienden a abrigar mayor esperanza que aquellas que no pudieron terminar su grado de instrucción (por las razones que fueren). Sin embargo, este resultado sólo es aplicable si nos restringimos a comparaciones entre los grupos en los que una opción “incompleta” fue incluida (es decir, instrucción técnica incompleta vs. instrucción técnica completa; instrucción universitaria incompleta vs. instrucción universitaria completa), no siendo válida para todos los demás niveles, en los cuales no fue incluida una opción “incompleta”.

Interpretación para el caso de grado de instrucción: Sin duda, la no culminación de un grado de estudios acarrea una serie de consecuencias para el individuo, en especial secuelas desventajosas, como menor empleabilidad, menores ingresos promedio en comparación con quienes sí terminaron la instrucción, etc. El hecho de que una persona no logre concretar un nivel educacional puede, por lo tanto, considerarse un signo de una capacidad de planificación y/o un empuje motivacional mermados, más que una elección voluntaria del individuo. Esto explicaría el menor nivel de esperanza entre quienes

no culminaron su instrucción, tomando además en cuenta que la esperanza correlaciona positivamente con el rendimiento académico, incluso cuando se controlan los efectos del nivel de inteligencia. Sin embargo, la falta de una relación clara entre ambas variables puede deberse a una falta de refinamiento en la recopilación de datos: es verosímil que al incluir opciones de mayor detalle en estudios ulteriores (por ejemplo, opciones para que quienes no han concluido secundaria, especialización y postgrados puedan indicarlo así en la encuesta), se pueda establecer con mayor claridad el tipo de asociación (si subsiste) entre instrucción y esperanza.

Para el caso de experiencia laboral: Existe una relación positiva pequeña, por lo cual en este caso se confirma la hipótesis: la acumulación de experiencia laboral redundará en un mayor nivel de esperanza en el individuo.

Interpretación para el caso de experiencia laboral: Al parecer, la experiencia laboral es un activo que va creando capital psicológico en el individuo, brindándole mayores recursos profesionales, una mayor variedad de herramientas para afrontar obstáculos hacia sus metas, así como un mayor estatus laboral e ingresos. Por lo tanto, es lógico que a medida que estos recursos personales se van acumulando, el individuo vaya incrementando su repertorio de estrategias; por otro lado, es posible que la frecuente ausencia de una política de línea de carrera en muchas empresas, la amplia variedad de ocupaciones dentro de la muestra, así como un probable declive motivacional conforme el trabajador avanza en edad, explicarían la débil asociación encontrada.

Para el caso de religiosidad: Por “religiosidad” debe entenderse la afiliación o no afiliación de un participante a cualquier denominación religiosa (la

afiliación “ateo” y “agnóstico” se cuentan como no afiliación). Al dividir toda la muestra en dos grupos, se halló que la pertenencia a cualquiera de ellos no implicaba diferencia en el nivel de esperanza. Por lo tanto, en este caso la hipótesis es falsa.

Interpretación para el caso de religiosidad: De entre todos los resultados contrastados a nivel de hipótesis generales, este es quizá el menos anticipado, debido a diversos hallazgos previos que relacionan religiosidad con bienestar emocional y mayores recursos personales ante el estrés. Es probable que en este caso sea también necesario un mayor nivel de detalle y especificidad en la recolección de datos, de tal modo que se pueda determinar el grado en que cada persona se considera religioso, ya que la mera pertenencia a una denominación religiosa no dice en realidad gran cosa en cuanto a la intensidad con que la persona vive este tipo de experiencia. Tal vez en un próximo estudio, al ser más finos en cuanto a la evaluación de la religiosidad de los participantes, se pueda hallar el mismo tipo de resultado encontrado en otras investigaciones (mayor religiosidad asociada con mayor esperanza). Si esto no sucediese, sería motivo de un muy interesante análisis de las razones por las cuales en muestras de participantes peruanos el factor religioso no afectaría el nivel de esperanza del mismo modo que lo hace en personas de otras nacionalidades.

Para el caso de empleo/desempleo: La hipótesis no se confirma, ya que sí se encontró que el hecho de estar desempleado se asociaba a un menor nivel de esperanza.

Interpretación para el caso de empleo/desempleo: Según la teoría de Snyder, y la investigación realizada en torno al concepto de esperanza, el desempleo podría ser una consecuencia más que una causa de los relativamente bajos niveles de esperanza. Esto se explica debido a que el instrumento utilizado está orientado a detectar el grado estable de esperanza, por lo que es posible que los relativamente bajos niveles de pensamiento estratégico y agéntico hayan generado un nivel bajo de recursos personales, la inhabilidad para enfocarse en metas de mediano y largo plazo (es decir, aquellas que demandan planificación y esfuerzo sostenido), y la consecuente baja en la empleabilidad de la persona, así como una mayor dificultad en la reinserción laboral una vez que ésta se halla sin empleo.

Para el caso de lugar de residencia: No se hallaron diferencias en el nivel de esperanza en función del lugar de residencia. La hipótesis se confirma.

Interpretación para el caso de lugar de residencia: Al no hallarse diferencia en función del lugar de residencia nacimiento (ver sección correspondiente), se fortalece la asunción de que la variable geográfica es, al menos en el caso de este estudio, prácticamente irrelevante en su impacto sobre el nivel de esperanza. Esto en realidad tiene su importancia si consideramos las grandes diferencias en oportunidades, acceso a servicios, etc. que tienen los habitantes de zonas urbanas (predominantemente Lima) sobre zonas de menor desarrollo (provincias). Ninguno de estas características parece impactar en los niveles de esperanza de los participantes.

Para el caso de edad: Existe una asociación entre edad y niveles de esperanza, si bien extremadamente débil. La hipótesis se asume como confirmada por la debilidad de la correlación hallada.

Interpretación para el caso de edad: El hallazgo de una correlación sumamente débil entre edad y esperanza es un hallazgo interesante por si mismo, meritorio de un mayor análisis en una investigación ulterior con muestras probabilísticas que puedan confirmar o no esta tendencia a nivel nacional.

Para el caso de lugar de nacimiento: No se encontró una asociación entre lugar de nacimiento y niveles de esperanza. La hipótesis se confirma.

Interpretación para el caso de lugar de nacimiento: A diferencia del lugar de residencia, el lugar de nacimiento podría ser un indicador de diferencias culturales, tomando en cuenta la diversidad social de nuestro país. Así, es posible pensar que alguien nacido y criado en provincias no tendría necesariamente la misma perspectiva ante la obtención de metas que alguien nacido y criado en la capital. Sin embargo, el hecho de que esta presunción no se confirme puede implicar la necesidad de un análisis más fino (determinar, por ejemplo, cuánto tiempo luego del nacimiento permaneció el participante en su lugar de origen), así como una muestra más amplia y probablemente estratificada (ponderando según la densidad poblacional de cada departamento del país).

Para el caso de número de meses de desempleo: Si bien existe una asociación negativa, ésta no llega a ser estadísticamente significativa. La hipótesis se verifica.

Interpretación para el caso de número de meses de desempleo: Este resultado era esperable si tomamos en cuenta que la presente investigación tuvo por objetivo medir la esperanza disposicional del participante; por lo tanto, es lógico que el tiempo de desempleo no haya estado fuertemente asociado (de modo negativo) con la esperanza, lo cual sí hubiera podido ser el caso de haberse medido la esperanza como estado. Este resultado, junto con el resultado del impacto de estatus laboral (empleo/desempleo) tomados en conjunto apuntarían a los niveles de esperanza como antecedentes potencialmente causales de desempleo (y no al revés).

Para el caso de tipo de la empresa: Sí existe una asociación entre niveles de esperanza y tipo (estatal, ONG o privada) de la empresa. La hipótesis es falsa.

Interpretación para el caso de tipo de empresa: Según puede apreciarse en la sección correspondiente, es claro que los empleados de empresas estatales muestran un nivel más bajo de esperanza en comparación con quienes trabajan en empresas privadas, y éstos ostentan a su vez un menor nivel comparados con quienes trabajan en ONGs. Esto puede explicarse del siguiente modo: es posible que el exigente nivel de competitividad requerida, el bajo nivel de demanda y alta oferta, y los (probablemente) mayores salarios promedio dentro del sector de la empresa privada en comparación con el sector estatal estén generando un efecto de “selección del más esperanzado”; es decir, aquellos con mejores y mayores capacidades de planificación y persistencia motivacional podrían terminar siendo contratados en mayor medida en el sector privado. Ahora bien ¿cómo explicar el hecho de que los niveles de esperanza entre los empleados de ONGs sean, en promedio, los más altos, incluso cuando se controla los diferentes tamaños de

muestra? Nuestra explicación es que, en muchos casos, quienes trabajan en ONGs podrían estar haciéndolo con motivaciones trascendentes, adicionales a las del simple lucro y realización profesional personal. En efecto, aunque no se recolectó información al respecto en el presente estudio, una muy interesante investigación posterior podría tratar de determinar si quienes laboran en ONGs en efecto tienen un nivel motivacional trascendente, es decir, están motivados por lograr metas más allá de su prosperidad personal e incluso más allá de la sustentabilidad de la ONG a la que pertenezcan. Esto podría explicar un nivel más alto en la esperanza, tal vez no estrictamente debido al factor estrategia, sino al factor motivacional. Aunque no se descarta algún impacto positivo en la esperanza debido a la identificación personal del empleado con los fines de las ONGs como organización, es probable que las personas que en principio sientan que pueden marcar una diferencia en la sociedad mediante su acción laboral sean las que se interesan más en ser miembros de una ONG. Ahora bien, es evidente que las empresas estatales podrían atraer a personas con motivaciones similares, si tan sólo usaran en su comunicación organizacional mensajes que resalten su finalidad trascendente de servicio al público.

Para el caso de rama laboral del participante: Existen diferencias entre los grupos de diferente ramas laborales. La hipótesis es falsa.

Interpretación para el caso de rama laboral: Según puede comprobarse al revisar la sección correspondiente, son quienes trabajan en el sector agrícola/ganadero quienes ostentan el menor nivel de esperanza dentro de toda la muestra. Esto debería fácil de entender para quienes estén familiarizados con la evolución histórico social de este sector productivo en los últimos tiempos.

Vinculados a lo rural y afectados por el centralismo, los trabajadores agrícolas y ganaderos suelen estar sometidos a una baja apreciación de su trabajo, no sólo económica, sino además social. En ese contexto es lógico que hayan sido quienes tienen menores niveles de esperanza los que han permanecido ligados a este sector. Esta es otra de las excitantes posibilidades para investigaciones ulteriores: si un diseño probabilístico llegara a corroborar este hallazgo a nivel nacional, es claro que se detectaría un campo de acción aplicada destinado a elevar los niveles de esperanza en este tipo de trabajador. Esto es especialmente relevante si se recuerda que, como ya se señaló en la revisión teórica y comprobado en el presente estudio, la esperanza tiene una fuerte ligazón positiva con el bienestar subjetivo y la salud psicológica. En cuanto a los grupos con mayor esperanza, existen básicamente tres grupos: los miembros de las FFAA, aquellos dedicados al sector consultoría, y los trabajadores y profesionales del sector salud. El descubrimiento de que los miembros de la FFAA tengan un nivel de esperanza relativamente alto en comparación con otros grupos ocupacionales es una de las “sorpresas” deparadas por la presente investigación. Los autores reconocen la carencia de explicaciones plausibles derivadas de la teoría de Snyder e investigaciones previas que expliquen este hallazgo, aunque podría ensayarse algunas razones meramente conjeturales y sujetas a ratificación empírica. La primera de estas razones sería el reducido tamaño de muestra para el caso de personas pertenecientes a las FFAA, y el carácter incidental y no estrictamente probabilístico de la investigación. La segunda razón sería la falta de especificidad en la recolección de data, ya que no contamos con ningún elemento que nos permita verificar el estatus exacto de quienes declaran ser “de las FFAA” (es

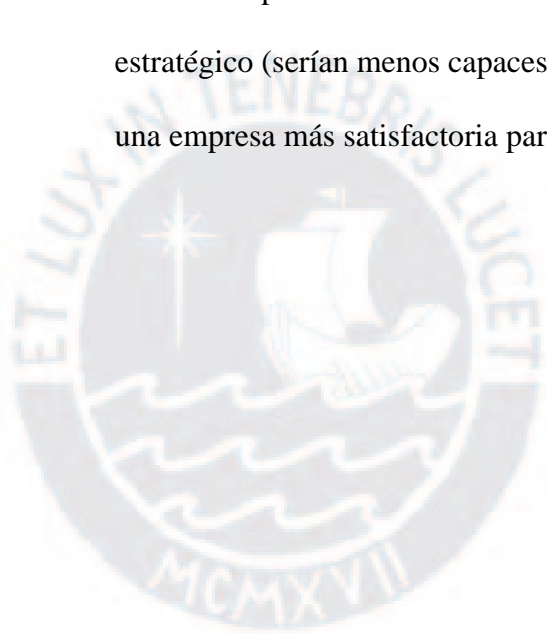
imposible determinar quiénes son oficiales, subalternos, asimilados, personal de apoyo no militar, etc.). En cuanto a los participantes dedicados al área de consultoría, es probable que al tratarse en su mayoría de profesionales autónomos e independientes, su campo laboral revele un alto grado de motivación pero sobre todo un buen nivel de estrategias. El personal de salud, por otro lado, podría deber sus mayores niveles de esperanza a motivaciones trascendentes de servicio a los demás, hasta cierto punto afines a los de los trabajadores de ONGs.

Hipótesis General 3: las variables de actitud laboral (nivel de satisfacción con los diversos aspectos del puesto y de la empresa en que se trabaja) mostrarán asociación positiva con los niveles de esperanza.

Resultado: En efecto, todas las variables de actitud laboral se asocian positivamente con los niveles de esperanza. La hipótesis se confirma.

Interpretación: las personas con altos niveles e esperanza son capaces de motivarse y planificar, a veces a niveles complejos, para lograr metas. Esto, que según los hallazgos de investigaciones anteriores es una característica relativamente estable de cada individuo, naturalmente debería predisponer a cada participante a evaluar su entorno laboral con estos criterios en mente, aunque no use los mismos nombres. Como se ha visto previamente, otros resultados de esta misma investigación apuntan a la posible existencia de una “autoselección” donde los empleados de mayor esperanza son atraídos y retenidos hacia/en empresas que les brindan oportunidades para utilizar estas habilidades para su propio desarrollo y el mejor rendimiento de la organización. Esto puede estar reflejándose en este resultado: las personas con mayor nivel de esperanza naturalmente tenderían a

buscar (y ser contratados por) empresas con un ambiente más acorde con sus habilidades y expectativas, y por lo tanto terminarían evaluando a sus empresa de modo más favorable. Mientras que, por el contrario, las personas con menor nivel de esperanza tendrían menos recursos personales y por lo tanto tenderían a permanecer en organizaciones que no los satisfacen, en parte por su menor “atractivo” en el mercado laboral, y en parte por su bajo nivel agéntico (no se sentirían capaces de influir activamente en su propia mejora laboral) y/o estratégico (serían menos capaces de crear secuencias de acción que los lleven a una empresa más satisfactoria para ellos).



CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este último capítulo, se detalla las Conclusiones y Recomendaciones Finales a las que los autores llegaron.

5.1. Es probable que la esfera laboral refleje mucho más del trabajador de lo que se había pensado hasta ahora. Según lo hallado en el presente estudio, la elección de un centro laboral probablemente sea más que una simple elección coyuntural influenciada sólo por consideraciones de lucro y realización personales. Factores como la rama de actividad laboral e incluso el tipo de empresa podrían ser una importante consecuencia de los recursos y enfoque personales del empleado.

5.2. En un mercado laboral como el peruano, sumamente competitivo para los trabajadores, donde hay mucha oferta y relativamente baja demanda (pese a las cifras macroeconómicas de reciente tendencia positiva), el desempleo, en vez de ser un estatus pasajero o incluso electivo (como podría ser en el caso de personas en busca de mejores oportunidades o emprendimientos propios), puede ser consecuencia de capacidades de planificación y de motivación por debajo de lo deseable para los empleadores.

5.3. Los niveles de esperanza parecen ser *antecedentes*, más que consecuencia, del estatus de desempleo. Esta podría ser una conclusión al comprobar que si bien el desempleo se asocia a baja esperanza, los meses de desempleo no impactan en ella. Esto tiene importantes implicancias para la prevención del desempleo: a saber, el desarrollo de programas para el incremento de la esperanza podría

aumentar la empleabilidad de los trabajadores, previniendo el desempleo y, como ya se ha visto, aumentando la satisfacción laboral.

5.4. Las características del mercado laboral peruano hacen que los trabajadores de mayor nivel de esperanza sean más “atractivos”, por lo que éstos terminarían en empresas que satisfacen sus expectativas, y buscando otros horizontes laborales cuando la empresa falla en este aspecto. Esto tiene importantes consecuencias para el área de recursos humanos en las empresas: claramente, una conclusión sería: “si deseas empleados de mayor nivel de esperanza, provéelos de un ambiente desafiante y adecuadas compensaciones”.

5.5. Existen sectores de la población con niveles especialmente bajos de esperanza, entre ellos quienes no han concluido su nivel de instrucción deseado, y quienes se dedican a labores agrícolas y ganaderas. Es necesario realizar investigaciones más exhaustivas para identificar estos y otros grupos con niveles de esperanza señaladamente bajos, e implementar programas que aumenten esos niveles, previniendo problemas de bienestar subjetivo y ajuste emocional y psicológico, además de promover el desarrollo de ciudadanos capaces de optimizar el desempeño de cualquier organización que los emplee.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2004). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos: Gestión por Competencias*. Buenos Aires: Granica.
- American Psychological Association. (2002). *Ethical Principles of Psychologists and Code Of Conduct*. Boston: American Psychological Association.
- Apoyo. (2006). *Perfil del Internauta Limeño*. Lima: Apoyo, Opinión y Mercado.
- Aspinwall, L. G., & Leaf, S. L. (2002). In Search of the Unique Aspects of Hope: Pinning Our Hopes on Positive Emotions, Future-Oriented Thinking, Hard Times, and Other People. *Psychological Inquiry*, 13 (4), 276–321.
- Aspinwall, L. G., & Staudinger, U. M. (2004). A Psychology of Human Strengths: Some Central Issues of an Emerging Field. En L. G. Aspinwall, & U. M. Staudinger (Edits.), *A Psychology of Human Strengths: Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology* (págs. 9-22). Washington, D. C.: American Psychological Association.
- Averill, J. R., Catlin, G., & Chon, K. K. (1990). *Rules of hope*. New York: Springer-Verlag.
- Babbie, E. R. (1988). *Métodos de Investigación por Encuesta*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *Informe de Progreso Económico Social. Se buscan nuevos empleos: los mercados laborales en América Latina*. Bogotá: Editorial Alfaomega.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Barak, A. (1999). Psychological applications on the Internet: A discipline on the threshold of a new millennium. *Applied and Preventive Psychology*, 8, 231-245.
- Barak, A., & Buchanan, T. (2003). Internet-based Psychological Testing and Assessment. En A. Barak, & T. Buchanan, *Online Counseling: A Handbook for Mental Health Professionals* (págs. 217-240). New York: Academic Press.
- Baron, J., & Siepmann, M. (2000). Techniques for Creating and Using Web Questionnaires in Research and Teaching. En M. H. Birnbaum, *Psychological Experiments on the Internet* (págs. 235-266). San Diego: Academic Press.
- Bergdahl, M. (2004). *What I learned from Sam Walton: How to compete and thrive in a Wal-Mart World*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Berscheid, E. (2004). The Human's Greatest Strength: Other Humans. En L. G. Aspinwall, & U. M. Staudinger (Edits.), *A Psychology of Human Strengths:*

Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology (págs. 37-48). Washington, D.C.: American Psychological Association.

Birnbaum, M. H. (2000). *Psychological Experiments on the Internet*. San Diego: Academic Press.

Blanchard, O. (2004). *Macroeconomía*. Madrid: Pearson Educación.

Bok, S. (1995). *Common Values*. Columbia: University of Missouri Press.

Brief, A., & Weiss, H. (2002). Organizational Behavior: Affect in the Workplace. *Annual Review of Psychology*, 53, 279-307.

Brunstein, J. C. (1993). Personal goals and subjective well-being: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 1061-1070.

Cameron, K. S., & Caza, A. (2004). Contributions to the discipline of Positive Organizational Scholarship. *American Behavioral Scientist*, 47 (6), 1-9.

Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quinn, R. E. (2003). An Introduction to Positive Organizational Scholarship. En K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Edits.), *Positive Organizational Scholarship* (págs. 2-19). San Francisco: Berrett-Koehler.

Cantril, H. (1964). The Human Design. *Journal of Individual Psychology*, 20, 129-136.

Centrum Católica. (2008). Responsabilidad Social: El Reto de los Empresarios Peruanos. *Strategia*, 3 (9), 6-15.

Cheavens, J., Gum, A., & Snyder, C. R. (2000). The Hope Scale. En L. Maltby, C. A. Lewis, & A. Hill (Edits.), *A Handbook of Psychological Tests* (Vol. 1, págs. 240-245). Lampeter: Edwin Mellen.

Coca Cola Company. (2008). *Estudio Latinoamericano sobre Salud Emocional, Bienestar y Felicidad*. s.l.: Coca Cola Company.

Colegio de Psicólogos del Perú. (2004). *Código de Ética del Psicólogo*. Recuperado el 12 de Julio de 2006, de Colegio de Psicólogos de Lima: <http://www.colegiodepsicologoslima.org/>

Collins, J. C. (2001). *Good to Great: Why some companies make the leap... And others don't*. New York: Harper Business.

Cooperrider, D. L., & Sekerka, L. E. (2003). Toward a theory of positive organizational change. En K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Edits.), *Positive Organizational Scholarship* (págs. 225-240). San Francisco: Berrett-Koehler.

Corporación Latinobarómetro. (2008). *Informe Latinobarómetro*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Cremades, J. (2003). Las telecomunicaciones en el mundo actual y el camino a la liberalización. En M. Vizcarra (Ed.), *La Sociedad de la Información. Nuevas Tendencias de las Telecomunicaciones* (págs. 29-44). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Csikszentmihalyi, M. (2003). *Good Business: Leadership, Flow, and the Making of Meaning*. New York: Penguin Books.

Curry, L. A., & Snyder, C. R. (2000). Hopes takes the field: Mind matters in athletic performances. En C. R. Snyder (Ed.), *Handbook of Hope: Theory, Measures, and Applications* (págs. 243-260). San Diego: Academic.

Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2008). *Happiness: Unlocking the Mysteries of Psychological Wealth*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49 (1), 71-75.

Duckworth, A. L., Steen, T., & Seligman, M. E. (2005). Positive Psychology in Clinical Practice. *Annual Review of Psychology*, 629-651.

Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2002). Motivational Values, Beliefs, and Goals. *Annual review of Psychology*, 53, 109-132.

Estado Peruano. (2004, Octubre 29). Ley del Trabajo del Psicólogo. *El Peruano*, p. 279255.

Estado Peruano. (2 de Agosto de 2007). Reglamento de la Ley del Psicólogo. *El Peruano*, pág. 350591.

Feldman, D. B., & Snyder, C. R. (2000). The State Hope Scale. In J. Maltby, C. A. Lewis, & A. Hill (Eds.), *A Handbook of Psychological Tests* (pp. 240-245). Lampeter: Edwin Mellen Press.

Fineman, S. (2006). On being positive: concerns and counterpoints. *Academy of Management Review*, 31 (2), 270-291.

Frank, J. D. (1975). The Faith that Heals. *The Johns Hopkins Medical Journal*, 137, 127-131.

Fredrickson, B. L. (2003). The value of positive emotions. *American Scientist*, 91, 330-335.

Frisch, M. B. (2006). *Quality Of Life Therapy: Applying a Life Satisfaction Approach to Positive Psychology and Cognitive Therapy*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Gable, S. L., & Haidt, J. (2005). What (and Why) Is Positive Psychology? *Review of General Psychology*, 9 (2), 103-110.

García Ferrando, M. (Ed.). (2000). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.

- Gardner, H., Csikszentmihalyi, M., & Damon, W. (2001). *Good work: When excellence and ethics meet*. New York: Basic.
- Hellriegel, D., Slocum, Jr., J. W., & Woodman, R. W. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: International Thomson Editores.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Hodge, B. J., Anthony, W. P., & Gales, L. M. (2003). *Teoría de la Organización: Un enfoque estratégico* (Sexta ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Huppert, F. A. (2004). A population approach to Positive Psychology: The potential for population interventions to promote well-being and prevent disorder. En P. A. Linley, & S. Joseph (Edits.), *Positive Psychology in Practice* (págs. 693-712). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- INEI. (2008). *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Perfil Sociodemográfico del Perú* (Segunda edición ed.). Lima: INEI.
- Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica. (2007). *Encuesta de Opinión Laboral. Lima Metropolitana*. Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica. Lima: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica.
- Irving, L. M., Snyder, C. R., & Crowson, J. J. (1998). Hope and the negotiation of cancer facts by college women. *Journal of Personality*, *66*, 195-214.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del Comportamiento* (Cuarta Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Krantz, J. H., & Dalal, R. (2000). Validity of Web-Based Psychological Research. In M. H. Birnbaum, *Psychological Experiments on the Internet* (pp. 35-60). San Diego: Academic Press.
- Kraut, R., Olson, J., Banaji, M., Bruckman, A., Jeffrey, C., & Couper, M. (2004). Psychological Research Online: Report of Board of Scientific Affairs' Advisory Group. *American Psychologist*, *59* (2), 105-117.
- Kwon, P. (2002). Hope, defense mechanisms, and adjustment: Implications for false hope and defensive hopelessness. *Journal of Personality*, *70*, 207-231.
- Lazarus, A. (1980). Toward delineating some causes of change in psychotherapy. *Professional Psychology*, *11*, 863-870.
- Lazarus, R. S. (1999). Hope: An emotion and a vital coping resource. *Social Research*, *66*, 665-669.
- Lazarus, R. S. (2000). Toward better research on stress and coping. *American Psychologist*, *55*, 653-678.

Lee, R., & Ashforth, B. (1996). A meta-analytic examination of the correlates of the three dimensions of job burnout. *Journal of Applied Psychology*, *81*, 123-133.

Lee, T. W., Locke, E. A., & Latham, G. P. (1989). Goal Setting Theory and Job Performance. En *Goal Concepts in Personality and Social Psychology* (págs. 291-326). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Linley, P. A., & Joseph, S. (Eds.). (2004). *Positive Psychology in Practice*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Lopez, S. J., Snyder, C. R., Magyar-Moe, J. L., Edwards, L. M., & Teramoto Pedrotti, J. (2004). Strategies for Accentuating Hope. En P. A. Linley, & S. Joseph (Edits.), *Positive Psychology in Practice* (págs. 388-404). New Jersey: John Wiley & Sons.

Maddux, J. E. (2002). Stopping the "Madness": Positive Psychology and the Deconstruction of the Illness Ideology and the DSM. En C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Edits.), *Handbook of Positive Psychology* (págs. 13-25). New York: Oxford University Press.

Magaletta, P. R., & Oliver, J. M. (1999). The Hope Construct, Will, and Ways: Their Relations with Self-Efficacy, Optimism and General Well-Being. *Journal of Clinical Psychology*, *55* (5), 539-551.

Maslach, C., & Leiter, M. (1999). Burnout and engagement in the workplace. A contextual analysis. *Advances in Motivation and Achievement*, *11*, 275-302.

McDermott, D., & Snyder, C. R. (2000). *The great big book of hope: Help your children achieve their dreams*. Oakland: New Harbinger Publications.

McGee, R. F. (July de 1984). Hope: A Factor Influencing Crisis Resolution. *Advances in Nursing Science*, 34-44.

Menninger, K. (1959). The academic lecture: hope. *The American Journal of Psychiatry*, 481-491.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2008). *Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo*. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Myers, D. G. (2004). Human Connections and the Good Life: Balancing Individuality and Community in Public Policy. In P. A. Linley, & S. Joseph (Eds.), *Positive Psychology in Practice* (pp. 641-657). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Myers, D. G., & Diener, E. (1996). The pursuit of happiness. *Scientific American*, *274*, 54-56.

Naisbitt, J. T. (1997). De naciones-estado a redes. En R. Gibson (Ed.), *Repensando el futuro: negocios, principios, competencia, control y complejidad, liderazgo, mercados y el mundo* (Octava ed., págs. 255-271). Bogotá: Norma.

- Nuttin, J. (1982). *Teoría de la Motivación Humana*. Barcelona: Paidós.
- Onwuegbuzie, A. J., & Snyder, C. R. (2000). Relations between hope and graduate students' studying and test-taking strategies. *Psychological reports*, *86*, 803-806.
- Orem, S., Binkert, J., & Clancy, A. (2007). *Appreciative Coaching*. San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Perú, Congreso de la República. (2006). *Constitución Política del Perú: Promulgada el 29 de diciembre de 1993*. Lima: Congreso de la República.
- Peterson, C. (2006). *A Primer in Positive Psychology*. New York: Oxford University Press.
- Peterson, C., & Park, N. (2004). Classification and Measurement of Character Strengths: Implications for Practice. In P. A. Linley, & S. Joseph (Eds.), *Positive Psychology in Practice* (pp. 433-446). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. (2004). *Character Strengths and Virtues: a Handbook and Classification*. New York: Oxford University Press.
- Real Academia Española. (2002). *Diccionario de la Lengua Española* (Vigésimosegunda Edición ed.). Madrid: Espasa-Calpe.
- Redelmeier, D., & Kahneman, D. (1996). Patients' memories of painful medical treatments: Real time and retrospective evaluations of two minimally invasive procedures. *Pain*, *116*, 3-8.
- Roca Rey, I. (2003). ¿Por qué y cómo escuchar la opinión de los pobres? En E. Vásquez Huamán, & D. Winkelried Quezada (Edits.), *Buscando el Bienestar de los pobres: ¿Cuán lejos estamos?* (págs. 21-60). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Roesch, S. C., & Vaughn, A. A. (2006). Evidence for the Factorial validity of the Dispositional Hope Scale: Cross-Ethnic and Cross-Gender Measurement Equivalence. *European Journal of Psychological Assessment*, *22* (2), 78-84.
- Sandelands, L. E., & Worline, M. C. (January de 2006). Toward a Unifying Theory for Positive Organizational Studies. *Working Paper Series from the Center for Positive Organizational Scholarship*, 2-43.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and Empirical Data. *Cognitive Therapy and Research*, *16*, 201-228.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, Coping and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, *4*, 219-247.

Schkade, D., & Kahneman, D. (1998). Does living in California make people happy? A focusing illusion in judgments of life satisfaction. *Psychological Science* , 9, 340-346.

Schuldt, J. (2005). *Bonanza macroeconómica y malestar microeconómico. Apuntes para el estudio del caso peruano, 1988-2004*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Schwalb, M., & Malca, O. (2004). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la Competitividad Empresarial y el Desarrollo Sostenible*. Lima: Universidad del Pacífico.

Seligman, M. E. (2002). *Authentic Happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York: Free Press.

Seligman, M. E. (2004). Foreword. En A. P. Linley, & S. Joseph (Edits.), *Positive Psychology in Practice* (págs. xi-xiii). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Seligman, M. E. (1991). *Learned Optimism*. New York: Knopf.

Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist* , 55 (1), 5-14.

Sethi, S., & Seligman, M. E. (1993). Optimism and Fundamentalism. *Psychological Science* , 4 (4), 256-259.

Skitka, L. J., & Sargis, E. G. (2006). The Internet as Psychological Laboratory. *Annual Review of Psychology* , 57, 529-555.

Snyder, C. R. (2002). Hope Theory: Rainbows in the Mind. *Psychological Inquiry* , 13 (4), 249-275.

Snyder, C. R. (1994). *The psychology of hope: You can get there from here*. New York: Free Press.

Snyder, C. R., & Feldman, D. B. (2000). Hope for the many: an empowering social agenda. En *Handbook of Hope: Theory, Measures, and Applications* (págs. 402-415). San Diego: Academic.

Snyder, C. R., & Lopez, S. J. (Eds.). (2002). *Handbook of Positive Psychology*. New York: Oxford University Press.

Snyder, C. R., Hoza, B., Pelham, W. E., Rapoff, M., Ware, L., & Danovsky, M. (1997). The development and validation of the Children's Hope Scale. *Journal of Pediatric Psychology* , 22, 399-421.

Snyder, C. R., Lapointe, A. B., Crowson, J. J., & Early, S. (1998). Preferences of high- and low-hope people for self-referential input. *Cognition & Emotion* , 12, 807-823.

Snyder, C. R., Lopez, S. J., Shorey, H., Rand, K., & Feldman, D. B. (2003). Hope theory, measurements, and applications to school psychology. *School Psychology Quarterly*, 18 (2), 122-139.

Snyder, C. R., Rand, K. L., & Sigmon, D. R. (2002). Hope Theory: A Member of the Positive Psychology Family. En C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Edits.), *Handbook of Positive Psychology* (págs. 257-276). New York: Oxford University Press.

Snyder, C. R., Simpson, S. C., Ybasco, F. C., Borders, T. F., Babyak, M. A., & Higgins, R. L. (1996). Development and validation of the State Hope Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 321-335.

Tarazona, D. (2005). Autoestima, Satisfacción con la Vida y Condiciones de Habitabilidad en Adolescentes de Quinto Año de Media. Un Estudio Factorial según Pobreza y Sexo. *Revista IIPSI UNMSM*, 8 (2), 57-65.

Tuesta Soldevilla, F., & Sulmont, D. (2007). *Estado de la Opinión Pública*. Lima: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Vecina Jiménez, M. L. (2006). Emociones Positivas. *Papeles del Psicólogo*, 27 (1), 9-17.

Veenhoven, R. (2006). *Average happiness in 91 nations 1995-2005: RankReport 2006-1*. Retrieved Julio 13, 2007, from World Database of Happiness: worlddatabaseofhappiness.eur.nl

Veenhoven, R. (2004). Happiness as a Public Policy Aim: The Greatest Happiness Principle. En P. A. Linley, & S. Joseph (Edits.), *Positive Psychology in Practice* (págs. 658-678). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Veenhoven, R. (n.d.). *World Database of Happiness*. Retrieved Octubre 4, 2008, from <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>

Whitlock, J. L., Powers, J. L., & Eckenrode, J. (2006). The Virtual Cutting Edge: The Internet and Adolescent Self-Injury. *Developmental Psychology*, 42 (3), 407-417.

World Health Organization. (1946). Preamble to the Constitution of the World Health Organization as adopted by the International Health Conference. En W. H. Organization, *Official Records of the World Health Organization* (págs. 19-22). Geneva: World Health Organization.

Wrzesniewski, A., McCauley, C., Rozin, P., & Schwartz, B. (1997). Jobs, Careers, and Callings: People's relations to their work. *Journal of Research and Personality*, 31, 21-33.

Yamamoto, J., & Feijoo, A. R. (2007). Componentes émicos del bienestar. Hacia un modelo alternativo de desarrollo. *Revista de Psicología*, 25 (2), 197-231.

APÉNDICE A: ESCALAS

The Goals Scale

Directions: Read each item carefully. Using the scale shown below, please select the number that best describes YOU and put that number in the blank provided.

1=Definitely False

2=Mostly False

3=Mostly True

4=Definitely True

- ___ 1. I can think of many ways to get out of a jam.
- ___ 2. I energetically pursue my goals.
- ___ 3. I feel tired most of the time.
- ___ 4. There are lots of ways around any problem.
- ___ 5. I am easily downed in an argument.
- ___ 6. I can think of many ways to get the things in life that are most important to me.
- ___ 7. I worry about my health.
- ___ 8. Even when others get discouraged, I know I can find a way to solve the problem.
- ___ 9. My past experiences have prepared me well for my future.
- ___ 10. I've been pretty successful in life.
- ___ 11. I usually find myself worrying about something.
- ___ 12. I meet the goals that I set for myself.

Notes: When administered, we have called this the "Goals Scale" rather than the "Hope Scale" because on some initial occasions when giving the scale, people became sufficiently interested in the fact that hope could be measured that they wanted to discuss this rather than taking the scale. No such problems have been encountered with the rather mundane "Goals Scale." Items 3, 5, 7, & 11 are distracters, and are not used for scoring. The Pathways subscale score is the sum of items 1, 4, 6, & 8: the agency subscale is the sum of items 2, 9, 10, & 12. Hope is the sum of the 4 Pathways and 4 Agency items. In our original studies, we used to 4-point response continuum, but to encourage more diversity in scores in our more recent studies, we have used the following 8-point scale:

1 = Definitely False 2 = Mostly False 3 = Somewhat False 4 = Slightly False 5 = Slightly True 6 = Somewhat True 7 = Mostly True 8 = Definitely True

Scores using the 4-point continuum can range from a low of 8 to a high of 32. For the 8-point continuum, scores can range from a low of 8 to a high of 64.

Taken from C. R. Snyder, C. Harris, J. R. Anderson, S. A. Holleran, L. M. Irving, S. T. Sigmon, L. Yoshinobu, J. Gibb, C. Langelle, & P. Harney. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 570-585. The scale can be used for research purposes without contacting the author.



Escala de Metas

Instrucciones: Lea cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, seleccione por favor el número que mejor le describe lo que USTED piensa, y escriba ese número en el espacio en blanco.

- 1=Definitivamente Falso
- 2=Mayormente Falso
- 3=Mayormente Cierto
- 4=Definitivamente Cierto

1. Encuentro muchas maneras de salir de un aprieto.
2. Persigo mis metas con mucha energía.
3. Me siento cansado(a) la mayor parte del tiempo.
4. Hay muchos modos de salir de un problema.
5. Me enredo fácilmente en discusiones.
6. Puedo hallar muchos modos de obtener las cosas que más me importan en la vida.
7. Estoy preocupado por mi salud.
8. Aun cuando otros se desalientan, yo sé que puedo hallar una solución al problema.
9. Mis experiencias pasadas me han preparado bien para el futuro.
10. Me ha ido bastante bien en la vida.
11. Generalmente ando preocupado por algo.
12. Consigo las metas que yo mismo me fijo.

The Satisfaction with Life Scale

By Ed Diener, Ph.D.

DIRECTIONS: Below are five statements with which you may agree or disagree.

Using

the 1-7 scale below, indicate your agreement with each item by placing the appropriate number in the line preceding that item. Please be open and honest in your responding.

1 = Strongly Disagree

2 = Disagree

3 = Slightly Disagree

4 = Neither Agree or Disagree

5 = Slightly Agree

6 = Agree

7 = Strongly Agree

_____ 1. In most ways my life is close to my ideal.

_____ 2. The conditions of my life are excellent.

_____ 3. I am satisfied with life.

_____ 4. So far I have gotten the important things I want in life.

_____ 5. If I could live my life over, I would change almost nothing.

Escala de Satisfacción Con la Vida*

AUTOR: Ed Diener, Ph.D.*

INSTRUCCIONES: Debajo hallarás cinco frases con las cuales puedes estar de acuerdo o en desacuerdo. Usa la escala de siete opciones para indicar cuán de acuerdo o cuán en desacuerdo estás con cada frase. Por favor responde con la mayor sinceridad posible.

- 1 = Muy En Desacuerdo
- 2 = En Desacuerdo
- 3 = Ligeramente En Desacuerdo
- 4 = Neutral
- 5 = Ligeramente De Acuerdo
- 6 = De Acuerdo
- 7 = Muy De Acuerdo

1. En la mayoría de los aspectos mi vida es como quiero que sea.
2. Las circunstancias de mi vida son buenas.
3. Estoy satisfecho con mi vida
4. Hasta ahora he conseguido de la vida las cosas que considero importantes.
5. Si pudiera vivir mi vida de nuevo, me gustaría que todo volviese a ser igual.

APÉNDICE B: ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Propiedades Estadísticas de los ítemes de la Escala de Esperanza:

Estadísticas por Ítem: Escala de Esperanza

	Promedio	Desv. Estándar	N
ESPERANZA ITEM 01	3,19	0,684	615
ESPERANZA ITEM 02	3,16	0,707	615
ESPERANZA ITEM 03	2,06	0,837	615
ESPERANZA ITEM 04	3,47	0,621	615
ESPERANZA ITEM 05	1,83	0,784	615
ESPERANZA ITEM 06	3,06	0,716	615
ESPERANZA ITEM 07	2,57	0,872	615
ESPERANZA ITEM 08	3,29	0,648	615
ESPERANZA ITEM 09	3,28	0,726	615
ESPERANZA ITEM 10	2,97	0,680	615
ESPERANZA ITEM 11	2,57	0,804	615
ESPERANZA ITEM 12	2,99	0,688	615

Validez Interna de la Escala de Esperanza: Para establecer un primer indicio de la validez de la Escala, se procedió del modo siguiente:

- Se sumó los puntajes correspondientes a los 8 ítemes correspondientes al constructo de Esperanza propiamente dicho (1, 2, 4, 6, 8, 9, 10 y 12), para todos los participantes. La suma de los puntajes de esos ítemes fue denominada “Escala Esperanza Sin Distractores”.
- Se sumó los puntajes correspondientes a los ítemes distractores (3, 5, 7 y 11), para todos los participantes. La suma de los puntajes de esos ítemes fue denominada “Escala de Esperanza Sólo Distractores”.

- Se procedió a correlacionar la “Escala Esperanza Sin Distractores” versus “Escala de Esperanza Sólo Distractores”. La lógica es que no debería existir correlación entre ambas, al ser escalas pretendidamente independientes.

Resultado: Al realizar el cálculo (ver cuadro siguiente), en efecto el índice de correlación r de Pearson indicó que no existe una correlación positiva entre ambos grupos de ítems. Sin embargo, existe una correlación negativa, que aunque baja, es estadísticamente significativa ($p < 0.01$).

Estadísticas por Grupos de Ítems: Escala de Esperanza

	Promedio	Desv. Estándar	N
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	25,39	3,789	615
ESCALA ESPERANZA SOLO DISTRACTORES	9,03	2,218	615

Correlaciones

		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	ESCALA ESPERANZA SOLO DISTRACTORES
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation	1	-,236(**)
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	615	615
ESCALA ESPERANZA SOLO DISTRACTORES	Pearson Correlation	-,236(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	615	615

** Correlación significativa al nivel de 0.01 (2-colas).

Confiabilidad de la Escala de Esperanza: Sobre la base de la “Escala Esperanza Sin Distractores”, se realizó un análisis de Confiabilidad a fin de determinar el Coeficiente de Confiabilidad Alpha de Cronbach:

Resumen de Procesamiento de Casos

		N	%
Casos	Válidos	615	98,6
	Excluidos	9	1,4
	Total	624	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,844	0,845	8

Confiabilidad de la Escala de Bienestar: Sobre la base de los 5 ítems de la escala se realizó un análisis de Confiabilidad a fin de determinar el Coeficiente de Confiabilidad Alpha de Cronbach:

Resumen de Procesamiento de Casos

		N	%
Casos	Válidos	605	97,0
	Excluidos	19	3,0
	Total	624	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,886	0,891	5

Análisis Correlacional

En esta sección se incluyen las correlaciones halladas entre todas las variables de intervalo y/o de escala dentro de las encuestas y escalas aplicadas, según las hipótesis inicialmente definidas en el Plan de Tesis. En el resto de esta sección usaremos siempre la “Escala Esperanza Sin Distractores” (ESD) como referencia.

1. **Edad y ESD:** Existe un r de 0.091, estadísticamente significativo ($p < 0.005$)

Correlations

		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	EDAD
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation	1	,091(*)
	Sig. (2- tailed)		0,025
	N	615	615
EDAD	Pearson Correlation	,091(*)	1
	Sig. (2- tailed)	0,025	
	N	615	615

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. **ESD y Bienestar:** Se halló correlación alta en magnitud y estadísticamente significativa.

Correlations

		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	ESCALA DE BIENESTAR SUMA TOTAL
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation	1	,671(**)
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	615	605
ESCALA DE BIENESTAR SUMA TOTAL	Pearson Correlation	,671(**)	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	605	605

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

3. **Años de Experiencia Laboral y ESD:** Existe una correlación positiva pequeña, pero estadísticamente significativa.

Correlaciones

		EXPERIENCIA LABORAL	ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES
EXPERIENCIA LABORAL	Pearson Correlation	1	,154(**)
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	615	615
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation	,154(**)	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	615	615

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

4. **Meses de Desempleo y ESD:** Existe una correlación negativa, es muy baja en magnitud y no es estadísticamente significativa.

Correlations

		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	DESEMPLEO MESES DESEMPLEO
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation	1	-,063
	Sig. (1-tailed)		,281
	N	88	86
DESEMPLEO MESES DESEMPLEO	Pearson Correlation	-,063	1
	Sig. (1-tailed)	,281	
	N	86	86

5. **Número de puestos a que postuló (desempleados) y ESD:** No existe una correlación estadísticamente significativa entre la ESD y el número de puestos a los que el grupo de desempleados postuló.

Correlations

		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRAC TORES	DESEMPLE PUESTOS INTENTADOS
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRAC TORES	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	1 88	-,041 87 ,353
DESEMPLE PUESTOS INTENTADOS	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	-,041 87 ,353	1 87

6. **Actitudes hacia la empresa / puesto y la ESD:** Se halló que todos los ítemes de actitud hacia los diversos aspectos de la empresa/puesto se correlacionaron positivamente con la ESD, siendo en todos los casos la correlación estadísticamente significativa y de magnitud moderada.

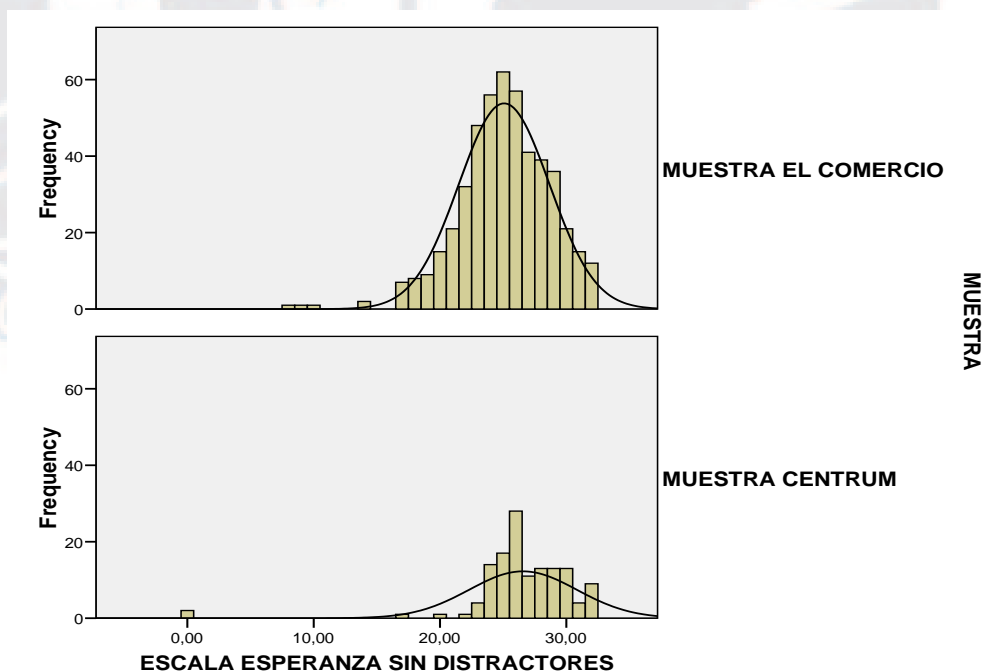
		ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	VAL EMPRESA - IMPORTANCIA	VAL EMPRESA - LÍDERES	VAL EMPRESA - INCENTIVOS	VAL EMPRESA - BENEFICIOS	VAL PUESTO - NIVEL ACTITUD	VAL PUESTO - PROMOCIÓN	VAL PUESTO - CONTENIDO ACTITUD	VAL PUESTO - SALARIO ACTITUD
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	1 615	0,23 0,00 476	0,23 0,00 476	0,15 0,00 476	0,12 0,00 476	0,13 0,00 476	0,15 0,00 462	0,17 0,00 462	0,28 0,00 462
VAL EMPRESA - IMPORTANCIA	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,23 0,00 476	1,00 0,00 476	0,32 0,00 476	0,25 0,00 476	0,34 0,00 476	0,10 0,00 462	0,16 0,00 462	0,21 0,00 462	0,15 0,00 462
VAL EMPRESA - LÍDERES	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,15 0,00 476	0,32 0,00 476	1,00 0,00 476	0,45 0,00 476	0,32 0,00 476	0,25 0,00 462	0,29 0,00 462	0,25 0,00 462	0,24 0,00 462
VAL EMPRESA - INCENTIVOS	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,12 0,00 476	0,25 0,00 476	0,45 0,00 476	1,00 0,00 476	0,41 0,00 476	0,23 0,00 462	0,38 0,00 462	0,24 0,00 462	0,21 0,00 462
VAL EMPRESA - BENEFICIOS	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,13 0,00 476	0,34 0,00 476	0,32 0,00 476	0,41 0,00 476	1,00 0,00 476	0,22 0,00 462	0,31 0,00 462	0,19 0,00 462	0,28 0,00 462
VAL PUESTO - NIVEL ACTITUD	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,15 0,00 462	0,10 0,02 462	0,25 0,00 462	0,23 0,00 462	0,22 0,00 462	1,00 0,00 462	0,28 0,00 462	0,30 0,00 462	0,45 0,00 462
VAL PUESTO - PROMOCIÓN	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,17 0,00 462	0,16 0,00 462	0,29 0,00 462	0,38 0,00 462	0,31 0,00 462	0,28 0,00 462	1,00 0,00 462	0,25 0,00 462	0,27 0,00 462
VAL PUESTO - CONTENIDO ACTITUD	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,28 0,00 462	0,21 0,00 462	0,25 0,00 462	0,24 0,00 462	0,19 0,00 462	0,30 0,00 462	0,25 0,00 462	1,00 0,00 462	0,32 0,00 462
VAL PUESTO - SALARIO ACTITUD	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	0,13 0,00 462	0,15 0,00 462	0,24 0,00 462	0,21 0,00 462	0,28 0,00 462	0,45 0,00 462	0,27 0,00 462	0,32 0,00 462	1,00 0,00 462

Análisis De Diferencia de Medias

En esta sección se incluyen los análisis de Diferencia de Medias para la ESD en el caso de las variables nominales y ordinales. Estos análisis (Prueba T y ANOVA) determinan si existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la ESD para los grupos definidos por variables no numéricas, como origen, género, etc.

1. **Muestra:** Evaluamos si existían diferencias significativas en los niveles de ESD entre la muestra de participantes reclutados a través de la web EC y la muestra de participantes a través de la convocatoria hecha en Centrum.

- a. **Normalidad de la ESD en ambas muestras:** A través de un histograma se hizo una comprobación gráfica de la normalidad de la distribución de puntajes de la ESD para ambas muestras. Esta comprobación es un requisito para el T-Test.



- b. Se establecieron los siguientes estadísticos descriptivos para este análisis:

Group Statistics

MUESTRA		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	MUESTRA EL COMERCIO	484	25,0744	3,58895	,16313
	MUESTRA CENTRUM	131	26,5649	4,26452	,37259

- c. El análisis de diferencia de medias arrojó los siguientes resultados:

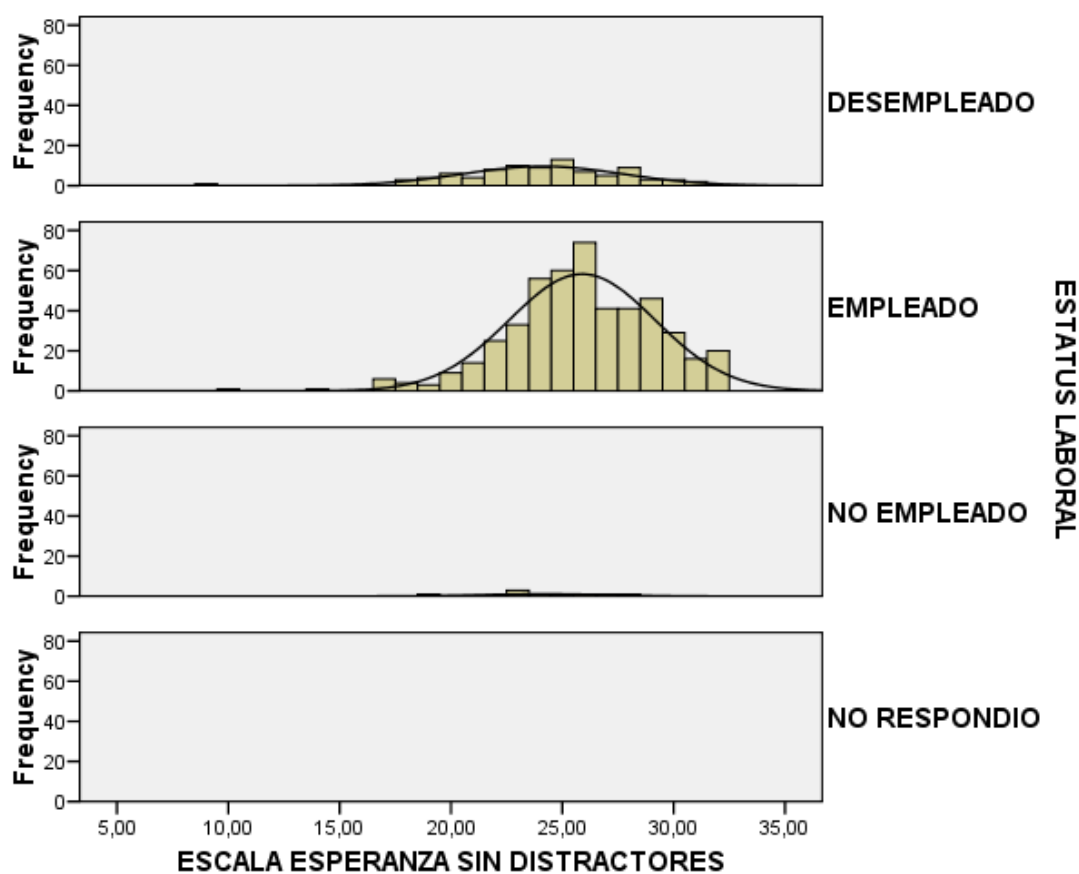
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Equal variances assumed	,598	,440	-4,044	613	,000	-1,49051	,36858	-2,21434	-,76667
	Equal variances not assumed			-3,665	182,811	,000	-1,49051	,40674	-2,29302	-,68799

- d. Como vemos, el Test de Levene para Igualdad de Varianzas arroja un valor alto de significación (superior a 0.10), por lo que asumiremos homocedasticidad de las muestras.
- e. La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es de casi un punto y medio (1.49) a favor de la muestra de Centrum.
- f. Como vemos la significancia estadística de esta diferencia está por debajo de 0.01, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia no se debe al azar, sino que revela algo respecto de la relación entre las muestras y las características de ellas.

2. **Estatus Laboral y ESD:** Se realizó un T test de diferencia de medias entre muestras independientes para el caso de los participantes que habían respondido a la Escala de Esperanza, agrupándolos por la variable "Estatus Laboral" (*Empleados*, *Desempleados*, y *No Empleados*, siendo éstos últimos quienes por alguna razón no tienen un empleo pero tampoco lo buscan).

a. Test de Normalidad:



b. Las estadísticas descriptivas:

Group Statistics

ESTATUS LABORAL		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	EMPLEADO	479	25.8894	3.27956	.14985
	DESEMPLEADO	87	24.1149	3.60370	.38636

c. El análisis de diferencia de medias arrojó los siguientes resultados:

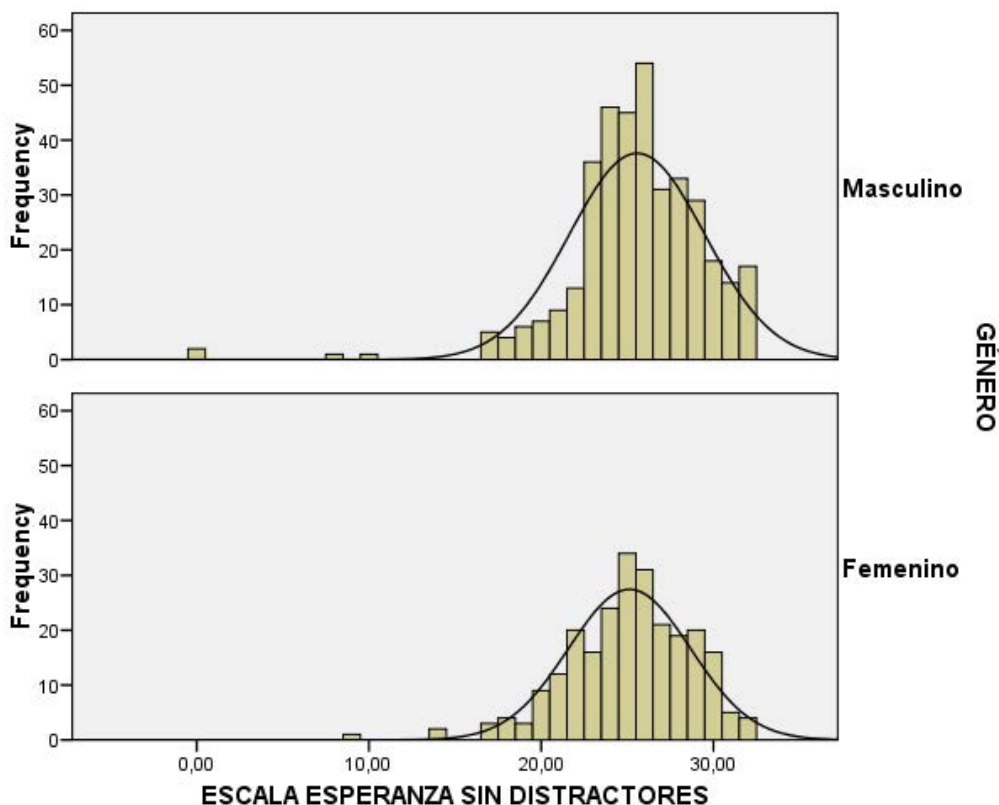
		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Equal variances assumed	.871	.351	4.571	564	.000	1.77441	.38820	1.01191	2.53691
	Equal variances not assumed			4.282	113.357	.000	1.77441	.41440	.95344	2.59538

d. Los resultados indican que en efecto existe una diferencia estadísticamente significativa entre los participantes que están empleados al momento de responder a la escala de Esperanza, y quienes estaban desempleados. Según los resultados, esta diferencia corre a favor de los primeros sobre los segundos.

3. **Género y ESD:** Se realizó un análisis T Test de diferencia de medias entre muestras independientes para el caso de los participantes que habían respondido a la escala de Esperanza, agrupándolos por la variable género (masculino / femenino).

a. **Test de Normalidad:**

5



b. **Las estadísticas descriptivas:**

Group Statistics

		GÉNERO	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Masculino		371	25,5660	3,93499	,20429
	Femenino		244	25,1270	3,54690	,22707

c. El análisis de diferencia de medias arrojó los siguientes resultados:

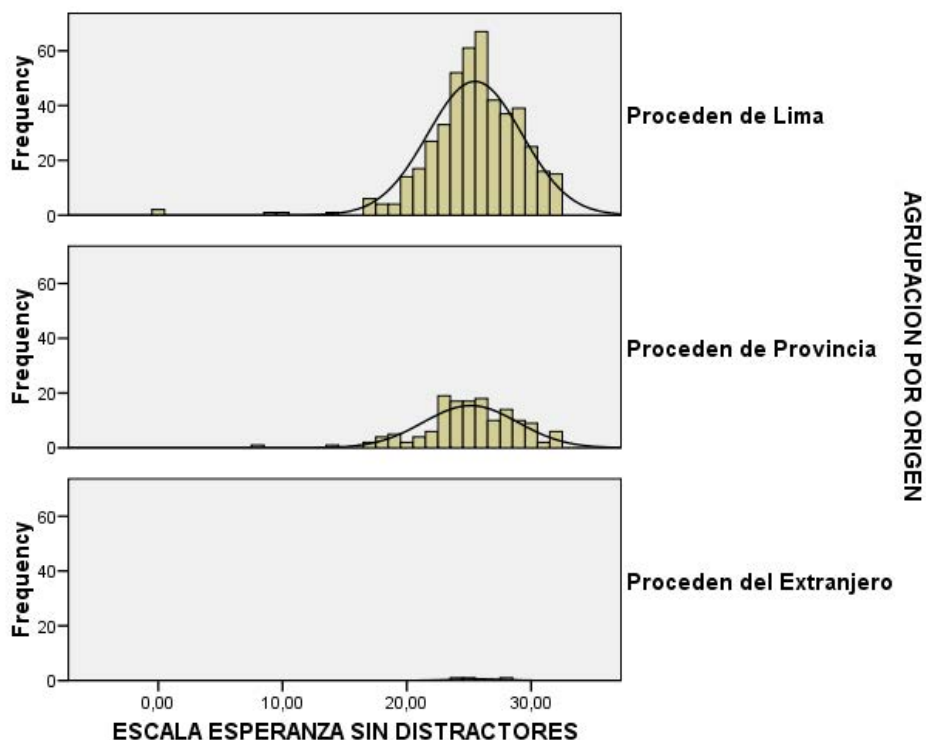
Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Upper	Lower
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Equal variances assumed	0,025	0,873	1,407	613	0,160	0,43899	0,31205	-0,17383	1,05181
	Equal variances not assumed			1,437	556,253	0,151	0,43899	0,30544	-0,16097	1,03895

- d. Como vemos, el Test de Levene para Igualdad de Varianzas arroja un valor alto de significación (superior a 0.10), por lo que asumiremos homocedasticidad de las muestras.
- e. La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es menor al medio punto (0.44) a favor de la muestra de varones.
- f. Como vemos la significancia estadística de esta diferencia está por encima de 0.05, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia podría deberse al azar.

4. **Procedencia y ESD:** Se clasificó a los participantes en tres grupos, de acuerdo a su procedencia (lugar de nacimiento): el primer grupo estuvo conformado por los participantes nacidos en Lima; el segundo grupo, por los nacidos en cualquier provincia del Perú; y el tercero, por los nacidos en cualquier lugar fuera del país pero que sin embargo ostentaban nacionalidad peruana. Ya en el análisis, se suprimió el tercer grupo debido a su reducido número en la muestra. Por lo tanto,

se realizó un análisis de diferencia de medias basado en los dos primeros grupos.

a. **Test de Normalidad:**



b. **Las estadísticas descriptivas:**

Group Statistics

AGRUPACION POR ORIGEN		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Proceden de Lima	464	25,4634	3,79080	,17598
	Proceden de Provincia	147	25,1224	3,79960	,31339

c. El análisis de diferencia de medias arrojó los siguientes resultados:

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Equal variances assumed	,320	,572	,950	609	,343	,34091	,35898	-,36408	1,04591
	Equal variances not assumed			,949	244,919	,344	,34091	,35942	-,36703	1,04886

- d. Como vemos, el Test de Levene para Igualdad de Varianzas arroja un valor alto de significación (superior a 0.10), por lo que asumiremos homocedasticidad de las muestras.
- e. La diferencia de puntajes para la ESD entre ambas muestras es menor al medio punto (0.34) a favor de la muestra de Lima.
- f. Como vemos la significancia estadística de esta diferencia está por encima de 0.05, por lo tanto podemos afirmar que esta diferencia podría deberse al azar.

5. **Lugar de Residencia y ESD:** A fin de poder determinar la existencia (o no) de diferencias estadísticamente significativas entre los participantes agrupados según su lugar de residencia, se procedió inicialmente a realizar un ANOVA. Los grupos se definieron al igual que el caso anterior (participantes residentes en Lima, participantes residentes en provincias, y participantes residentes en el extranjero). Sin embargo, al evaluar las características de las muestras, se detectó lo siguiente:

a. **Estadísticas Descriptivas:**

Descriptives

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Residen en Lima	470	25,6851	3,39302	,15651	25,3776	25,9927	9,00	32,00
Residen en Provincia	90	24,1778	5,32448	,56125	23,0626	25,2930	,00	32,00
Residen en el Extranjero	39	24,7436	3,87786	,62095	23,4865	26,0006	14,00	31,00
Total	599	25,3973	3,81062	,15570	25,0915	25,7031	,00	32,00

b. **Test de Homogeneidad de Varianzas:**

Test of Homogeneity of Variances

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,028	2	596	,049

- c. La significación del estadístico de Levene nos indica que para el caso de la muestra total dividida en grupos de residencia, el supuesto de homocedasticidad no se

confirma, cayendo por debajo del nivel que normalmente se considera como límite (0.049 vs 0.10). Dado que este es uno de los supuestos básicos del ANOVA, se consideró como inadecuado proceder con este tipo de análisis a nivel de toda la muestra. (El ANOVA es robusto a la heterocedasticidad cuando se trata de grupos de tamaño similar; sin embargo, en este caso los grupos eran de tamaño bastante diverso, como puede verse en el cuadro de estadísticas descriptivas.)

- d. Dado que la teoría estadística nos indica que el estadístico de Levene es conceptualmente una estimación de la probabilidad de que la muestra original haya sido extraída de un modo cercano al azar, se concluyó que el camino más adecuado era evaluar la homogeneidad de varianzas entre las muestras de participantes reclutados a través de la web de El Comercio y los participantes reclutados a través de Centrum. El supuesto de partida era que el subgrupo de El Comercio tendría una distribución más cercana a la aleatoriedad que el subgrupo de Centrum, a causa del modo en que ambas convocatorias habían tenido lugar (en el caso de El Comercio se trató de un banner publicitario en la web de ese diario, donde los participantes eran expuestos al banner al azar, mientras que en el caso de Centrum se trató de un correo electrónico enviado al grupo concreto de alumnos de maestría). De este modo, si a nivel del subgrupo de El Comercio se verificaba homocedasticidad entre los participantes divididos según su lugar de residencia (y la heterocedasticidad se confirmaba a nivel del subgrupo de Centrum), podríamos proseguir a ejecutar el ANOVA a nivel sólo de ese subgrupo.
- e. Al ejecutar el Test de Levene dividiendo la muestra en los dos subgrupos mencionados, se halló lo siguiente:

Descriptives^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Residen en Lima	348	25,2414	3,49628	,18742	24,8728	25,6100	9,00	32,00
Residen en Provincia	81	24,4938	3,93104	,43678	23,6246	25,3631	8,00	32,00
Residen en el Extranjero	39	24,7436	3,87786	,62095	23,4865	26,0006	14,00	31,00
Total	468	25,0705	3,61139	,16694	24,7425	25,3986	8,00	32,00

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

Test of Homogeneity of Variances^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,165	2	465	,848

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

Descriptives^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Residen en Lima	122	26,9508	2,71772	,24605	26,4637	27,4379	17,00	32,00
Residen en Provincia	9	21,3333	12,27803	4,09268	11,8956	30,7711	,00	32,00
Total	131	26,5649	4,26452	,37259	25,8278	27,3020	,00	32,00

a. MUESTRA = MUESTRA CENTRUM

Test of Homogeneity of Variances^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
81,716	1	129	,000

a. MUESTRA = MUESTRA CENTRUM

f. Lo anterior confirmó nuestro supuesto (los agrupamientos por residencia sí tenían varianzas similares en el subgrupo de El Comercio, mientras que tienen varianzas distintas en el subgrupo de Centrum). La razón parece simple: los alumnos de Centrum se concentran en Lima, mientras que los internautas lectores de la web de El Comercio en principio estarían menos localizados en un solo punto geográfico –Lima—. Dado lo anterior, procedimos a realizar el ANOVA sólo en el subgrupo de El Comercio.

g. Los resultados descriptivos fueron los siguientes:

Descriptives^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Residen en Lima	348	25,2414	3,49628	,18742	24,8728	25,6100	9,00	32,00
Residen en Provincia	81	24,4938	3,93104	,43678	23,6246	25,3631	8,00	32,00
Residen en el Extranjero	39	24,7436	3,87786	,62095	23,4865	26,0006	14,00	31,00
Total	468	25,0705	3,61139	,16694	24,7425	25,3986	8,00	32,00

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

Test of Homogeneity of Variances^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,165	2	465	,848

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

- h. Se procedió además a incluir en el ANOVA la evaluación de tendencia lineal, tanto simple como ponderada. La evaluación de tendencia lineal tuvo como objetivo determinar si existía una tendencia lineal en la ESD a lo largo de los participantes agrupados por lugar de residencia. La inclusión del análisis ponderado se debe a que las muestras no son del mismo tamaño; la ponderación compensa esta característica y afina el análisis.

ANOVA^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)		41,266	2	20,633	1,586	,206
	Linear Term	Unweighted	8,690	1	8,690	,668	,414
		Weighted	28,498	1	28,498	2,191	,140
		Deviation	12,769	1	12,769	,981	,322
Within Groups			6049,407	465	13,009		
Total			6090,673	467			

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

- i. Los resultados indican que no existen diferencias estadísticamente significativas de ESD entre los grupos, para la sección de la muestra convocada a través de la web de El Comercio. Esto se mantiene inclusive en la evaluación ponderada.
- j. Se procedió a realizar cinco contrastes a fin de agotar las posibilidades de hallar diferencias:

- i. **Contraste 1:** Residentes en Lima vs. Residentes en Provincias
 - ii. **Contraste 2:** Residentes en Provincias vs. Residentes en el Extranjero
 - iii. **Contraste 3:** Residentes en Lima vs. Residentes en el Extranjero
 - iv. **Contraste 4:** Residentes en Lima vs. Promedio de los puntajes ESD de los Residentes en Provincia & Residentes en el Extranjero
 - v. **Contraste 5:** Promedio de los puntajes ESD de los Residentes en Lima & Residentes en Provincia vs. Residentes en el Extranjero
- k. **Los resultados de tales contrastes fueron los siguientes:**

Contrast	AGRUPACION POR RESIDENCIA		
	Residen en Lima	Residen en Provincia	Residen en el Extranjero
1	1	-1	0
2	0	1	-1
3	1	0	-1
4	2	-1	-1
5	-1	-1	2

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

		Contrast	Value of Contrast	Std. Error	t	df	Sig. (2-tailed)
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Assume equal variances	1	,7476	,44497	1,680	465	,094
		2	-,2498	,70298	-,355	465	,723
		3	,4978	,60906	,817	465	,414
		4	1,2453	,80232	1,552	465	,121
		5	-,2480	1,23786	-,200	465	,841
	Does not assume equal variances	1	,7476	,47529	1,573	111,302	,119
		2	-,2498	,75919	-,329	76,061	,743
		3	,4978	,64862	,767	45,198	,447
		4	1,2453	,84668	1,471	116,153	,144
		5	-,2480	1,32975	-,187	49,584	,853

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

1. Los resultados arriba indicados revelan la ausencia de diferencias significativas entre los participantes agrupados en base a su lugar de residencia, para el caso de la muestra o subgrupo de El Comercio.

6. **Grado de Instrucción y ESD:** Ya que se trata de una variable ordinal y una variable de intervalo, se procedió inicialmente a ejecutar un ANOVA, a fin de determinar la relación entre ambas. Sin embargo, al evaluar la homogeneidad de varianzas se halló que el estadístico de Levene indicaba heterocedasticidad:

a. **Anova Inicial (Toda la Muestra): Estadísticas Descriptivas:**

Descriptives

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
MI NIVEL NO FIGURA QUI	2	25.5000	.70711	.50000	19.1469	31.8531	25.00	26.00
SECUNDARIA COMPLETA	17	24.5294	2.64853	.64236	23.1677	25.8912	20.00	30.00
TECNICA INCOMPLETA	33	23.2424	4.73042	.82346	21.5651	24.9198	8.00	31.00
TECNICA COMPLETA	93	25.6559	3.78353	.39233	24.8767	26.4351	10.00	32.00
UNIVERSITARIA INCOMPLETA	91	25.0879	3.62904	.38043	24.3321	25.8437	9.00	32.00
UNIVERSITARIA COMPLETA	248	25.5323	2.96111	.18803	25.1619	25.9026	17.00	32.00
ESPECIALIZACION	51	25.0980	5.06855	.70974	23.6725	26.5236	.00	32.00
POST GRADO	80	26.2500	4.75341	.53145	25.1922	27.3078	.00	32.00
Total	615	25.3919	3.78893	.15278	25.0918	25.6919	.00	32.00

b. **ANOVA Inicial (Toda la Muestra): Evaluación de Homogeneidad de Varianzas:**

Test of Homogeneity of Variances

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.655	7	607	.010

c. ANOVA por Muestras (El Comercio vs. Centrum): Al comprobar que el supuesto de homocedasticidad del ANOVA no se daba para toda la muestra, y que además, se trata de grupos a comparar de muy diverso tamaño, se decidió seguir la misma estrategia ya aplicada para el caso de los grupos definidos por lugar de residencia: es decir, ejecutar un ANOVA para cada una de las muestras y determinar si la muestra de El Comercio cumplía con el supuesto de homocedasticidad.

i. ANOVA Muestra El Comercio: Los resultados indicaron que el supuesto de homogeneidad de varianzas sí se da para esta muestra:

Descriptives^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
MI NIVEL NO FIGURA QUI	2	25.5000	.70711	.50000	19.1469	31.8531	25.00	26.00
SECUNDARIA COMPLETA	17	24.5294	2.64853	.64236	23.1677	25.8912	20.00	30.00
TECNICA INCOMPLETA	33	23.2424	4.73042	.82346	21.5651	24.9198	8.00	31.00
TECNICA COMPLETA	93	25.6559	3.78353	.39233	24.8767	26.4351	10.00	32.00
UNIVERSITARIA INCOMPLETA	91	25.0879	3.62904	.38043	24.3321	25.8437	9.00	32.00
UNIVERSITARIA COMPLETA	155	24.7742	3.01845	.24245	24.2952	25.2531	17.00	32.00
ESPECIALIZACION	37	25.3514	3.82402	.62866	24.0764	26.6263	17.00	32.00
POST GRADO	56	25.9643	3.69749	.49410	24.9741	26.9545	17.00	32.00
Total	484	25.0744	3.58895	.16313	24.7538	25.3949	8.00	32.00

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

Test of Homogeneity of Variances^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.692	7	476	.109

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

- ii. Por el contrario, para el caso de la muestra de Centrum, este supuesto no se dio, al no exceder la significación del estadístico de Levene el nivel 0.05:

Descriptives^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
UNIVERSITARIA COMPLETA	93	26.7957	2.38910	.24774	26.3037	27.2877	20.00	32.00
ESPECIALIZACION	14	24.4286	7.59265	2.02922	20.0447	28.8124	.00	32.00
POST GRADO	24	26.9167	6.65234	1.35790	24.1076	29.7257	.00	32.00
Total	131	26.5649	4.26452	.37259	25.8278	27.3020	.00	32.00

a. MUESTRA = MUESTRA CENTRUM

Test of Homogeneity of Variances^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5.466	2	128	.005

a. MUESTRA = MUESTRA CENTRUM

- d. Resultados del ANOVA Grado de Instrucción y ESD para la submuestra de El Comercio:

- i. El resultado del ANOVA para esta submuestra fue:

ANOVA^a

ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	208.783	7	29.826	2.361	.022
Within Groups	6012.540	476	12.631		
Total	6221.322	483			

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

ii. El resultado anterior nos sugiere que existiría una diferencia significativa en cuanto al nivel de esperanza entre los participantes, en función de su correspondiente nivel de instrucción, para la submuestra de El Comercio.

iii. El paso siguiente, por lo tanto, fue tratar de detectar cuál podría ser la tendencia de esta diferencia. Para ello, se ejecutó un ANOVA con un nivel adicional de detalle, a fin de detectar si existía una tendencia lineal en esta asociación.

ANOVA^a

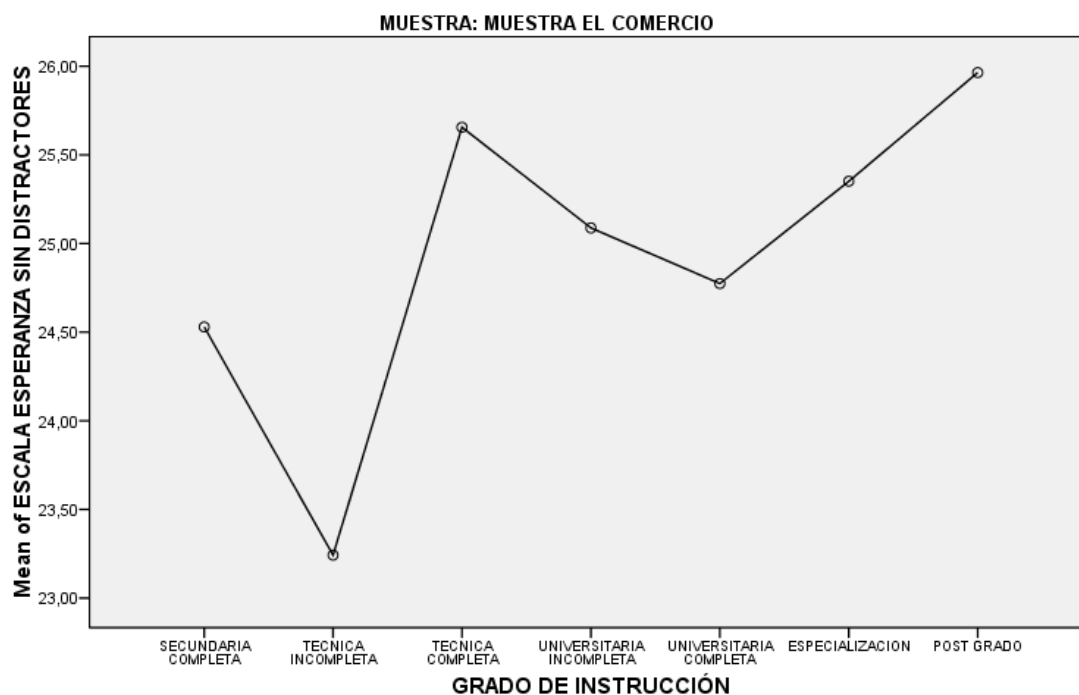
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	208.783	7	29.826	2.361	.022
	Linear Term					
	Unweighted	4.652	1	4.652	.368	.544
	Weighted	40.050	1	40.050	3.171	.076
	Deviation	168.732	6	28.122	2.226	.040
Within Groups		6012.540	476	12.631		
Total		6221.322	483			

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

iv. Los resultados anteriores indican que existe una diferencia estadísticamente significativa, incluso teniendo en cuenta el hecho de que los grupos son de tamaño distinto.

v. El siguiente es un gráfico de los promedio por grupos (siempre dentro de la submuestra de El Comercio), el cual nos puede dar un indicio de cuál es la tendencia:



- vi. El gráfico anterior no parece evidenciar una tendencia clara en relación a la ESD. Por un lado, se observa que existe cierta asociación lineal positiva (mayor instrucción, mayor ESD) sólo a partir del nivel “Universitario Completo” en adelante, mientras que en los niveles “inferiores” no existe una tendencia lineal ni cuadrática (“curva”) apreciable. Por otro lado, quienes han completado algún grado de instrucción parecerían ostentar un mayor nivel de ESD que sus contrapartes con grado de instrucción incompleto (salvo el notable caso del nivel “Universitario Completo”). Por último, la relativamente drástica diferencia entre el promedio del grupo de participantes con grado de instrucción “Técnica Incompleta” y aquellos con grado de instrucción “Técnica Completa” parece estar quebrando cualquier tendencia clara.
- vii. Debido a todo lo anterior, se determinó realizar los siguientes contrastes:

Contrast Coefficients^a

Contrast	GRADO DE INSTRUCCIÓN						
	SECUNDARIA COMPLETA	TECNICA INCOMPLETA	TECNICA COMPLETA	UNIVERSITARIA INCOMPLETA	UNIVERSITARIA COMPLETA	ESPECIALIZACION	POST GRADO
1	0	-.5	.5	-.5	.5	0	0
2	0	-.5	-.5	.5	.5	0	0
3	0	1	1	1	-1	-1	-1
4	-1	6	-1	-1	-1	-1	-1
5	-1	-1	6	-1	-1	-1	-1
6	-1	2.5	2.5	-1	-1	-1	-1

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

- Contraste 1:** Los grupos con grado de instrucción incompleta versus los grupos con grado de instrucción completa (excluyendo todos los grupos que no tenían una contraparte “incompleta”). Es decir, un grupo formado por los participantes con grado de instrucción Técnica y Universitaria Incompletas versus otro grupo formado por los participantes con grado de instrucción Técnica y Universitaria Completas.
- Contraste 2:** Los grupos con grado de instrucción “Técnica” versus “Universitaria” (sin importar si son “completas” o “incompletas”), excluyendo los demás grupos.
- Contraste 3:** El grupo formado por los participantes con grado de instrucción Técnica Incompleta, Técnica Completa, y Universitaria Incompleta versus el grupo formado por los participantes con grado de instrucción Universitaria Completa, Especialización y Postgrado (debido a que parece existir una tendencia lineal a partir del nivel Universitario Completo, pero no en los niveles “inferiores”).
- Contraste 4:** El grupo de participantes con grado de instrucción “Técnica Incompleta” versus todos los demás. Esto, para evaluar si

el promedio relativamente bajo de ESD de este grupo representa una diferencia estadísticamente significativa.

5. **Contraste 5:** El grupo de participantes con grado de instrucción “Técnica Completa” versus todos los demás. Esto, para evaluar si el promedio relativamente alto de ESD de este grupo representa una diferencia estadísticamente significativa.
6. **Contraste 6:** El grupo de participantes con grado de instrucción “Técnica (Completa o Incompleta)” versus todos los demás. Esto, para evaluar si los promedios de ESD de este grupo representan una diferencia estadísticamente significativa.

viii. **Los resultados de los contrastes indicados fueron:**

		Contrast Tests ^a					
		Contrast	Value of Contrast	Std. Error	t	df	Sig. (2-tailed)
ESCALA ESPERANZA SIN DISTRACTORES	Assume equal variances	1	1.0499	.43023	2.440	475	.015
		2	.4819	.43023	1.120	475	.263
		3	-2.1036	1.14389	-1.839	475	.067
		4	-11.9085	3.93408	-3.027	475	.003
		5	4.9859	2.61082	1.910	475	.057
		6	-3.4613	2.18657	-1.583	475	.114
	Does not assume equal variances	1	1.0499	.50880	2.063	72.056	.043
		2	.4819	.50880	.947	72.056	.347
		3	-2.1036	1.29417	-1.625	138.159	.106
		4	-11.9085	5.08139	-2.344	35.770	.025
		5	4.9859	2.73403	1.824	153.310	.070
		6	-3.4613	2.54078	-1.362	70.916	.177

a. MUESTRA = MUESTRA EL COMERCIO

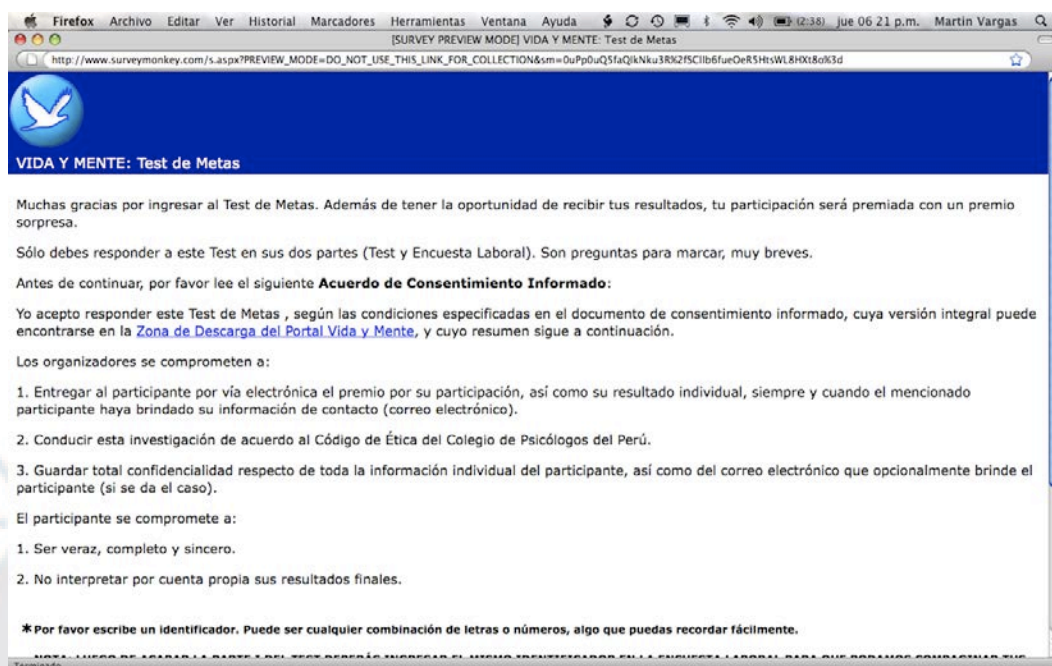
ix. Dado que ya establecimos que este ANOVA muestra homogeneidad de varianzas, podemos empezar a interpretar el primer grupo de resultados:

1. Los únicos contrastes estadísticamente significativos fueron el 1 y el 4; aunque los contrastes 3 y 5 se acercan bastante a ser significativos (es decir, se aproximan a 0.05), no llegan a serlo.

2. Contraste 1: Se confirma que existe diferencia estadísticamente significativa entre quienes completan un grado de instrucción y entre quienes no lo hacen.
3. Contraste 4: En promedio, los participantes cuya instrucción es “Técnica Incompleta” tienden a mostrar menor nivel de ESD que el resto de participantes.



APÉNDICE C: ENCUESTA WEB



VIDA Y MENTE: Test de Metas

Muchas gracias por ingresar al Test de Metas. Además de tener la oportunidad de recibir tus resultados, tu participación será premiada con un premio sorpresa.

Sólo debes responder a este Test en sus dos partes (Test y Encuesta Laboral). Son preguntas para marcar, muy breves.

Antes de continuar, por favor lee el siguiente **Acuerdo de Consentimiento Informado**:

Yo acepto responder este Test de Metas , según las condiciones especificadas en el documento de consentimiento informado, cuya versión integral puede encontrarse en la [Zona de Descarga del Portal Vida y Mente](#), y cuyo resumen sigue a continuación.

Los organizadores se comprometen a:

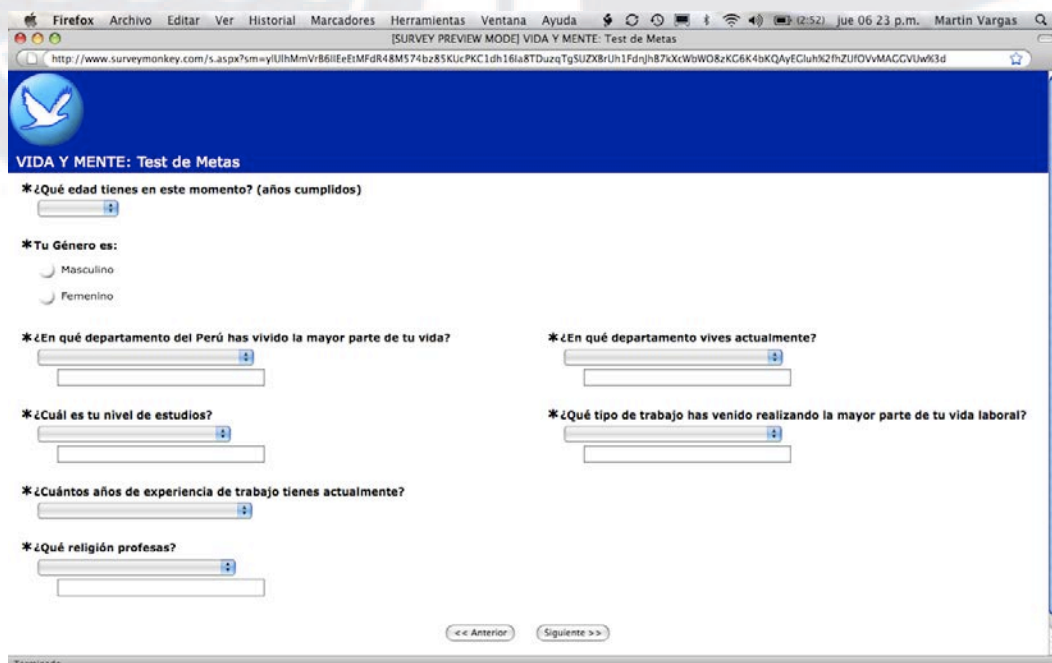
1. Entregar al participante por vía electrónica el premio por su participación, así como su resultado individual, siempre y cuando el mencionado participante haya brindado su información de contacto (correo electrónico).
2. Conducir esta investigación de acuerdo al Código de Ética del Colegio de Psicólogos del Perú.
3. Guardar total confidencialidad respecto de toda la información individual del participante, así como del correo electrónico que opcionalmente brinde el participante (si se da el caso).

El participante se compromete a:

1. Ser veraz, completo y sincero.
2. No interpretar por cuenta propia sus resultados finales.

***Por favor escribe un identificador. Puede ser cualquier combinación de letras o números, algo que puedas recordar fácilmente.**

Terminado



VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

*Tu Género es:

Masculino

Femenino

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida?

*¿En qué departamento vives actualmente?

*¿Cuál es tu nivel de estudios?

*¿Qué tipo de trabajo has venido realizando la mayor parte de tu vida laboral?

*¿Cuántos años de experiencia de trabajo tienes actualmente?

*¿Qué religión profesas?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8Uh1Fdnjh87XcWbW08zKC6K4bKQAYeCluh92fhZUIOVVMACGVUw93d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

*Tu Género es:

Masculino

Femenino

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida?

*¿Cuál es tu nivel de estudios?

*¿Cuántos años de experiencia de trabajo tienes actualmente?

*¿Qué religión profesas?

Finanzas
 Informática y Sistemas
 Ingeniería (Operaciones)
 Investigación de Mercado
 Legal
 Logística
 Mantenimiento
 Marketing
 Medicina
 Odontología
 Periodismo
 Planificación y Estrategia
 Producción
 Proyectos
 Publicidad
 Recursos Humanos
 Servicio al Cliente
 Servicios Generales
 Transporte
 Turismo

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida laboral?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8Uh1Fdnjh87XcWbW08zKC6K4bKQAYeCluh92fhZUIOVVMACGVUw93d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

*Tu Género es:

Masculino

Femenino

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida?

*¿Cuál es tu nivel de estudios?

*¿Cuántos años de experiencia de trabajo tienes actualmente?

*¿Qué religión profesas?

Ingeniería (Operaciones)
 Investigación de Mercado
 Legal
 Logística
 Mantenimiento
 Marketing
 Medicina
 Odontología
 Periodismo
 Planificación y Estrategia
 Producción
 Proyectos
 Publicidad
 Recursos Humanos
 Servicio al Cliente
 Servicios Generales
 Transporte
 Ventas
 Otro (favor específica)

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida laboral?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIUHmVrB6IIeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdnjh87cXcWbW08zKC6K4bKQAYeCluh92fhZUIOVVMACGVUwK3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

1

*Tu Género es:

Mano izquierda

No tengo experiencia laboral todavía

Tengo menos de un año de experiencia

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

*¿En qué departamento vives actualmente?

*¿Qué tipo de trabajo has venido realizando la mayor parte de tu vida laboral?

*¿Qué religión profesas?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIUHmVrB6IIeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdnjh87cXcWbW08zKC6K4bKQAYeCluh92fhZUIOVVMACGVUwK3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

*¿En qué departamento vives actualmente?

*¿Qué tipo de trabajo has venido realizando la mayor parte de tu vida laboral?

*¿Qué religión profesas?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIUHmVrB6IEEiMfdr48M574bz85KUCPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdnjh87XcWbW06zKC6K4bKQAYeCluH2fhZUIOVVMACGVUw93d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*¿Qué edad tienes en este momento? (años cumplidos)

*Tu Género es:

Masculino

Femenino

*¿En qué departamento del Perú has vivido la mayor parte de tu vida?

Católico Romano

Adventista

Anglicano

Bautista

Budista

*¿En qué departamento vives actualmente?

*¿Qué tipo de trabajo has venido realizando la mayor parte de tu vida laboral?

*¿En qué departamento trabajas actualmente?

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIUHmVrB6IEEiMfdr48M574bz85KUCPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdnjh4HW6DLFq3N2bUgq6l1qcl32XdsXB7ZbvVvIA6u34K3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

* Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Generalmente encuentro muchas maneras de salir de un aprieto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persigo mis metas con mucha energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento cansado(a) la mayor parte del tiempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A menudo hay más de un modo de salir de un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Me enredo fácilmente en discusiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo hallar muchos modos de obtener las cosas que más me importan en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy preocupado por mi salud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aun cuando los demás se desalientan, yo sé que puedo hallar la solución a un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige ese número en la columna correspondiente.

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
--	-----------------------	------------------	-------------------	------------------------

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:38] Jue 06:30 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6lIEEiMfdr48M574bz85KlCpKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4Hw6DLFq3K2bUgq6l1qcl32XdsX87ZbvVvIA6u34K3d

Persigo mis metas con mucha energía.

Me siento cansado(a) la mayor parte del tiempo.

A menudo hay más de un modo de salir de un problema.

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Me enredo fácilmente en discusiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo hallar muchos modos de obtener las cosas que más me importan en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy preocupado por mi salud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aun cuando los demás se desalientan, yo sé que puedo hallar la solución a un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige ese número en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Mis experiencias pasadas me han preparado bien para el futuro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me ha ido bastante bien en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generalmente ando preocupado por algo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consigno las metas que yo mismo me fijo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:41] Jue 06:31 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6lIEEiMfdr48M574bz85KlCpKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4Hw6DLFq3K2bUgq6l1qcl32XdsX87ZbvVvIA6u34K3d

 **VIDA Y MENTE: Test de Metas**

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Generalmente encuentro muchas maneras de salir de un aprieto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persigo mis metas con mucha energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento cansado(a) la mayor parte del tiempo.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A menudo hay más de un modo de salir de un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Me enredo fácilmente en discusiones.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo hallar muchos modos de obtener las cosas que más me importan en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy preocupado por mi salud.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aun cuando los demás se desalientan, yo sé que puedo hallar la solución a un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige ese número en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:37] Jue 06:32 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIjHmMvB6iIEEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4HWw6DLFq3N2bUgq6i1qcl32XdsXB7ZbvYVIA6u34K3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*Debajo hallarás cinco frases con las cuales puedes estar de acuerdo o en desacuerdo. Usa la escala de siete opciones para indicar cuán de acuerdo o cuán en desacuerdo estás con cada frase. Por favor responde con la mayor sinceridad posible.

	Muy En Desacuerdo	En Desacuerdo	Ligeramente En Desacuerdo	Neutral	Ligeramente De Acuerdo	De Acuerdo	Muy De Acuerdo
En la mayoría de los aspectos mi vida es como quiero que sea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las circunstancias de mi vida son buenas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy satisfecho con mi vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hasta ahora he conseguido de la vida las cosas que considero importantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si pudiera vivir mi vida de nuevo, me gustaría que todo volviese a ser igual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:41] Jue 06:32 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIjHmMvB6iIEEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4HWw6DLFq3N2bUgq6i1qcl32XdsXB7ZbvYVIA6u34K3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas

*Debajo hallarás cinco frases con las cuales puedes estar de acuerdo o en desacuerdo. Usa la escala de siete opciones para indicar cuán de acuerdo o cuán en desacuerdo estás con cada frase. Por favor responde con la mayor sinceridad posible.

	Muy En Desacuerdo	En Desacuerdo	Ligeramente En Desacuerdo	Neutral	Ligeramente De Acuerdo	De Acuerdo	Muy De Acuerdo
En la mayoría de los aspectos mi vida es como quiero que sea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las circunstancias de mi vida son buenas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy satisfecho con mi vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hasta ahora he conseguido de la vida las cosas que considero importantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si pudiera vivir mi vida de nuevo, me gustaría que todo volviese a ser igual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:41] Jue 06:31 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4Hw6DLFq3N2bUgq6i1qcl32XdsX87ZbvVvIA6u34K3d

Persigo mis metas con mucha energía.

Me siento cansado(a) la mayor parte del tiempo.

A menudo hay más de un modo de salir de un problema.

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige esa opción en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Me enredo fácilmente en discusiones.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo hallar muchos modos de obtener las cosas que más me importan en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy preocupado por mi salud.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aun cuando los demás se desalientan, yo sé que puedo hallar la solución a un problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** Lee cada frase con cuidado. Usando la escala que se muestra debajo, selecciona por favor el número que mejor describe lo que TÚ sientes, y elige ese número en la columna correspondiente.**

	Definitivamente Falso	Mayormente Falso	Mayormente Cierto	Definitivamente Cierto
Mis experiencias pasadas me han preparado bien para el futuro.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me ha ido bastante bien en la vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generalmente ando preocupado por algo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consigno las metas que yo mismo me fijo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:41] Jue 06:34 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yIjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1FdnJh4Hw6DLFq3N2bUgq6i1qcl32XdsX87ZbvVvIA6u34K3d



VIDA Y MENTE: Test de Metas

Has completado la Parte I del Test de Metas. Ahora responderás la Parte II (Encuesta Laboral). Esta segunda encuesta no toma más de dos minutos.

Muchas gracias. Tu participación es muy valiosa para nosotros.

Si deseas mayor información, favor envía un correo electrónico a: investigacionmetas@vidaymente.com

¡Gracias de nuevo!

El Equipo de VIDA Y MENTE

<< Anterior Pasar al Cuestionario Laboral >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial) jue 06 36 p.m. Martin Vargas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16ia8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqx111zTTYK2fDI7oUJaKuVIUD2wMjEuXMK3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

Cuéntanos acerca de la empresa para la que trabajas.

*** 1. ¿A qué rubro se dedica la empresa?**
 Aeronaves

*** 2. ¿Aproximadamente cuántos empleados tiene la empresa?**
 Menos de 100
 Entre 101 y 200
 Entre 201 y 500
 Entre 501 y 1500
 Más de 1500

*** 3. ¿Es una empresa estatal o privada?**
 Empresa Privada

*** 4. ¿En qué departamento trabajas?**
 LIMA

*** 5. ¿Hasta qué punto estás satisfecho con los siguientes aspectos de tu empresa actual? (Favor distinguir la empresa de tu puesto)**

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Me falta información	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Es una empresa importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiene buenos líderes	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se premia y se sanciona con justicia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
La empresa da beneficios a sus empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial) jue 06 36 p.m. Martin Vargas

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16ia8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqx111zTTYK2fDI7oUJaKuVIUD2wMjEuXMK3d

VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

Cuéntanos acerca de tu puesto actual.

1. ¿Qué nivel consideras que tiene el puesto que ocupas?
 [Dropdown menu]

2. ¿Qué nivel salarial tiene el puesto que ocupas?
 [Dropdown menu]

*** 3. ¿Hasta qué punto estás satisfecho con los siguientes aspectos de tu puesto actual? (Favor distinguir la empresa de tu puesto)**

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Me falta información	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Jefe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subgerente/Superintendente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerente Senior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Director	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profesional Independiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajador Independiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asesor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro (favor especificar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:32] jue 06 37 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6lEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqX11zTTYK2IDI7oUJaKuVIUD2wJMjEuXMK3d



VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

Cuéntanos acerca de tu puesto actual.

*1. ¿Qué nivel consideras que tiene el puesto que ocupas?

*2. ¿Qué nivel salarial tiene el puesto que ocupas?

*3. ¿Hasta qué punto estás satisfecho con los siguientes aspectos de tu puesto actual? (Favor distinguir la empresa de tu puesto)

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Me falta información	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
El nivel del puesto es igual o mayor al que quería	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hay buena probabilidad de promoción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lo que hago es lo que yo quería hacer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El salario es igual o mayor al que quería	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda [2:31] jue 06 37 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6lEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16la8TDuzqTgSUZX8rUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqX11zTTYK2IDI7oUJaKuVIUD2wJMjEuXMK3d



VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

Cuéntanos acerca de tu puesto actual.

*1. ¿Qué nivel consideras que tiene el puesto que ocupas?

*2. ¿Qué nivel salarial tiene el puesto que ocupas?

*3. ¿Hasta qué punto estás satisfecho con los siguientes aspectos de tu puesto actual? (Favor distinguir la empresa de tu puesto)

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Me falta información	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
El nivel del puesto es igual o mayor al que quería	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hay buena probabilidad de promoción	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lo que hago es lo que yo quería hacer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
El salario es igual o mayor al que quería	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda (2:32) jue 06:37 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16ia8TDuzqTgSUZXRUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqx11zTTYK2fDI7oUJaKuVIUD2wJjEuXMK3d



VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

*** 1. ¿Te interesaría recibir tus resultados para la escala de metas, así como tu premio?**

Sí, quiero recibir mis resultados y mi premio

No gracias.


<< Anterior Siguiente >>

Terminado

Firefox Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ventana Ayuda (2:32) jue 06:38 p.m. Martin Vargas

[SURVEY PREVIEW MODE] VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?m=yUjHmVrB6iIEeEiMfGdR48M574bz85KJcPKC1dh16ia8TDuzqTgSUZXRUh1Fdn392fUnh92bZa1mRqx11zTTYK2fDI7oUJaKuVIUD2wJjEuXMK3d



VIDA Y MENTE: Test de Metas, Parte II (Encuesta Laboral Inicial)

Tu participación es muy valiosa para nosotros.

Si deseas mayor información, favor envía un correo electrónico a: investigacionmetas@vidaymente.com

Si te animaste y ya te registraste, por favor envíanos un correo a investigacionmetas@vidaymente.com, indicándonos tu identificador (el que has usado para estos dos cuestionarios), y tu nombre de usuario de Vida y Mente. ¡Así cuando tengamos tus resultados te los enviaremos por correo electrónico!

¡Muchísimas gracias una vez más!

El Equipo de Investigación de VIDA Y MENTE

<< Anterior Terminé >>

Terminado