

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

**Felicidad y Satisfacción Subjetiva en los Colaboradores de una Empresa de
Telecomunicaciones**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Milagros del Pilar Baldeón Ñaupari

Sophia Carola Bustamante Hidalgo

Julio César Mogollón Vilca

Luis Arturo Seijas García

Asesor: Daniel Eduardo Guevara Sanchez

Santiago de Surco, noviembre 2018

Agradecimientos

A nuestro asesor de tesis, profesor Dr. Daniel Guevara, por su tiempo, dedicación y aliento en todo el proceso de asesoría, ya que sin su valioso apoyo no hubiera sido posible la culminación del presente documento.

Dedicatoria

A Dios por darme la vida y felicidad de cumplir otra meta en mi vida, a mis padres por ser una de las razones de mi lucha constante.

Milagros del Pilar Baldeón Ñaupari

A mis padres por su cariño, paciencia, y sobre todo por enseñarme que las metas se cumplen con esfuerzo y dedicación. A mis hermanos por sus valiosos consejos. A mí enamorado, por su apoyo incondicional en todo este proceso.

Sophia Carola Bustamante Hidalgo

A mis padres por inculcarme los valores que son mi soporte y base para mi desarrollo personal y profesional.

Julio César Mogollon Vilca

Agradezco a Dios por todo lo que me ha dado. Dedico esta tesis a mis padres, por su ejemplo, apoyo y comprensión a lo largo de mi vida y a mi esposa e hijos por su paciencia y alegrías que me dan desde que Dios los puso a mi lado, son el motivo para seguir adelante.

Luis Arturo Seijas García

Resumen Ejecutivo

La presente investigación se ha realizado con la finalidad de describir la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones ubicada en Lima, Perú, en el año 2018. Es un estudio con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal y con alcance descriptivo, que hizo uso de la encuesta virtual mediante la intranet de la empresa y la internet.

Esta investigación utilizó dos instrumentos de medición, cada una conformada por diversas dimensiones o escalas de evaluación. El primero fue la Escala Factorial para Medir la Felicidad (Alarcón, 2006) y el segundo el Índice Chamba 1.0 (Yamamoto, 2012). El estudio evaluó a 91 colaboradores, de los cuales 18 fueron mujeres y 73 hombres, el mínimo grado de instrucción con el que cuentan es nivel técnico, existen colaboradores que tienen más de 20 años laborando en la empresa y los sueldos oscilan entre S/. 5,000.00 y S/. 20,000.00.

Los resultados obtenidos en el análisis estadístico de ambos instrumentos fueron altamente positivos, ya que más del 80% de colaboradores de acuerdo con las respuestas dadas en las cuatro dimensiones de la Escala Factorial para Medir la Felicidad se sienten entre feliz y altamente feliz y, respecto al Índice Chamba 1.0 más del 90% de los colaboradores, ha respondido en sus dos escalas, que sus expectativas de felicidad han sido cubiertas o superadas respecto a sus percepciones actuales de la misma. Cabe resaltar, que debido a que existe un porcentaje de colaboradores que se sienten medianamente felices; y que en relación a la percepción de logros en los factores: chamba y hogar, y sentirse bien en el trabajo, tienen algunas puntuaciones de insatisfacción, se recomienda a la empresa implementar los Planes de Mejora desarrollados en las Tablas 18, 19, 20, 21 y 22 para cada instrumento; así también se recomienda realizar cada seis meses nuevos estudios de felicidad a la misma población de colaboradores para analizar su evolución con respecto a las propuestas implementadas.

Palabras Claves: Felicidad, satisfacción subjetiva, felicidad en el trabajo, percepción.

Abstract

The present investigation to describe the level of happiness and subjective satisfaction of the collaborators of a telecommunications company located in Lima, Peru in 2018. This is a study quantitative, non-experimental transversal and with descriptive scope, it used of the virtual survey through the intranet of the company and the internet.

This investigation used two measurement instruments, each one conformed by different dimensions or scales of evaluation. The first was the Factorial Scale to Measure Happiness (Alarcón, 2006) and the second was the Chamba Index 1.0 (Yamamoto, 2012). The study was applied to 91 collaborators, it consisted by 18 women and 73 men, the minimum level of instruction was technical, there are collaborators who have been working in the company for more than 20 years and the salaries range from S / . 5,000.00 and S / . 20,000.00.

The statistical analysis of both instruments were several positive since more than 80% of collaborators in the four dimensions of the Factor Scale to Measure Happiness said to feel happy or highly happy and, with respect to Chamba Index 1.0 more than 90% have responded in both scales, that their expectations of happiness have been met or surpassed with respect to their current perceptions of it. Finally, and due to that there is a percentage of employees who feel fairly happy, and that in the achievements of home and work, and feel good at work, they have some dissatisfaction scores , it is recommended that the company implement the Improvement Plans shows in Tables 18, 19, 20, 21 and 22 for each instrument and do new studies every six months.

Keywords: Happiness, subjective satisfaction, happiness at work, perception.

Tabla de Contenidos

| | |
|---|-----------|
| Lista de Tablas | vi |
| Capítulo I: Introducción | 8 |
| 1.1. Antecedentes | 9 |
| 1.2. Definición del Problema de Investigación | 10 |
| 1.3. Propósito de la Investigación | 10 |
| 1.3.1 Objetivos de la Investigación | 10 |
| 1.3.2 Preguntas de Investigación | 11 |
| 1.4. Justificación de la Investigación | 12 |
| 1.5. Naturaleza | 13 |
| 1.6. Marco Teórico | 14 |
| 1.7. Definiciones Operacionales | 15 |
| 1.7.1 Felicidad | 15 |
| 1.7.2 Satisfacción Subjetiva | 15 |
| 1.8. Supuestos..... | 16 |
| 1.9. Limitaciones..... | 16 |
| 1.10. Delimitaciones..... | 16 |
| 1.11. Resumen..... | 17 |
| Capítulo II: Revisión de la Literatura | 18 |
| 2.1. Conceptos..... | 19 |
| 2.1.1 Definiciones..... | 19 |
| 2.1.2 Tipo de Felicidad | 24 |
| 2.1.3 Teorías y Perspectivas | 27 |
| 2.2 Instrumentos e Indicadores | 30 |
| 2.2.1 Instrumentos | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2 Indicadores | 33 |
| 2.3 Modelos de Gestión, Factores y Beneficios | 35 |
| 2.3.1 Modelos de Gestión..... | 35 |
| 2.3.2 Factores..... | 41 |
| 2.3.3 Beneficios | 43 |
| 2.4 Estudios de Felicidad | 44 |
| 2.5 Estudios en otros Sectores..... | 50 |
| 2.6 El Sector de Telecomunicaciones | 53 |
| 2.7 Resumen..... | 55 |
| 2.8 Conclusiones | 56 |
| Capítulo III: Metodología | 58 |
| 3.1. Diseño de la Investigación | 58 |
| 3.2. Población y Muestra..... | 59 |
| 3.3. Consentimiento Informado..... | 61 |
| 3.4. Instrumento de Investigación | 62 |
| 3.4.1 Escala Factorial para Medir la Felicidad | 62 |
| 3.4.2 Escala Índice Chamba 1.0 | 63 |
| 3.5. Recolección de Datos | 64 |
| 3.6. Análisis de Datos..... | 65 |
| 3.7. Validez y Confiabilidad | 66 |
| 3.8. Resumen..... | 70 |
| Capítulo IV: Presentación de Resultados | 72 |
| 4.1 Perfil de Informantes | 72 |
| 4.2 Confiabilidad Interna del Instrumento | 72 |
| 4.3 Resultados sobre las Preguntas Generales | 73 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.1 Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento EFMF | 73 |
| 4.3.2 Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice Chamba 1.0..... | 74 |
| 4.4 Resultados sobre las Preguntas Específicas | 79 |
| 4.4.1 Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, por sus Variables Demográficas | 79 |
| 4.4.2 Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice Chamba 1.0, por sus Variables Demográficas..... | 82 |
| 4.5 Resumen..... | 89 |
| Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones..... | 90 |
| 5.1 Conclusiones | 90 |
| 5.2 Recomendaciones..... | 94 |
| 5.2.1 Recomendaciones Prácticas..... | 94 |
| 5.2.2 Recomendaciones Futuras Investigaciones | 95 |
| 5.3 Contribuciones | 96 |
| 5.3.1 Contribuciones Teóricas | 96 |
| 5.3.1 Contribuciones Prácticas | 96 |
| 5.4 Resumen..... | 97 |
| Referencias..... | 103 |
| Apéndice A: Consentimiento información de encuesta..... | 116 |
| Apéndice B: Instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad | 117 |
| Apéndice C: Instrumento Índice Chamba 1.0..... | 119 |

Lista de Figuras

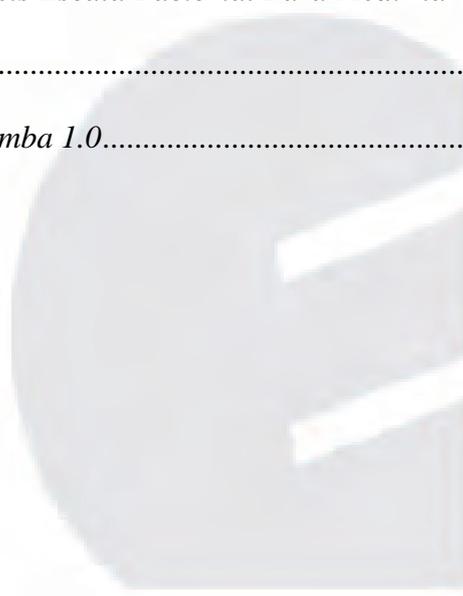
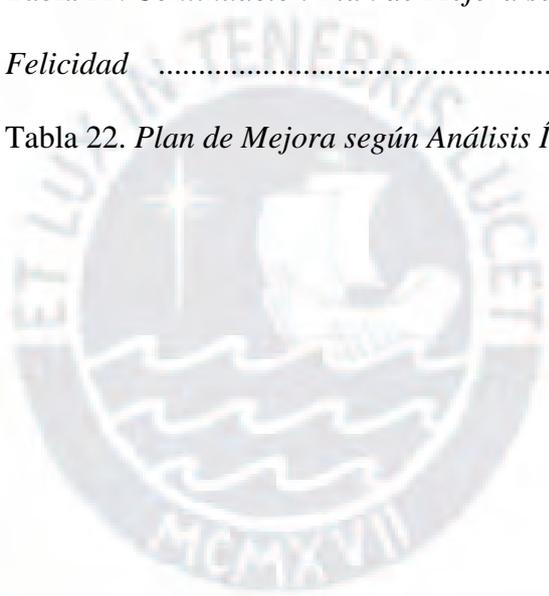
- Figura 1.* Mapa conceptual de la revisión de literatura.20
- Figura 2.* Resultados del Índice Chamba, escala “se trabaja para vivir”.....75
- Figura 3.* Resultados de Índice Chamba escala “Chamba es Chamba”.77



Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. <i>Normas de interpretación Escala Factorial para Medir la Felicidad</i> | 63 |
| Tabla 2. <i>Alfa de Cronbach dimensiones Escala Factorial para Medir la Felicidad</i> | 73 |
| Tabla 3. <i>Alfa de Cronbach escalas Indice Chamba</i> | 73 |
| Tabla 4. <i>Factores de la escala de felicidad</i> | 74 |
| Tabla 5. <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de los factores de las dos escalas del índice Chamba</i> | 77 |
| Tabla 6. <i>Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir.</i> | 78 |
| Tabla 7. <i>Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala chamba es chamba.</i> | 78 |
| Tabla 8. <i>Factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área administrativa</i> | 81 |
| Tabla 9. <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de los factores de la escala de felicidad</i> | 81 |
| Tabla 10. <i>Asociación de felicidad de las tres áreas en los cuatro factores</i> | 82 |
| Tabla 11. <i>Asociación de felicidad de las tres áreas en el factor alegría de vivir</i> | 82 |
| Tabla 12. <i>Asociación entre percepción de logro y expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir, de las áreas de la empresa</i> | 84 |
| Tabla 13. <i>Asociación entre percepción de logro y expectativas para los factores de la escala chamba es chamba, de las áreas de la empresa</i> | 84 |
| Tabla 14. <i>Asociación entre la percepción de logro y su expectativa para los factores de la escala se trabaja para vivir de los colaboradores de Sexo Masculino y Femenino</i> | 87 |
| Tabla 15. <i>Asociación entre la percepción de logro y su expectativa para los factores de la escala chamba es chamba, de los colaboradores de Sexo Masculino y Femenino</i> | 87 |
| Tabla 16. <i>Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir de los colaboradores por ingresos</i> | 88 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 17. <i>Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala chamba es chamba, de los colaboradores por ingresos</i> | 88 |
| Tabla 18. <i>Plan de mejora según análisis Escala Factorial para Medir la Felicidad</i> | 98 |
| Tabla 19. <i>Continuación Plan de mejora según análisis Escala Factorial para Medir la Felicidad</i> | 99 |
| Tabla 20. <i>Continuación Plan de Mejora según Análisis Escala Factorial Para Medir la Felicidad</i> | 100 |
| Tabla 21. <i>Continuación Plan de Mejora según Análisis Escala Factorial Para Medir la Felicidad</i> | 101 |
| Tabla 22. <i>Plan de Mejora según Análisis Índice Chamba 1.0</i> | 102 |



Capítulo I: Introducción

La presente investigación describirá la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores de la filial de Perú, de una empresa trasnacional de Telecomunicaciones, la cual se encuentra en más de 64 países distribuidos en los cinco continentes. La filial de Perú se encuentra ubicada en la ciudad de Lima, desde el año 1999. El estudio de la felicidad ha cobrado gran importancia en las organizaciones, en este sentido, Alarcón (2006) indicó que la felicidad es un comportamiento que, en las últimas décadas, está siendo investigado en profundidad por la Psicología Positiva, cuyos instrumentos diseñados para medir la felicidad, pueden estar influenciados por factores culturales de los países originales donde se diseñaron. Así también, Yamamoto (2013) indicó que, en los últimos años, se ha centrado la atención en el estudio de la felicidad, y de manera más precisa en el estudio del bienestar subjetivo, que para comprenderlo mejor, se requiere identificar las necesidades de las personas que están asociadas con la felicidad, así como analizar si las necesidades de su cultura se asocian de manera positiva o negativa con la felicidad. Asimismo, Yamamoto (2013) señaló que la satisfacción laboral, es un tema central en la gestión del recurso humano, debido a que se realizan inversiones considerables para su medición e implementación de programas que mejoren la satisfacción subjetiva.

Esta investigación, se compone de cinco capítulos. El primer capítulo hace referencia a los antecedentes de investigaciones y estudios de felicidad y satisfacción subjetiva, también se presenta la problemática, el propósito y la naturaleza de la investigación, que da lugar a la formación del marco teórico. El segundo capítulo detalla la revisión de literatura sobre conceptos de felicidad y satisfacción subjetiva, instrumentos, indicadores, modelos de gestión, factores y beneficios, estudios y finalmente el sector de telecomunicaciones. El tercer capítulo muestra la metodología llevada a cabo para medir la felicidad y la satisfacción subjetiva, la muestra tomada, el instrumento de investigación, el análisis, validez y

confiabilidad de los datos. El cuarto capítulo contiene presentación y análisis de los resultados. Finalmente, el quinto capítulo incluye las conclusiones y recomendaciones.

1.1. Antecedentes

En las últimas décadas, la investigación sobre felicidad y satisfacción subjetiva se ha incrementado notablemente, impulsado principalmente por la psicología positiva, debido a que la búsqueda para lograr alcanzar estos estados se ha extendido como una necesidad tanto en el plano personal como en el laboral, el cual se manifiesta en la obtención de calidad de vida emocional, cuyo impacto hace sentir a las personas realizadas y plenas. Siendo consecuentes con lo señalado, a continuación, se mencionan algunas investigaciones que hacen referencia a estos temas:

Rosales (2015) realizó una investigación para analizar la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción con la vida, en los colaboradores de una empresa del rubro salud, de Lima Metropolitana, en donde se halló una correlación positiva entre la satisfacción con la vida y el factor “un buen lugar para trabajar” de la satisfacción laboral. Asimismo, Navarro (2017) realizó un estudio para conocer la felicidad de los colaboradores que se desempeñaron en el área de producción, distribuidos con 50 colaboradores del turno día, de los cuales 35 son hombres y 15 mujeres. En este estudio se utilizó el instrumento La Escala Factorial para Medir la Felicidad, propuesta por Reynaldo Alarcón. Se obtuvo como resultado una felicidad media de 28%, seguido de 26% en un nivel muy bajo de felicidad, lo que evidencia que los colaboradores no se sienten felices en su centro de trabajo, porque sienten que no se reconoce su esfuerzo y rendimiento. Asimismo, Moreno e Ibarra (2017) realizaron un estudio a fin de validar la Escala Factorial para Medir la Felicidad de Alarcón, dicho instrumento se aplicó en una muestra de 295 empleados de 17 empresas de servicios que operaban en la ciudad de Barquisimeto, estado Lara, Venezuela. De este estudio, se concluyó que la escala de felicidad

de Alarcón presentó adecuadas propiedades psicométricas que permitieron recomendar su empleo como instrumento de evaluación de la felicidad en el contexto laboral.

1.2. Definición del Problema de Investigación

Teniendo como antecedentes sobre la felicidad y satisfacción subjetiva, que en la empresa de Telecomunicaciones en la cual se realizó el estudio, no se había efectuado ninguna medición sobre estos estados entre sus colaboradores, lo que permitiera identificar la satisfacción que experimentan. Es por ello, que se busca la oportunidad de describir la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores, haciéndose necesario realizar una primera medición a través de la aplicación de dos instrumentos: (a) Escala Factorial para Medir la Felicidad, y (b) “Índice Chamba 1.0”, con la finalidad de identificar la felicidad y la satisfacción subjetiva, en los colaboradores.

1.3. Propósito de la Investigación

El propósito de la presente investigación busca identificar la felicidad y la satisfacción subjetiva que experimentan los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones, mediante el uso de los instrumentos Escala Factorial para Medir la Felicidad e Índice Chamba 1.0, los cuales nos permitieron identificar las variables, (a) áreas de la empresa, (b) género, y (c) sueldos de los colaboradores.

1.3.1 Objetivos de la Investigación

Objetivos Generales

- Identificar la felicidad con el instrumento de la Escala Factorial para Medir la Felicidad en sus cuatro dimensiones: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018.

- Identificar el índice de satisfacción subjetiva con el instrumento Índice Chamba 1.0, en sus dos escalas: (a) se trabaja para vivir, y (b) chamba es chamba, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018.

Objetivos Específicos

- Identificar la felicidad con el instrumento de la Escala Factorial para Medir la Felicidad, por variable área en sus cuatro dimensiones: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018.
- Identificar el índice de satisfacción subjetiva con el instrumento Índice Chamba 1.0, por variable área, género y remuneración, en sus dos escalas: (a) se trabaja para vivir, y (b) chamba es chamba, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018, y que a su vez describirá la de felicidad de los colaboradores en el trabajo.

1.3.2 Preguntas de Investigación

La presente investigación tratará de responder las siguientes preguntas:

Pregunta General

- ¿Cuál es la felicidad de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018, utilizando el instrumento de la Escala Factorial para Medir la Felicidad en sus cuatro dimensiones: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir?
- ¿Cuál es la satisfacción subjetiva de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018, utilizando el instrumento Índice Chamba 1.0, en sus dos escalas: (a) se trabaja para vivir, y (b) chamba es chamba, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018?

Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la felicidad de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018, utilizando el instrumento de la Escala Factorial para Medir la Felicidad, por variable área en sus cuatro dimensiones: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir, de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018?
- ¿Cuál es la satisfacción subjetiva de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el año 2018, utilizando el instrumento Índice Chamba 1.0, por variable área, género y remuneración, en sus dos dimensiones: (a) se trabaja para vivir, y (b) chamba es chamba?

1.4. Justificación de la Investigación

La presente investigación, permitió identificar la felicidad y satisfacción subjetiva de los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones, para proponer mejoras, que permita a la empresa, revisar y evaluar las acciones a tomar, en base al plan de gestión de la felicidad y satisfacción subjetiva que se propuso. Se ha demostrado en investigaciones anteriores, como la desarrollada por Gallup, que la medición de la felicidad impacta positivamente en los colaboradores, logrando mayor compromiso, trabajo en equipo, bajos índices de rotación de personal, así como mejores resultados en las ventas y utilidades. Por otro lado, Lyubomirsky (como se cita en Vásquez, 2015) señaló, que el impacto de las intervenciones positivas en relación con el incremento de la felicidad en el trabajo es muy elevado y concluye, que las personas más felices son más productivas, creativas y saludables.

En relación con la satisfacción subjetiva. Navascues, Calvo y Bombin (2016) señalaron que el bienestar subjetivo contiene dos componentes: a) cognitivo que a su vez está compuesto por: satisfacción con la vida, y b) afectivo, lo relacionaron con la frecuencia de afecto positivo o frecuencia de afecto negativo. Asimismo, señalaron que es muy probable que una persona,

valore de forma positiva las situaciones de su vida, sintiéndose más feliz, en comparación con una persona que vive las situaciones de su vida de forma negativa. En este sentido, Franco (2015) realizó un estudio sobre la relación entre el bienestar subjetivo y las aspiraciones de vida en un grupo de estudiantes de medicina de una universidad estatal, ubicada en la ciudad de Lima. Para medir el bienestar subjetivo, utilizó como instrumentos: la Escala de Afecto Positivo y Negativo y la Escala de Satisfacción con la Vida, las aspiraciones de vida de los alumnos lo evaluaron a través del Índice de Aspiraciones. Para este estudio, contó con una muestra de 247 estudiantes (134 hombres y 113 mujeres), cuyas edades oscilaban entre 18 y 25 años. Se encontró una correlación positiva entre las aspiraciones intrínsecas con el afecto positivo, la satisfacción con la vida y el bienestar subjetivo, mientras que las aspiraciones extrínsecas evidenciaron una correlación positiva solo con el afecto positivo.

1.5. Naturaleza

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y de diseño no experimental transversal, el cual permitió identificar la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones ubicada en Perú para el año 2018. El nivel de la investigación es descriptivo debido a que tiene como objeto el describir atributos en función a los valores obtenidos para las variables especificadas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

El diseño de la presente investigación es no experimental y transversal. Es no experimental debido a que no se han manipulado variables en forma intencionada. Es transversal (también llamado transeccional), debido a que la recolección de datos corresponde a un solo momento determinado del tiempo y tiene como propósito el describir y analizar las variables en dicho instante (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

1.6. Marco Teórico

Para efectos de la presente investigación, en la que se describirá la felicidad y la satisfacción subjetiva en una empresa de telecomunicaciones, podemos destacar lo señalado por Arias et al. (2016) quienes señalaron, que una herramienta científica para medir la felicidad de las personas es la Escala Factorial para Medir la Felicidad desarrollada por Reynaldo Alarcón la cual consta de cuatro factores y 27 preguntas en total. Los factores son (a) sentido positivo de la vida, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir. Alarcón (2006) en primer lugar definió la dimensión Sentido Positivo de la Vida, la cual indica que, las respuestas de rechazo a la depresión, fracaso, intranquilidad, pesimismo y vacío existencial reflejan actitudes y experiencias positivas hacia la vida. En este sentido, concluye que la felicidad para esta dimensión significa estar libre de estados depresivos, con sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la vida. En segundo lugar, en la dimensión Satisfacción con la vida, las personas demuestran satisfacción por todo lo que han alcanzado, y experimentan la sensación de estar donde se tiene que estar, o bien porque se encuentra muy cerca de alcanzar el ideal de su vida. En tercer lugar, en la dimensión Realización Personal, se expresa la vivencia de la felicidad, más no estados temporales de alegría, en esta dimensión encontramos afirmaciones como “creo que no me falta nada”, “si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida”, que reflejan autosuficiencia, tranquilidad emocional, placidez, que direccionan a lograr el estado de felicidad. Finalmente, la dimensión Alegría de vivir, está orientada a lo maravilloso que es vivir, y a demostrar lo optimista que puede ser una persona cuando las situaciones son adversas, generando en ella experiencias positivas de vida, haciendo que se sienta de buen humor y persevere ante las dificultades.

Según Yamamoto (2012) con la finalidad de analizar el impacto del trabajo en la satisfacción con la vida, desarrolló un instrumento, el cual lo denominó Índice “Chamba” 1.0,

que a su vez lo dividió en dos escalas: (a) “Se trabaja para vivir”, que fue construida sobre la base de las cuatro necesidades encontradas para Lima Metropolitana, y (b) “Chamba es chamba”, se refiere a una escala de satisfacción subjetiva con el trabajo, considerando los indicadores culturales limeños. El Índice “Chamba” 1.0, en sus dos escalas, tiene preguntas acerca de la importancia de las expectativas y su percepción de logro, lo cual permite calcular el índice de satisfacción subjetiva “Se trabaja para vivir” y “Chamba es chamba”.

1.7. Definiciones Operacionales

A continuación, se presenta las definiciones de las variables felicidad y satisfacción subjetiva de acuerdo con los autores de los instrumentos utilizados en la presente investigación.

1.7.1 Felicidad

Alarcón (2006) definió la felicidad como la satisfacción plena que experimenta subjetivamente un individuo en posesión de un bien anhelado. Además definió las siguientes propiedades de una conducta feliz: a) la felicidad es un sentimiento de satisfacción que vivencia un individuo, b) la felicidad como un estado de la conducta, alude a su estabilidad temporal, c) la felicidad supone la posesión de un bien deseado, d) el bien o bienes que generan la felicidad son de naturaleza variada, las cuales se tratan de cosas que las personas les asignan cualidades axiológicas, o valencias positivas; y e) en una sociocultura determinada y en un tiempo histórico, no se descarta que las aspiraciones colectivas puedan coincidir en anhelar algún bien.

1.7.2 Satisfacción Subjetiva

Para Yamamoto (2013) la felicidad es entendida como bienestar subjetivo, el cual tendrá implicancias en la gestión y el desarrollo social. En un primer acercamiento, busca comprender el bienestar subjetivo, para identificar las necesidades que se asocian con la

felicidad, en un determinado grupo; y en un segundo acercamiento, analiza si las necesidades de una cultura se asocian de forma positiva o negativa con la felicidad.

1.8. Supuestos

El estudio consideró los siguientes supuestos: (a) los colaboradores responderán con sinceridad el cuestionario elaborado para el presente estudio, el cual nos permitirá proponer un plan de gestión de felicidad dirigida al área de recursos humanos, (b) los colaboradores, buscan alcanzar su felicidad a nivel personal, (c) los colaboradores buscan alcanzar su satisfacción subjetiva en el ámbito laboral, y (d) los instrumentos elegidos para medir la felicidad y la satisfacción subjetivo, tienen validez y confiabilidad comprobado en la realidad peruana.

1.9. Limitaciones

La presente investigación se limita a:

- Las respuestas brindadas por los encuestados pueden haberse visto afectadas por los “sesgos” individuales de su percepción, y por algunos factores emocionales, económicos o sociales, que no pudieron ser controlados por los investigadores.
- Para determinar la proporcionalidad de las variables seleccionadas en la investigación, se realizó el cálculo estratificado, determinándose que, (a) en la variable género, el 80% de colaboradores son masculinos y el 20% femenino, (b) en la variable área, los colaboradores están distribuidos con 27% en administrativos, 53% Operativos/Técnicos, y 20% Marketing & Ventas, y (c) en la variable ingresos, el 23% gana menos de S/.5k, el 54% gana entre S/.5k y S/.10k, y el 23% restante, gana más de S/.10k.

1.10. Delimitaciones

- La investigación se realizó en una empresa de telecomunicaciones ubicada en Lima Perú en el mes de agosto del año 2018.

- La encuesta se envió a todos los colaboradores de la empresa, integrantes de sus tres principales áreas, las cuales son: (a) operativa/técnica, (b) administrativa, y (c) marketing y ventas.

1.11. Resumen

Se presentaron antecedentes de investigaciones que estudiaron la felicidad y la satisfacción subjetiva en empresas del sector de telecomunicaciones y en otros sectores, los cuales aportaron en la presente investigación, cuya oportunidad fue la búsqueda por describir la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores en una empresa de telecomunicaciones, ubicada en la ciudad de Lima. Para lo cual se realizó una encuesta basada en dos instrumentos aplicados en la realidad nacional, los cuales fueron: (a) Escala Factorial para Medir La Felicidad, y (b) “Índice Chamba 1.0”. Esta encuesta permitió identificar la felicidad y la satisfacción subjetiva en general, de los colaboradores en las áreas que conforman dicha empresa en el año 2018.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

Desde el primer informe Mundial de la Felicidad que fue lanzado en el año 2012, los gobiernos nacionales y locales, están poniendo mayor énfasis a la investigación sobre la felicidad como un indicador de progreso social, para poder diseñar políticas públicas que permitan mejorar la calidad de vida de la gente. Ura, Alkire, Zangmo y Wangdi (como se cita en Chacón, 2015) indicaron que “La felicidad debe ser percibida como un bien público y el progreso no debe ser visto exclusivamente a través de aspectos económicos, sino que también a través de perspectivas espirituales, sociales, culturales y ecológicas” (p.1), es por ello por lo que la felicidad es percibida como un elemento colectivo y sostenible.

La felicidad es un estado de ánimo que se contagia y produce en las personas un alto nivel de energía generando mayor productividad en el aspecto laboral, es por ello, que las organizaciones modernas buscan mejorar el nivel de felicidad de sus colaboradores, enfocadas en fortalecer sus habilidades, logrando que fluya su talento natural, predisponiéndolos para el aprendizaje y adaptación al cambio. Coca Cola es un ejemplo vivo sobre la importancia que ha cobrado el contar con colaboradores felices, ya que la felicidad forma parte de su cultura organizacional. En el año 2007 en España y 2011 en Chile, se creó el instituto de felicidad Coca Cola, el único en América Latina, cuya misión es mejorar la calidad de vida, a través del estudio de variables e iniciativas que impactan el bienestar de las personas, a través de un comité conformado por un equipo multidisciplinario y mediante el uso de un instrumento de medición llamado Barómetro de la felicidad (eClass, 14 de setiembre del 2013).

En el presente capítulo, se presenta la revisión de literatura referente a la felicidad y a la satisfacción subjetiva en los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones. En la Figura 1, se puede apreciar la estructura de la revisión de literatura que está dividido en cinco

ejes: (a) Conceptos, (b) Instrumentos e indicadores, (c) Modelos de gestión, factores y beneficios, (d) Estudios de felicidad y (e) El sector de telecomunicaciones.

2.1. Conceptos

2.1.1 Definiciones

Felicidad. Martin Seligman fundador de la psicología positiva (2003) definió la felicidad como una combinación de satisfacción acerca del pasado y el optimismo acerca del futuro, que abarca tanto los sentimientos positivos y actividades positivas. Además, indicó que la felicidad viene determinada por la forma sobre como gestionamos nuestra vida y sobre todo nuestro pensamiento, más que por las circunstancias de la vida, también, mencionó que tenemos un rango fijo con la predisposición a ser felices, sin embargo, el nivel de felicidad y de satisfacción con la vida puede variar dependiendo de la forma que elegimos relacionarnos con el pasado, el futuro y sobre todo con el presente (Seligman, 2003). Así también Salgado (2009) mencionó que, según algunos autores, han existido dos perspectivas sobre el estudio de la felicidad, la primera es una negativa que subraya sus efectos nocivos que mezclan la felicidad con el hedonismo, mientras que la perspectiva positiva señala que la felicidad estimula la actividad, agudiza la conciencia, el esfuerzo y el potencial humano puede ser usado al máximo de sus posibilidades. Por otro lado, Lyubomirsky (2011) indicó que los niveles de felicidad son determinados por un rango fijo de nacimiento aproximadamente del 50%, sólo un 10% por las circunstancias, y un 40% determinada por la forma que elegimos de enfocar nuestra vida; es decir cada uno es responsable de su propia felicidad.

Vásquez (2015) mencionó que para Diener la felicidad posee dos componentes, el primero afectivo que tiene que ver con la frecuencia con la que sentimos emociones positivas y negativas, y el segundo componente cognitivo que es la satisfacción con la vida, la manera en la que evaluamos nuestra propia satisfacción con las diferentes áreas de nuestra existencia.

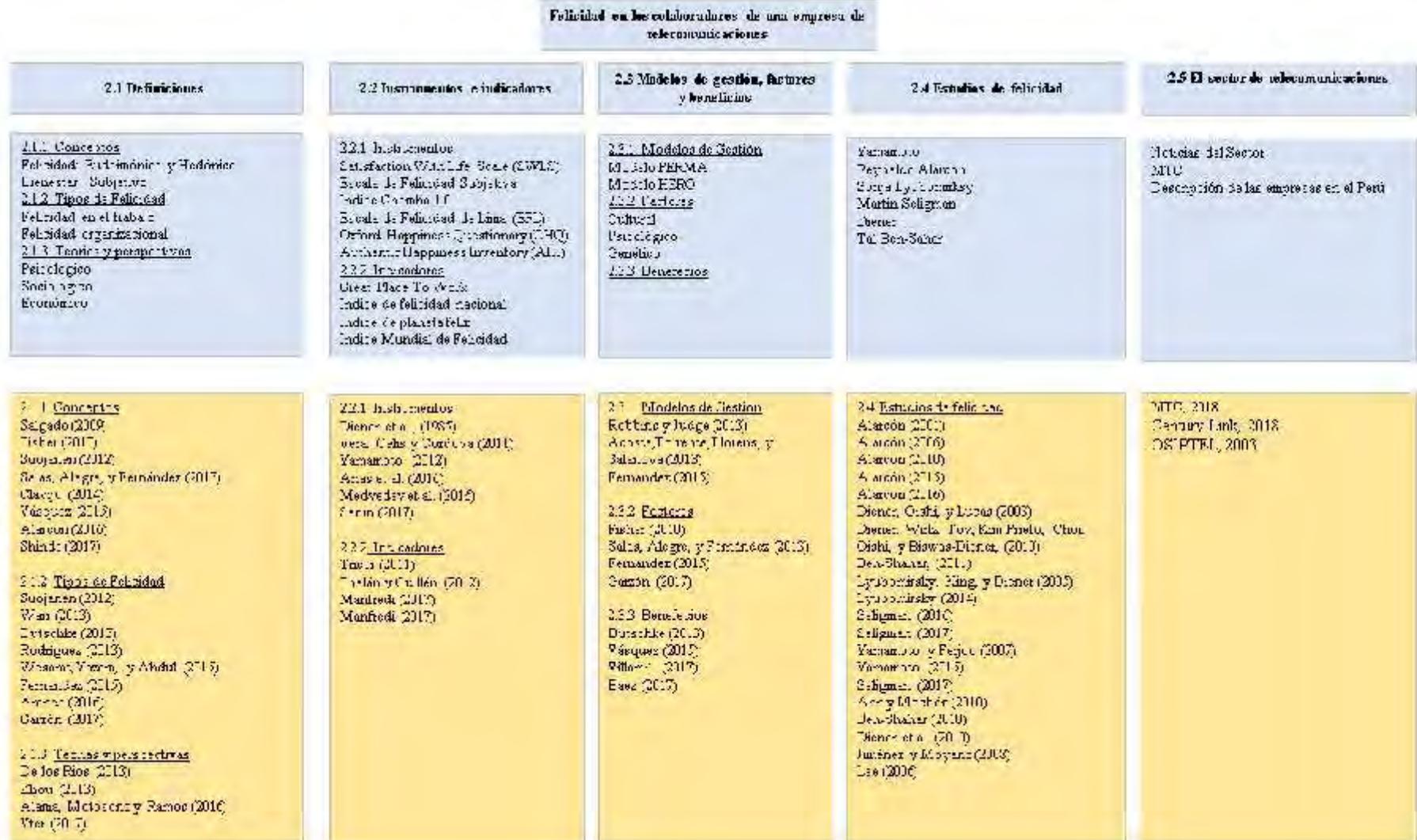


Figura 1. Mapa conceptual de la revisión de literatura.

Por otro lado, Csíkszentmihályi (2015) en su investigación sobre el flujo, demostró que para obtener experiencia y rendimiento máximo de felicidad y éxito se tiene que dedicar a actividades ni demasiado fáciles ni demasiado difíciles, ya que, si son demasiado fáciles, causarían aburrimiento, y si éstas resultan muy ambiciosas, causarían aumentos de ansiedad. En este sentido, Alarcón (como se cita en Alarcón, 2016) definió la felicidad como "un estado de satisfacción, más o menos duradero, que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien deseado"(p.137). Además, indicó que la felicidad contiene un componente subjetivo que involucra un proceso de elementos afectivos y cognitivos. La felicidad es un estado y no un rasgo, es temporal y puede ser aprendida, es una respuesta en consecuencia de obtener un bien deseado.

Eudaimonia y Hedonia. Ryan y Deci; Ryff y Singer (como se cita en Fisher, 2010) señalaron que la felicidad desde un punto de vista hedónico es entendida como sentimientos agradables y juicios favorables, muy por el contrario, desde el punto de vista eudaimónico, el cual involucra hacer lo que es virtuoso, moralmente correcto, y que genere crecimiento. Así también, Salas, Alegre, y Fernández (2013) manifestaron que para explicar el concepto de felicidad se parte de la existencia del componente hedónico y eudaimónico, en donde el hedonismo se refiere a los sentimientos de placer en la vida, y la eudaimonía se refiere, a realizar lo que uno debe hacer en la vida siendo coherente, buscando desarrollarse como ser humano, y ambos aspectos van unidos para explicar la felicidad.

Por otro lado, Vásquez (2015) indicó que el análisis de la felicidad es dividido en dos grandes tradiciones. En la primera desde una perspectiva hedonista, se identificó a la felicidad con el bienestar subjetivo o satisfacción de la persona, y la segunda, denominada bienestar objetivo en donde existe una serie de estándares u objetivos que la persona se plantea a lo largo de su vida y el alcanzarlos se relaciona con su grado de felicidad, dimensión de auto validación o bienestar psicológico desde un punto de vista filosófico que

coincidiría con la idea eudaimónica de Aristóteles. Desde la Psicología Social surgió una tercera tradición denominada bienestar social como la valoración de lo que se hace en el funcionamiento dentro de la sociedad.

Shinde (2017) señaló que la visión hedónica define la felicidad como una evaluación global individual de las emociones positivas y negativas; y de la satisfacción con la vida. Las personas que experimentan gran cantidad de emociones positivas y pocas negativas, y que además se sienten satisfechas con sus vidas se definen como felices o con un alto índice de bienestar subjetivo. Por otro lado, la visión eudaimónica define el bienestar como el funcionamiento positivo u óptimo y la satisfacción de las necesidades básicas y los potenciales internos. El concepto de felicidad hedonista sostiene que el objetivo principal de la vida es la búsqueda de la felicidad y el placer. Comer, beber y ser feliz es el principio principal de la felicidad hedónica, mientras que el concepto de la felicidad eudaimónica se refiere en términos de esfuerzo por la autorrealización.

Bienestar Subjetivo. Keyes, Ryff y Shmotkin (2002) señalaron que el bienestar subjetivo está integrado por la satisfacción con la vida, los afectos positivos y negativos, los cuales han sido confirmados por otros estudios. Por otro lado, Kozma (2003) mencionó el enfoque Botton-up dentro del bienestar subjetivo, el cual caracteriza la felicidad como producto de una experiencia al entorno en algún dominio o área que se manifiesta mediante estados afectivos positivos o negativos, la suma de esas experiencias determina la satisfacción en ese dominio, y la suma de las satisfacciones en los diversos dominios determina el bienestar subjetivo o felicidad. Diener (2005) definió el bienestar subjetivo como la valoración cognitivo-reflexiva acerca de la vida y trabajo satisfactorio, intereses y compromisos, y reacciones afectivas a los sucesos de la vida, tales como la diversión y la tristeza. En este sentido Diener y Lucas (como se cita en Sánchez y Méndez, 2011) definieron el concepto de bienestar como una noción general de: (a) apreciación y pensamiento acerca

de la satisfacción con la propia vida, (b) sentimientos positivos y (c) ausencia de negativos.

El primer componente es un juicio cognoscitivo acerca de la vida personal, mientras que los siguientes dos son sentimientos que comprenden a la felicidad a nivel de la experiencia.

Además, mencionaron que el bienestar es subjetivo, ya que implica auto juzgarse sobre cómo las personas se sienten con respecto a sus vidas y de acuerdo con lo que ellos consideran que es importante para su felicidad. Diener (como se cita en Clavijo, 2014) indicó que la satisfacción con la vida es la calificación global que realiza una persona de su vida como un todo, y al disfrutar los diferentes dominios como salud, trabajo, familia, etc. contribuyen a la satisfacción con la vida. Por otro lado, Seligman (como se cita en Domínguez e Ibarra 2017) aportó su teoría del bienestar o well-being, el cual planteó cinco elementos como parte del constructo bienestar: (a) emociones positivas o positive emotions, (b) compromiso o engagement, (c) relaciones positivas o positive relationship, (d) significado o meaning, y (e) orientación al logro o accomplishment; también planteados bajo el acrónimo PERMA.

Existen estudios en Latinoamérica acerca de la felicidad como bienestar subjetivo, cabe resaltar los estudios realizados por Yamamoto y Reynaldo Alarcón. Por su parte, Yamamoto (2013) aportó que para comprender el concepto de bienestar; en primer lugar, se debe de identificar cuáles son las necesidades asociadas a la felicidad en determinados grupos de personas, y, en segundo lugar, se debe de analizar si las necesidades de una cultura se asocian de forma positiva o negativa con la felicidad. Por otro lado, Alarcón (2016) indicó que la felicidad es definida como bienestar subjetivo, el cual es una evaluación subjetiva que cada persona realiza sobre su vida y sobre sus dominios, además podría inferirse que la felicidad posee dimensiones de tiempo pasado, como vivencias agradables; presente, satisfacción con lo que somos; y futuro, siendo positivos por lo que vendrá.

2.1.2 Tipo de Felicidad

Felicidad en el Trabajo. Varila y Viholainen (como se cita en Suojanen, 2012)

explicaron que la satisfacción en el trabajo es la manifestación de la felicidad en el trabajo, creando una satisfacción en el trabajo. Asimismo, dichos autores, también señalaron que la medición de la felicidad en el trabajo puede dividirse en teorías orientadas a la situación y al individuo; en primer lugar la teoría orientada a la situación se centra en factores y ocasiones que funcionan más allá del individuo, mientras que la investigación orientada a la situación busca un modelo que potencie la felicidad en diferentes situaciones; y en segundo lugar la teoría orientada al individuo se centra en las atribuciones del individuo y al sentimiento de felicidad. Para obtener los mejores resultados en la satisfacción en el trabajo, se necesitan tanto los modelos orientados a la situación como los orientados a los individuos.

Por otro lado, Warr (2013) manifestó que las perspectivas sobre las fuentes de felicidad e infelicidad pueden depender del enfoque, ya que algunas se centran en el ambiente y otras en los procesos mentales de los individuos; cada una de dichas perspectivas tiene su valor, pero la felicidad y la infelicidad se derivan de ambas fuentes. Además, mencionó que un aspecto fundamental para entender la felicidad en el trabajo es la clasificación adecuada de las características laborales que se asocian con la felicidad o la infelicidad personal, aunque las variables ambientales tengan mucho ver en esto, también se originan en uno mismo, por ello existen dos aspectos importantes: las características a largo plazo y los procesos de corto plazo. Con respecto a las variables a largo plazo, se tiene los rasgos de personalidad tales como el neuroticismo y la extraversión, que se relacionan significativamente con indicadores de felicidad y bienestar; por otro lado, en cuanto a las influencias a corto plazo, la felicidad se encuentra determinada parcialmente por los juicios comparativos, la preocupación sobre quien soy y quien me gustaría ser.

La satisfacción en el lugar de trabajo puede generar beneficios tanto para el colaborador como para la empresa. Bhattacharjee y Bhattacharjee; Carleton; Frey y Stutzer (como se cita Wesarat, Yazam, y Abdul, 2015) indicaron que la felicidad en el lugar de trabajo está referida a la satisfacción con la vida o el bienestar subjetivo en el lugar de trabajo, ya que los dos términos, felicidad y bienestar subjetivo se usan indistintamente. En ese sentido, Fernandez (2015) mencionó algunos beneficios de la felicidad en el trabajo, como: mejora de relaciones interpersonales, capacidad de escucha empática, servicio al bien común, alta orientación al logro, aumento de creatividad e innovación; en líneas generales, las personas felices son capaces de aumentar la calidad de servicio al cliente, mejoran la excelencia operacional, están comprometidas con su trabajo, equipos y la organización. Se puede resumir en cuatro grandes conjuntos de resultados: (a) rentabilidad económica o social, (b) calidad en el servicio al cliente, (c) excelencia operacional, (d) bienestar subjetivo. Asimismo, Garzón (2017) manifestó que, para lograr mejoras en la felicidad en el trabajo, es importante que las personas potencien sus fortalezas y habilidades para lograr resultados extraordinarios a nivel de rentabilidad, creatividad y calidad del trabajo realizado.

Felicidad Organizacional. Baker, Greenberg y Hemingway (como se cita en Dutschke, 2013) definieron a una organización feliz como el lugar en el cual todos los que forman parte de ella tienen una serie de fortalezas, actitud positiva y están motivados para trabajar en equipo en busca de lograr un objetivo común; asimismo también, señalaron que en las organizaciones felices, los directores y colaboradores, están involucrados y conectados emocionalmente con la organización; asimismo consideran el trabajo como una ocupación feliz. En este sentido, Fisher (como se cita en Dutschke, 2013) definió la felicidad organizacional como la satisfacción en el trabajo.

Existen estudios como las del filósofo y psicólogo israelita Tal Ben-Shahar (como se cita en Rodríguez, 2013) quien indicó que la felicidad en la organización significa trabajar en

aquello que es relevante para uno, que considera que hace la diferencia, lo disfruta y además obtiene placer al hacerlo. Se debe tener en cuenta que una persona feliz enfoca sus talentos y capacidades en cosas que le procuran mayor rendimiento profesional e interpersonal, lo que conlleva a decir que la felicidad en los equipos de trabajo pone de manifiesto el optimismo, la proactividad, los procesos de cambio, entre otros aspectos. Por otro lado, Rodríguez (2013) mencionó en su estudio sobre técnicas de medición de la felicidad y su relación entre la productividad y calidad de vida de los empleados, que la felicidad en el trabajo no se basa sólo en el aspecto económico sino que va más mucho más allá, como ayudar a sus empleados en su desarrollo como seres humanos; y con ello no solo crecerán los empleados, sino también la sociedad, y la organización estaría materializando su aporte en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

Además, Fernández (2015) señaló que existe una diferencia entre la felicidad organizacional y la felicidad en el trabajo; la primera se traduce en la capacidad de una organización para brindar y proporcionar a sus colaboradores las condiciones y procesos de trabajo que le permitan desplegar sus fortalezas de forma individual y grupal en apunte a las metas organizacionales sustentables y sostenibles, que generan una ventaja competitiva difícil de imitar; y la segunda es la percepción personal y subjetiva por parte de los colaboradores acerca del bienestar, florecimiento y salud en el trabajo; es por ello que la felicidad organizacional es una corresponsabilidad entre la empresa y el colaborador, la felicidad organizacional es responsabilidad de la empresa y la felicidad en el trabajo es responsabilidad de los colaboradores. Además, indicó que la felicidad organizacional se enfoca en gestionar tres focos: (a) condiciones de trabajo, (b) procesos operacionales, y (c) gestión de personas.

Gaitán, Breton, Urbano, Mahecha, y Arteaga (como se cita en Aranda, 2016) comentaron que empresas como Google, Open English Zappos, cuentan con directores de felicidad; quienes realizan actividades transversales a la organización y dentro de sus

principales funciones se resalta: (a) generar cultura de optimismo, (b) fomentar la cooperación, (c) fortalecimiento de equipos mediante dinámicas de integración, (d) promover los valores de la organización, y (e) mejorar la comunicación interna. Asimismo, también mencionaron que, en dichas organizaciones, existen coordinadores de felicidad, quienes están encargados de complementar las funciones de los directores de felicidad. Finalmente, Humberto Gutiérrez (como se cita en Paz y Espinoza, 2017) indicó que la felicidad organizacional es la capacidad de una organización para posibilitar a los colaboradores las condiciones y procesos necesarios, que permitan el desarrollo de sus fortalezas tanto individuales como grupales, para enfocar su desempeño hacia los objetivos de la organización, construyendo un activo intangible, difícilmente de imitar en el mercado.

2.1.3 Teorías y Perspectivas

Teorías. Nussbaum (1992) indicó que en la teoría de lista de objetivos las personas listan cosas verdaderamente valiosas que pueden incluir logros profesionales, amistad, libertad de enfermedad y dolor, comodidades materiales, espíritu cívico, belleza, educación, amor, conocimiento, etc., y de acuerdo con el cumplimiento de esta lista las personas alcanzan su felicidad. Así también, Veenhoven y Ehrhardt (1995) indicaron que la teoría de comparación supone la evaluación de la vida mediante un cálculo mental sobre la ponderación de la percepción de vida en la realidad vs un estándar sobre cómo debería de ser, y se presume que estos estándares de comparación son variables. En otras palabras, juzgaríamos la vida por lo que creemos que puede ser de manera realista. Además, mencionan que existen dos variantes; la primera comparación social que enfatiza la comparación con otras personas; y la segunda formada por la comparación de vida que supone que juzgamos nuestra vida en el contexto cognitivo de nuestras mejores y peores experiencias. Por otro lado, indicaron que en la teoría de habitabilidad la apreciación subjetiva de la vida depende de la calidad objetiva de la vida; es decir cuánto mejores sean las

condiciones de vida en un país, más felices serán sus habitantes, que, en contraste con la teoría de comparación, la teoría de la habitabilidad se enfoca en la calidad de vida absoluta, más que en la diferencia relativa.

Seligman & Royzman (2003) indicaron que la teoría del hedonismo sostiene que la receta de la felicidad que es la preponderancia del placer sobre el dolor, por el contrario, indicó que la teoría del deseo sostiene que ese cumplimiento de un deseo contribuye a la felicidad independientemente de la cantidad de placer. En contraposición a estas dos teorías aportó una nueva teoría que sostiene que existen tres tipos distintos de felicidad: (a) the pleasant Life, que trata sobre la felicidad en el sentido de Hedonism, (b) la Buena Vida, acerca de la felicidad en el sentido de deseo, y (c) la Vida significativa, sobre la felicidad en el sentido de la lista de objetivos. Asimismo, Veenhoven (2009) señaló que la teoría del punto de ajuste sostiene que la felicidad de las personas mantiene un estado o equilibrio relativamente estable llamado punto de referencia, el cual no cambiará significativamente. Esta teoría, se basó en la idea de que las personas pueden adaptarse, lo que significa que las personas se aclimatarán rápidamente a las situaciones cuando surjan cambios y se recuperarán a su nivel de felicidad anterior. Además, la teoría del punto de ajuste postula que la felicidad de las personas puede ser predeterminada por su personalidad, que tiende a permanecer igual a lo largo del tiempo.

Además, Zhou (2013) mencionó que las teorías de la felicidad pueden clasificarse en dos tipos: (a) teorías que argumentan que la felicidad es una situación relativamente estable y no puede modificarse como la teoría de punto de ajuste o set point en inglés; y (b) teorías que argumentan que la felicidad está determinada por algunos factores y puede modificarse de ciertas maneras como la teoría de la habitabilidad, la teoría afectiva y la teoría de la comparación. A pesar de que las cuatro principales teorías de la felicidad presentadas anteriormente pertenecen a dos direcciones de investigación en general, en realidad

representan varios campos académicos. Específicamente, la teoría del punto de ajuste y la teoría de la habitabilidad están asociadas con la sociología, la teoría afectiva es más psicológica y la teoría de la comparación se discute principalmente en la investigación relacionada con la economía

Perspectivas. La felicidad es un concepto complejo que puede ser abordado desde distintas perspectivas: (a) científica, (b) filosófica, (c) psicológica y (d) económica. Alarcón (2006) aportó que la felicidad desde la perspectiva social es un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado, y la cultura o sociedad intervienen en la importancia de ese bien. Así también Ansa (2007) indicó que la felicidad desde la perspectiva económica se ha mantenido la idea que más riqueza, renta y bienes implican mejores condiciones de vida, bienestar y, en definitiva, mayor felicidad. Sin embargo, estudios realizados en los últimos 50 años indican que países con ingresos per cápita menor que los países ricos presentan similares niveles de felicidad, ya que la renta es considerada como un factor que genera bienestar temporal. De los Ríos (2013) señaló que la perspectiva científica es caracterizada por una definición operacional de la felicidad; la cual permite su medición, pero con la deficiencia que no comprende toda la complejidad como lo hacen otras perspectivas. Así también, indicó que la perspectiva filosófica indica que desde la antigüedad el hombre buscó la felicidad preocupándose por saber dónde hallarla. Para Epicuro, la felicidad es la ausencia de perturbación logrando la paz del alma y para Aristóteles la felicidad solo puede ser hallada por el hombre virtuoso que tiene una disposición permanente hacia el bien.

Finalmente, Mercado y Sánchez (como se cita en Alama, Motosono y Ramos, 2016) indicaron que la felicidad desde la perspectiva psicológica comprende una experiencia mental positiva interna o externa, que produce pensamientos y sentimientos positivos que fortalecen un crecimiento personal, creatividad y optimismo. Por otro lado, Yter (2017) mencionó que el

estudio de la felicidad ha abordado diferentes perspectivas y conceptualizan la felicidad de manera diferente, las principales corrientes que existen son cuatro: (a) culturalista, (b) comparación o estándares relativos, (c) habitabilidad o necesidades, y (d) rasgos. La primera relaciona los niveles de felicidad dependiendo del marco cultural en el que se desenvuelven individuos. La segunda sostiene que la felicidad no depende de un bien objetivo, sino de la comparación subjetiva, ya sea comparación social, comparación con condiciones de vida previas y la comparación con las aspiraciones. La tercera, relaciona la felicidad con la posible influencia de los valores culturales, principalmente por el papel que juegan las instituciones sociales. Finalmente, la cuarta perspectiva relaciona la felicidad de los individuos como un rasgo característico de cada uno de ellos.

2.2 Instrumentos e Indicadores

2.2.1 Instrumentos

En esta sección se ha considerado analizar algunos instrumentos para medir la escala de felicidad, los cuales posteriormente fueron adaptados para la presente investigación, cabe mencionar que existen muchos instrumentos de medición, pero se han escogido los más resaltantes y de los que se podrán tomar información para armar el cuestionario final. Beytia y Calvo (2011) encontraron que el orden de las preguntas en los cuestionarios, así como en los escenarios o momentos en los que se puedan aplicar dichos instrumentos, pueden alterar los resultados. Para minimizar este tipo de desviaciones o sesgos, recomendaron, que se inicie los cuestionarios con preguntas sobre la felicidad y que se evite aplicar el instrumento en situaciones excepcionales, como por ejemplo, un día después de haber ganado un partido de fútbol en el Mundial.

Dentro de las escalas de medida de la felicidad, se puede mencionar a: (a) Escala Satisfaction With Life Scale (SWLS), (b) Escala de Felicidad Subjetiva (EFS), (c) Índice

Chamba 1.0, (d) Escala Factorial de Medición de la Felicidad (EFMF), (e) Oxford Happiness Questionary, y (f) Authentic Happiness Inventory (AHI).

Uno de los instrumentos más certeros y difundidos, es la “Satisfaction With Life Scale” (SWLS), o la escala para medir la satisfacción global con la vida. Este instrumento está enfocado en evaluar la satisfacción global de la vida y no se menciona ninguna referencia de algunos constructos relacionados como el afecto positivo o la soledad en el individuo. Se puede verificar que el SWLS, tiene algunas propiedades psicométricas las cuales son favorables influyendo en una alta consistencia interna y fiabilidad temporal. Las puntuaciones obtenidas se podrán correlacionar de forma moderada a alta con otras medidas de bienestar subjetivo, correlacionándose predeciblemente con las características específicas de la personalidad (Diener et al., 1985).

Lyubomirsky & Heidi (como se cita en Vera, Celis y Córdova, 2011) mencionaron que la escala de Felicidad Subjetiva indaga más que las emociones positivas y negativas asociadas a la felicidad, por ello evalúa el bienestar de las personas como un fenómeno psicológico global. Esta escala toma en cuenta la felicidad desde la percepción de quien desarrolla el cuestionario y considera que los individuos tienen su propia idea de lo que es ser feliz y cuando no lo son, lo cual evidencian al momento de la evaluación. La medida consta de 4 ítems con respuestas tipo Lickert, dos de los ítems buscan que los participantes se caractericen a sí mismos usando intervalos absolutos y relativos a los pares, mientras los otros dos ítems tienen una breve descripción sobre personas felices e infelices y piden a los participantes indicar el nivel en que sienten que estos los describen.

Yamamoto (2013) aportó un instrumento para medir la felicidad en el trabajo con dos escalas. A la primera se le denomina “Se trabaja para vivir” y fue construida sobre la base de las cuatro necesidades encontradas para Lima Metropolitana, de esta forma, se desarrollaron indicadores para cuatro factores de la escala “Se trabaja para vivir”: (a) Chamba y sentirse

bien, (b) Chamba y buen lugar para vivir, (c) Chamba y estatus, y (d) Chamba y hogar; y a la segunda se le denomina “Chamba es chamba” con una escala de satisfacción con el trabajo que considera los indicadores culturales limeños aplicados al trabajo, evaluando los factores: (a) Sentirse bien en el trabajo, y (b) Un buen lugar para trabajar.

Alarcón (como se cita en Alarcón, 2016) desarrolló una escala factorial para medir la felicidad denominada La Escala Factorial para Medir la Felicidad, compuesta por 27 ítems del tipo likert, en donde existen cinco alternativas: (a) totalmente de acuerdo, (b) de acuerdo, (c) ni acuerdo ni desacuerdo, (d) desacuerdo, y (e) totalmente en desacuerdo; la escala fue administrada en 709 estudiantes de las universidades de Lima entre varones y mujeres. En donde el análisis factorial logró identificar cuatro factores: (a) ausencia de sufrimiento profundo, con una alta consistencia de 0.88, (b) satisfacción con la vida, con una alta consistencia de 0.79, (c) realización personal, consistencia de 0.79 y (d) alegría de vivir, con consistencia interna de 0.72.

Medvedev et al. (2016) mencionaron que el cuestionario de felicidad de Oxford (OHQ) de 29 ítems desarrollado por Hills and Argyle es una nueva versión del Oxford Happiness Inventory (OHI) original Argyle, y es una escala ampliamente utilizada para evaluar la felicidad personal, que contiene 29 ítems, cada uno acompañado de cuatro afirmaciones que representan opciones de respuesta similares al Inventario de Depresión de Beck. Hills and Argyle concluyeron que de 29 ítems, solo 12 ítems podrían reflejar confiablemente los niveles de felicidad individual. Además, utilizaron los términos bienestar, bienestar subjetivo y bienestar psicológico como sinónimo de felicidad al describir el OHI y el OHQ. Hills y Argyle (como se cita en Medvedev et al. 2016) validaron el OHQ de 29 ítems usando un formato de respuesta de escala Likert de 6 puntos redactado como totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo, ligeramente en desacuerdo, ligeramente de

acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo e informaron un alfa de Cronbach justo por encima de 0,90.

Finalmente, Sanín (2017) señaló que el instrumento Authentic Happiness Inventory (AHI) mide tres dimensiones: (a) emoción positiva, (b) compromiso con la vida, y (c) significado de la vida. Evalúa en nivel en que los individuos tienen un estado de ánimo positivo, piensan que han conseguido logros importantes y satisfactorios, así como el hecho de haber encontrado el sentido de sus vidas. Cuenta con 24 ítems y cinco alternativas de respuestas para cada uno, las cuales van desde lo negativo como “rara vez consigo lo que quiero” hacia lo positivo como “siempre consigo lo que quiero”, los encuestados deben elegir la alternativa que con la que más se identifiquen.

2.2.2 Indicadores

Tricci (2011) comentó que todos los años realizan la medición de clima organizacional en más de 5,500 empresas entre 45 países, la encuesta es llamada Trust Index y la responden más de dos millones de empleados, impactando a poco más de 10 millones que trabajan en las empresas evaluadas. El objetivo de este índice es convertirse en una ventaja competitiva para las empresas que otorgan un excelente lugar para trabajar, lo cual genera réditos para la misma, por el desempeño y productividad de los colaboradores, así también, estas empresas son reconocidas a nivel local, regional y mundial. La clave de este índice está en evaluar las siguientes relaciones primordiales: (a) relación entre los colaboradores y sus jefes, (b) relación entre los colaboradores y su trabajo, y (c) relación entre los colaboradores y sus compañeros de trabajo, todos bajo los criterios de credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

Otro de los autores revisados, son Phélan y Guillén (2012), quienes mencionaron los siguientes indicadores o índices, a) índice de progreso genuino (IPG), o índice de progreso real, mide el bienestar económico y el progreso social, compuesto por variables recogidas por

el PBI y el PBI per cápita; diferencian entre el crecimiento económico que añade bienestar y el que no, b) índice de calidad de vida física (ICFV), mide el bienestar de manera directa, trata de incorporar indicadores sociales sobre los económicos, c) felicidad interna bruta (FIB), d) índice de bienestar social (IBS), es un indicador cuantitativo sintético que entrega una medida multidimensional del bienestar social, lo que nos permite establecer comparaciones en diversos lugares en un momento del tiempo, y e) better life index (BLI), es un indicador que mide el bienestar y el progreso de una sociedad, se construye con 11 dimensiones, las cuales son, satisfacción de vida, salud, educación, vivienda, comunidad, ambiente, gobernanza, seguridad, balance trabajo-vida, ingresos y empleo, en 3 áreas, sostenibilidad en el tiempo, calidad de vida y condiciones materiales.

Por otro lado, Andia (2015) indicó que existe un contraste entre los indicadores económicos y la realidad social respecto al ansiado desarrollo e invita a un reto de explicar porque el incremento de variables económicas como PBI, consumo per cápita, nivel de crecimiento sostenido, no ha representado una disminución del grado de insatisfacción; este escenario ha llevado a muchos investigadores y organizaciones a considerar nuevos caminos para hallar los factores que inciden en el bienestar, en el buen vivir o en la felicidad, lo que sustenta la necesidad por medir bajo otro tipo de indicadores el bienestar de los peruanos, siendo algunos instrumentos utilizados: (a) El índice de Felicidad construido por Bután y, (b) el Better Life Index, diseñado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Rath y Harter (como se cita en Garzón, 2017) indicaron que las medidas del bienestar pueden ser objetivas o subjetivas; asimismo, señalaron que el bienestar objetivo está relacionado directamente con indicadores como el PBI, salud, alfabetización, indicadores laborales, pobreza, etc. Mientras que, el bienestar subjetivo lo dividieron en dos tipos, (a) bienestar subjetivo evaluativo, es decir como uno valora su vida, y (b) bienestar general subjetivos experimentado, es decir lo que se experimenta cada día.

Manfredi (2017) propuso los siguientes indicadores, a) la satisfacción con la vida promedio (SVP), cabe resaltar que las preguntas subjetivas de percepción están propensas a sesgos, va a depender de acuerdo con las expectativas de cada persona, b) índice de progreso social (IPS), está compuesta por las necesidades básicas, los fundamentos de bienestar y las oportunidades. Además, define la capacidad de la sociedad para satisfacer las necesidades y calidad de vida de sus integrantes, así como la creación de las condiciones necesarias para que alcancen su potencial pleno, c) índice de prosperidad (IP), es un indicador que relaciona la riqueza económica con el bienestar social, en un proceso recíproco y sinérgico, mediante el cual, el crecimiento de una de estas variables, impulsan y benefician a la otra, d) índice del informe mundial sobre la felicidad (IMF), desarrollado por las Naciones Unidas, es un indicador que abarca las dimensiones objetivas y subjetivas, como dimensiones separadas y sin combinarlas, buscando la felicidad como un objetivo humano, y e) índice de planeta feliz (IPF), es un indicador que pretende evidenciar la eficiencia sobre el desarrollo de un país, asegurándonos una vida feliz y duradera, para que también lo puedan gozar las generaciones futuras.

2.3 Modelos de Gestión, Factores y Beneficios

2.3.1 Modelos de Gestión

Para analizar y gestionar la felicidad en las organizaciones es necesario conocer la satisfacción organizacional de los colaboradores, esta satisfacción se puede describir como un sentimiento positivo sobre el desenvolvimiento laboral de una persona. Esta convivencia y el desenvolvimiento laboral forma parte de la satisfacción organizacional de cada colaborador, el cual es importante, porque los colaboradores que se sienten motivados y felices con el trabajo que realizan dentro de la empresa, van a tener mejor desempeño a nivel individual y como equipo de trabajo, generando un impacto positivo en la productividad y clima laboral de la empresa. En este sentido, Robbins y Judge (2013) indicaron que: “Un individuo con un

alto nivel de satisfacción laboral tiene sentimientos positivos acerca de su puesto de trabajo, mientras que alguien insatisfecho tiene sentimientos negativos” (p. 74). Por lo expuesto anteriormente, en la actualidad las organizaciones buscan gestionar la felicidad y la satisfacción de sus colaboradores para generar un clima organizacional que conlleve al crecimiento y competitividad, logrando una empresa saludable para los colaboradores y sus directivos.

Asimismo, Vásquez (2015) propuso un modelo de gestión de personas orientado a incrementar los niveles de felicidad en el trabajo, para ello realizó un estudio en una empresa española con una muestra de 296 participantes, conformada por 198 hombres y 97 mujeres. Dicha empresa desarrolla sus actividades como operador en el sector de las telecomunicaciones mediante la prestación de servicios de telefonía, televisión e internet. Los resultados de esta investigación evidencian que la capacidad predictiva de la felicidad, las emociones positivas y el bienestar subjetivo está relacionada con el desempeño laboral.

Por otro lado, Cruz, Ramírez, Sanchez (2015) señalaron como modelo, a la Ciencia de la Felicidad en el Trabajo, creado por el Instituto iOpener, consultora internacional, su enfoque es el incremento de la productividad y la felicidad de los empleados, que a su vez dependen de las 5Cs: (a) Contribución, lo que la persona hace, (b) Convicción, motivación a corto plazo, (c) Cultura, en qué medida la persona siente que encaja, (d) Compromiso, vinculación a largo plazo, y (e) Capacidad, confianza en sí mismo. Por otro lado, también señalaron tres factores que impactan en la felicidad de los empleados, dentro de los cuales se mencionan: (a) Confianza, en la organización, (b) Reconocimiento, el que se recibe de la organización y (c) Orgullo; de pertenecer a la organización. Finalmente, concluyen que este modelo permite que las personas potencien sus habilidades, generando un impacto positivo en el incremento de la productividad, es importante que los empleados se sientan motivados y como parte del desarrollo de la empresa. Asimismo, Cruz, Ramírez, Sanchez (2015)

señalaron que, en Colombia, la empresa consultora Plurum, ha implementado este tipo de modelo de felicidad, en empresas como: Avianca, 3M, Bodytech, obteniendo como resultados, altos índices en el bienestar de los empleados.

Modelo PERMA. Fernandez (2015) aportó en la evolución que hizo Seligman en la concepción de la felicidad pasando del constructo de felicidad al de Well-being y luego concebir el bienestar como el resultado de cinco componentes denominado modelo PERMA: (a) P (Positive Emotions). Emociones Positivas, (b) E (Engagement). Involucramiento, (c) R (Relationships). Relaciones, (d) M (Meaning). Significado, y (e) A (Accomplishments). Logro; es decir los individuos felices viven en emociones positivas, comprometidos con sus objetivos, relacionándose positivamente con los demás, teniendo un sentido de vida que los orienta a conseguir un conjunto de logros que le hacen feliz. Por otro lado, Gil (2015) indicó que cuan más desarrollados tengan las personas los cinco factores que forman parte del modelo PERMA (emociones positivas, implicación, relaciones positivas, significado y logro), serán más felices, creativas y productivas, pudiendo tener una vida más longeva; así también, podrán tener mejores defensas en su sistema inmunológico. Por otro lado, mencionó que el bienestar de una persona no está dado por su temperamento de alegría o gusto que lo manifiesta externamente, sino más bien lo relaciona con el grado en el que la persona se sienta bien y lo que hace lo hace sentir bien.

Asimismo, Fernandez (2015) mencionó que el modelo PERMA en conjunto con el modelo de felicidad, contemplan seis variables: (a) Positividad, el cual es uno de los pilares del bienestar subjetivo, enfocado en experimentar emociones positivas a nivel organizacional y personal, (b) Sentido, las personas se exigen cuando el propósito de su trabajo resuena en su interior como un sentido personal, (c) relaciones confiables, nadie es feliz en el trabajo en donde existen conflictos, (d) desarrollo profesional, impulsa el crecimiento de la empresa, el cual es valorado por los colaboradores, (e) Engagemet, los colaboradores tienen un elevado

grado de compromiso con la organización, (f) logro y reconocimiento, los logros son parte de alcanzar un bienestar subjetivo. Además, mencionó que este modelo funciona con tres palancas de gestión que permiten llevarlo a la práctica: (a) Liderazgo firme y cercano, (b) gestión participativa, (c) gerencia de felicidad.

Seligman (2016) en su libro *La Nueva Psicología Positiva y la Búsqueda del Bienestar*, trató sobre cómo conseguir la meta de entender el bienestar y de conseguir las condiciones necesarias para obtenerla. Además, señaló que la psicología positiva, hace a las personas más felices y que las personas que trabajan en este campo, son personas con mayor bienestar. También indicó que el hecho de tan solo leer libros de psicología positiva influye directamente en las personas, transformando su forma de ver la vida y haciéndolas más felices, lo que implica un cambio hacia el bienestar personal. También plantea la Teoría del Bienestar, la cual posee cinco elementos, (a) la emoción positiva, (b) el compromiso, (c) el sentido, (d) las relaciones positivas, y (e) el logro, dándole como nombre PERMA, que es la base del modelo PERMA

Modelo HERO. Acosta, Salanova, & Llorens (2011) definieron a las organizaciones HERO, como aquellas organizaciones saludables y resilientes. El modelo HERO, es considerado como uno de los modelos más empleados para la gestión de la felicidad, el cual tiene como objetivo fomentar la salud en sus colaboradores, equipos de trabajo y de toda la organización en su conjunto. Existen estudios que señalan que las organizaciones HERO tienen la capacidad de sobreponerse a situaciones adversas como crisis económicas o cambios drásticos, haciéndose más fuerte en comparación con las organizaciones no saludables. Por otro lado, Salanova, Llorens, Acosta y Torrente (como se cita en Sena, 2012) indicó que las características de una organización HERO, están conformadas por: (a) recursos y prácticas organizacionales saludables, teniendo entre ellas estrategias para organizar y estructurar mejor los procesos internos del trabajo. En este caso, se diferencia dos tipos de recursos. El

primero hace mención a recursos organizacionales relacionados con las prácticas directivas y de Recursos Humanos, orientados a fidelizar a los trabajadores, generando compromiso, lealtad y pertenencia, a través de estrategias como: actividades de sociabilización, estabilidad laboral, equilibrio entre vida laboral y vida personal. El segundo recurso está orientado a la tarea, el rol que cumplen en la organización, feedback, dentro de las estrategias que hacen mención para incrementar este recurso están los canales de retroalimentación; así como, combinación de tareas, (b) empleados y grupos de trabajo saludables, poseen alto bienestar psicosocial, compromiso, optimismo y emociones positivas y (c) recursos y resultados organizacionales saludables, alto desempeño organizacional, está dado por las buenas relaciones que existe entre el nivel de excelencia del servicio/producto con la comunidad.

Asimismo, Acosta, Torrente, Llorens y Salanova (2013) manifestaron que las organizaciones HERO, son aquellas que hacen esfuerzos de manera planificada, para mejorar sus procesos internos y los resultados de la organización y sus colaboradores. Estos esfuerzos, se relacionan de manera directa con las prácticas organizacionales, recursos utilizados y con las características del trabajo en sus tres niveles: (a) nivel de tarea, feedback para mejorar la tarea, (b) nivel del ambiente social, relacionado con el liderazgo, y (c) nivel organizacional, estrategias para mejorar la conciliación familia-trabajo y la salud. Asimismo, señalaron que el Modelo HERO, es considerado como un modelo teórico y heurístico, que integra los resultados obtenidos a través de evidencias teóricas y empíricas, las cuales provienen de estudios e investigaciones realizadas sobre: comportamiento organizacional, estrés laboral, dirección de recursos humanos (DRH), y sobre Psicología de la Salud Ocupacional Positiva. También hacen referencia a las prácticas organizacionales saludables como el elemento clave del área de recursos y prácticas organizacionales saludables que forman parte del Modelo HERO.

Salanova, Martinez & Llorens (2014) hacen mención que una organización HERO, es aquella que ejecuta un plan de acción de manera planificada y sistemática, para mejorar sus procesos a nivel de empleados; así como de la organización en su conjunto. Además, señalaron que las organizaciones HERO son resilientes, debido a que enfrentan situaciones adversas con fortaleza y se mantienen firmes con actitud positiva ante este tipo de circunstancias. Bajo este contexto, plantaron la implementación de recursos y prácticas organizacionales saludables, como unos de los primeros componentes del modelo HERO, el cual está orientado a mejoren la salud de los empleados; así como la salud financiera de la organización. Seguido, del segundo componte que son: empleados y grupos de trabajo saludables, poseen alto bienestar psicosocial, emociones positivas, engagement, optimismo, y resiliencia, y finalmente, resultados organizacionales saludables tales como: alto desempeño organizacional, excelencia organizacional, buenas relaciones con el entorno organizacional y la comunidad, y responsabilidad social empresarial.

Además, Salanova, Martinez & Llorens (2014) mencionaron que la implementación de un modelo saludable en las organizaciones modelo Hero, es una estrategia orientada al bienestar de los colaboradores, el cual debe estar alineado con la cultura de la empresa, es decir con la misión visión y valores. Por otro lado, Acosta, Cruz-Ortiz, Salanova, Llorens (2014) desde una perspectiva psicosocial, señalaron que el modelo HERO, como una organización saludable, que va más allá de su preocupación de la salud del empleado dentro de su ambiente laboral, en este caso incluye también las condiciones fuera de su ambiente de trabajo y su impacto en la comunidad. Siendo así, que estos recursos y prácticas organizacionales que invierten las organizaciones se transforman en la base principal para el desarrollo de organizaciones HEROs.

2.3.2 Factores

Csikszentmihalyi (como se cita en García, 2010) planteó el hecho, que no se puede ser feliz sin sentir las experiencias de flujo en sus actividades, como son: profunda concentración, autocontrol, equilibrio entre objetivos, metas y retos, y satisfacción.; asimismo, señaló que las sociedades para que sean felices, deben centrarse en factores que viabilicen la felicidad y el bienestar subjetivo, tomando en cuenta los factores internos que están relacionados estrechamente con la felicidad. Asimismo, sostuvo que con su tendencia humanista abrió las puertas para los conocimientos de una psicología basada en los aspectos positivos del ser humano y sus experiencias individuales positivas: creatividad, flujo, salud, amor y bienestar. Por otro lado, Lyubomirsky (como se cita en Gómez, 2012) señaló que existen tres áreas que impactan en la felicidad de la persona que son: los genes, las circunstancias vitales y actos deliberados. En relación con los genes, indicó que un 50% de la felicidad está determinado por cada persona al nacer y el otro 50% dependen de las circunstancias y la actividad deliberada. De este porcentaje, sólo el 10% de la felicidad lo relacionó con las circunstancias vitales como: estado civil, nivel socioeconómico, o experiencias traumáticas que hayan vivido, ante estas circunstancias, las personas se adaptan retornando a sus valores referenciales de felicidad. En este sentido, Lyubomirsky (como se cita en Gomez, 2012) mencionó como ejemplo, el estado de ánimo de una persona cuando gana la lotería, pasado este momento de alegría, la persona se adapta y vuelve a su valor de referencia de felicidad.

Lyubomirsky (como se cita en Gomez, 2012) también mencionó que se han diseñado doce actividades para incrementar la felicidad, las cuales han sido validadas experimentalmente: (a) expresar gratitud, (b) cultivar el optimismo, (c) evitar pensar demasiado, es decir darle muchas vueltas a las cosas de manera innecesaria, (d) practicar la amabilidad, (e) cuidar las relaciones sociales, (f) desarrollar estrategias para afrontar el

estrés, (g) aprender a perdonar, (h) fluir más, es decir establecer un nivel de equilibrio entre las habilidades de cada persona y los retos que eligió afrontar, (i) saborear las alegrías de la vida, celebrar las buenas noticias, (j) compromiso con sus objetivos, (k) practicar la religión y la espiritualidad, y (l) ocuparse de su cuerpo, es decir actividad física, meditación.

Finalmente, estableció cinco claves para que la felicidad sea sostenible, como son: generar emociones positivas, elegir momentos oportunos, así como lograr variedad en las actividades, rodearse de apoyo social, dedicar esfuerzo y compromiso, y que las actividades se conviertan en un hábito.

Por otro lado, Fisher (como se cita en Salas, Alegre y Fernández, 2013) indicó que, para generar una mayor felicidad en las organizaciones, éstas deben trabajar en preservar una cultura de felicidad, un liderazgo transformacional entendido como el líder que motiva y potencializa las competencias de los empleados, así como el que promueve un trato justo e igualitario. Así también, Salas, Alegre y Fernández (2013) señalaron que la felicidad en el trabajo tiene relación directa y positiva con la gestión de líderes que integran a los empleados en la elaboración de los objetivos y tienen presente sus necesidades y valores; además es una gran fuente de energía que sirve como competencia para lograr buenos resultados los cuales se concretizan en el aumento en la calidad y productividad.

Asimismo, Fernández (2015) señaló que la felicidad se compone de un 50% del componente biológico y un 40% como componente de evolución consciente intencionada, la cual usa el potencial genético y cerebral a la espera de ser activado para la felicidad; es decir la felicidad depende de la decisión del ser humano. En este sentido, Garzón (2017) indicó que: “Seligman (2003) estableció que la felicidad viene determinada más que por las circunstancias de la vida, por la forma en que gestionamos nuestra propia vida y sobre todo nuestro pensamiento, en su opinión: Tenemos un rango fijo de nacimiento de predisposición a ser felices” (p. 7). Así también, Garzón (2017) mencionó a Seligman (2002) y a Lyubomirsky

(2008), quienes definieron a la Felicidad como las emociones positivas que siente y experimenta una persona cuanto más satisfecho se sienten consigo mismos, haciendo que su probabilidad de ser sociable sea mayor, con orientación al logro de resultados, al éxito y a la creatividad.

2.3.3 Beneficios

Segura, Ramos (2009) señalaron que la felicidad facilita, genera actitudes positivas hacia uno mismo y hacia los demás, así como la confianza en uno mismo, mejora las relaciones interpersonales, promueve la creatividad, y el aprendizaje. Además, indicaron que la felicidad se debe buscar en el interior, como parte de la satisfacción personal, que nos hace sentir plenos y completos con nosotros mismos. Por otro lado, mencionaron que la felicidad, está relacionada directamente con los estados de ánimo positivos como: alegría, tranquilidad; así como estados de ánimo negativos como: tristeza, miedo, cólera; sin embargo, indicaron que no es un estado de ánimo positivo o negativo, sino la actitud con la que enfrentan estas situaciones para sentirse bien consigo mismos.

Así también, Baker, Greenberg y Hemingway (como se cita en Dutschke, 2013) señalaron que las personas felices tienden a ser más creativos, colaboradores, son agentes de cambios, y están motivados a trabajar en equipo. En este sentido, Warr (como se cita en Vásquez 2015) manifestó que las consecuencias positivas del bienestar subjetivo en el trabajo pueden agruparse en tres factores principales: mejora en el desempeño, reducción del absentismo y disminución de la rotación. Asimismo, Lyubomirsky, King y Diener (como se cita en Vásquez 2015) analizaron los beneficios del bienestar laboral subjetivo o satisfacción laboral y su relación con un gran número de indicadores de éxito, tanto de la vida laboral como privada. Los resultados de sus investigaciones mostraron que los trabajadores felices presentaban múltiples ventajas frente a sus compañeros menos felices, tales como mayor seguridad en obtener entrevistas de trabajo; una vez obtenido el trabajo, eran evaluados de

manera más positiva por sus supervisores, mostraban mejor desempeño y rendimiento y se manejaban mejor en puestos directivos; además, tenían menos probabilidad de mostrar conductas contra productivas en el trabajo.

Ocampo (como se cita en Villamil, 2017) afirmó que una empresa con colaboradores felices aumenta el compromiso y productividad, por ello es importante que los empleados estén conectados con los valores de la empresa y que se sientan parte de ella, y ello se logra mediante estrategias que promuevan la felicidad. Por otro lado, Baez (2018) hizo referencia a Mathew Killingsworth investigador con doctorado de la Universidad de Harvard, quien indicó que la felicidad es la llave maestra para que las personas alcancen mayor productividad en la sociedad; y por ende alcancen el progreso individual, además también indicó que los colaboradores valoran más las condiciones del entorno laboral que el incremento en sus remuneraciones; y por ello se hace necesario crear modelos de gestión de la felicidad basados en motivaciones individuales, tales como el reconocimiento, flexibilidad laboral; que permitan mantener colaboradores con un estado mental positivo con mayor productividad.

2.4 Estudios de Felicidad

Como se sabe, la felicidad es un constructo que en los últimos años se ha tratado de profundizar en gran medida, pero aún los estudios realizados son muy limitados. A continuación, se mostrará algunos de los principales estudios realizados en torno a la Felicidad, de mano de destacados investigadores a nivel nacional e internacional, lo que nos permitirá tener un mejor panorama del camino recorrido relacionado a este constructo, a lo largo de los últimos años.

Lyubomirsky & Lepper (1999) indicaron que, al usar un enfoque subjetivista en la evaluación de la felicidad, mediante un instrumento de medida de felicidad subjetiva, y al aplicarse a dos poblaciones distintas, una en Estados Unidos y la otra en Rusia, dio como

resultado una alta consistencia interna y estable en todas las muestras tomadas y una confiabilidad de buena a excelente. Quedando en discusión las ventajas de esta escala y los fundamentos para una nueva medida de felicidad. Al año siguiente, Diener, E. (2000) centró su análisis en el bienestar subjetivo (SWB), como un área de la psicología positiva, resaltando la importancia que tiene la adaptación y los objetivos de los sentimientos de bienestar, los fundamentos del temperamento del SWB y las influencias culturales, sobre el bienestar, los cuales pueden usarse para producir indicadores de felicidad. Sin embargo, señaló que las medidas de SWB, pueden estar contaminados por algún tipo de sesgo al momento de responder los diversos cuestionarios que tratan de medirla. Por ende, al tener un conocimiento reducido del SWB, esto se comporta como un limitante para recomendar inequívocamente, cómo aumentar la felicidad en las personas y en las sociedades.

Alarcón (2001) realizó una investigación para determinar las relaciones existentes entre la felicidad, el género, la edad y el estado conyugal, obteniendo resultados similares en edad y estado conyugal, a otros estudios realizados por otros autores. En el caso del género, encontró que no existen diferencias significativas, mostrando que las variables de felicidad y género no están asociadas, en otros estudios se concluyó que las mujeres son más felices que los hombres. En el caso de las edades, coincidió con otros estudios que las personas adultas entre 50 y 60 años (a más), tienen puntuaciones de felicidad más altas que las otras edades. Finalmente, sobre el estado conyugal, también coincidió con otros estudios que las personas casadas tienen niveles de felicidad más altos. Diener et al. (2003) refirió que el SWB incluye a la felicidad, y que los rasgos de la personalidad como el neuroticismo, la autoestima, la extraversión, entre otros, pueden influir considerablemente en los niveles de SWB, y en menor escala, algunos factores objetivos como la riqueza. También refirió que es difícil evaluar en todas las sociedades el SWB con una misma medida, para esto es necesario realizar cierto grado de validez intercultural.

Más adelante, Lyubomirsky, King & Diener (2005) señalaron que la felicidad está relacionada con resultados exitosos, el afecto positivo, que es una de las características principales del bienestar puede ser la causa de diversas características deseables con la felicidad. Las personas felices normalmente tienen éxito en los diversos ámbitos de la vida, tanto en lo personal como con el resto de las personas que lo rodean, ya que el vínculo felicidad-éxito se presenta no solo debido a que el éxito hace felices a las personas, sino que el afecto positivo genera éxito. Posteriormente, Alarcón (2006) desarrolló la Escala Factorial para Medir la Felicidad, en la cual se basa la presente investigación, en esta definió la felicidad como “un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado” (p.101). En contra de lo que dicen muchos economistas, que el dinero no compra la felicidad, Lee (2006) señaló que un mayor poder adquisitivo en las personas genera una mayor cantidad de felicidad en estas. Además, refirió que el argumento de que el dinero no incrementa la felicidad se está usando de manera extraña e intencional, para incrementar los impuestos y los gastos gubernamentales, ignorando por completo los beneficios que trae consigo el incremento de la riqueza adicional, tanto en lo personal como en lo social. Este argumento ha influenciado tanto en las personas, que la mayoría están de acuerdo que obtener más dinero no conduce a más felicidad, pero este efecto no es el mismo al de su comportamiento.

Yamamoto & Feijoo (2007) presentaron una propuesta alternativa a través de una metodología emica y post hoc, aplicada en comunidades rurales y urbano marginales, donde proponen algunos modelos alternativos de necesidades universales como la satisfacción, los recursos necesarios y los valores en las personas. Además, se observaron algunas variables como (a) metas y necesidades con tres principales necesidades, un lugar para vivir mejor, formar una familia y el desarrollo de esta, (b) la percepción del logro de las metas trazadas y la satisfacción de la vida, (c) los recursos, que fueron identificados como los medios

necesarios para conseguir las metas establecidas por las personas, (d) los valores establecido en dos factores, el colectivismo y el individualismo, y (e) la personalidad, determinada para este estudio en tres factores, mosca-ahuevado, buena gente y sociable y cálido. Asimismo, Jiménez & Moyano (2008) señalaron que nuestro actual mundo globalizado, hace que las personas tengan altas horas de permanencia en los centros de trabajo y el incremento de las mujeres en puestos altamente demandantes, afecta directamente en las familias, incrementándose considerablemente los conflictos entre familia y trabajo. Señalan además que los investigadores han desarrollado modelos, que evidencian la posibilidad que en las organizaciones se puede lograr un equilibrio adecuado entre el trabajo y la familia que permita mantener y generar mayores beneficios, tanto para la empresa, como para los trabajadores, en beneficio de la calidad de vida laboral y en general de los trabajadores y sus familias manteniendo el logro de los objetivos de las organizaciones.

Diener et al. (2010) desarrollaron The Flourishing Scale, que es una escala que les permitió dar una medida de bienestar, para evaluar el florecimiento psicológico y los sentimientos positivos y negativos en las personas. Ben-Shahar (2010) redactó una serie de ejercicios relacionados con la psicología positiva, para que puedan servir como guía a las personas, y que les permitan aplicarlos en su vida cotidiana para lograr alcanzar la felicidad. Refirió, además, que estos ejercicios estimularán el conocimiento genuino, que genera una riqueza al interior de las personas y los ayudará a comprender y relacionarse mejor con el mundo que lo rodea, y por consiguiente, a alcanzar la felicidad. Por otro lado, Alarcón (2010) relacionó a la felicidad con el progreso de las sociedades. En países que existen bajos ingresos, un elevado porcentaje de analfabetismo, desigualdad social y económica, además de otras variables negativas, los niveles de felicidad estimados encontrar, serán bajos. Por el contrario, en países desarrollados, las personas son más felices debido a que no existe pobreza, tienen cubiertas sus necesidades primarias y son personas realizadas en lo personal.

En consecuencia, propone la Teoría del Bienestar, con la finalidad de conseguir una sociedad más igualitaria en la redistribución del poder, del conocimiento y de los ingresos.

Ahn & Mochón (2010) analizaron una serie de factores explicativos sobre la felicidad en los españoles, entre los más resaltantes señalaron que las personas casadas son más felices que las personas divorciadas y viudas, que el progreso económico tiene un efecto positivo sobre la felicidad al igual que el optimismo y las expectativas positivas en la vida de las personas. El desempleo denota personas menos felices que las personas con empleo, la confianza que se genera hacia los demás, se relaciona positivamente con la felicidad y sobre la ética personal, las personas más honestas tienden a mostrarse más felices. Bohórquez, Lorenzo & García (2013) realizaron un estudio en España con la finalidad de investigar la felicidad en las personas mayores a 65 años en la actualidad y en el pasado, y la relación que pudiera tener la felicidad con la práctica de actividades físicas. Lograron evidenciar que las personas mayores a 65 años en la actualidad son menos felices que en el pasado, y que la práctica de actividad física influye en la felicidad de estas personas, un pasado de actividad física que se desarrolle de manera continua conlleva a personas más felices que personas con estilos de vida sedentarios.

Lyubomirsky (2014) trató sobre los mitos de la felicidad que las personas adultas se forman a lo largo de sus vidas, centrandose en dos premisas fundamentales: (a) "seré feliz cuando.....", esta premisa lleva a las personas a suponer que serán más felices cuando lleguen a alcanzar algo esperado, sin percatarse que los logros personales son muy gratificantes para las personas, pero no los hará felices por mucho tiempo, en este caso, las personas al no alcanzar la felicidad esperada, pueden pensar que está pasando algo en ellos que no es normal, y (b) "no seré feliz si/cuando...", esta premisa, por el contrario, es un mito que se presenta cuando a menudo en personas que tienen pensamientos negativos, ya que tienen la idea que no serán felices por diversos motivos, en estos casos las personas ven a la

felicidad como algo muy lejano, como algo que es para otras personas y no para ellos, lo que conlleva a pensar a estas personas, que jamás serán felices. Ambas premisas son analizadas en 10 momentos principales de la vida adulta de las personas.

Alarcón (2015) realizó un análisis de la felicidad en el tiempo, desde la época de las reflexiones filosóficas griega hasta nuestra actualidad. Concluyendo Los griegos la consideraban como la sabiduría, el placer o la combinación de ambos, el materialismo señalaba a la vida como una armonía de nuestros sentidos, y en la actualidad, se considera como un estado de satisfacción personal, más o menos duradera en el tiempo, al poseer un bien deseado. Concluye en que la felicidad se puede considerar como una meta que las personas tratan constantemente de alcanzar, como la alegría de vivir, la ausencia del sufrimiento profundo, la realización personal y la satisfacción con la vida. Además, Yamamoto (2015) en su tesis doctoral "Un Modelo de Bienestar Subjetivo para Lima Metropolitana", amplió sus estudios precedentes en zonas rurales y periurbanas basados en muestras no representativas, a un estudio desarrollado en la ciudad de Lima con una muestra representativa. En dicho estudio se pudo evidenciar el potencial de satisfacción de las metas y los valores de las personas, encontrando además un modelo híbrido de bienestar, basado en el estatus material de las personas y en las relaciones interpersonales de calidad de estas. También evidenció que para que las personas se sientan bien, es importante que se sientan amados, que tengan una aceptación social y que residan en un buen vecindario.

Seligman (2017) señaló que la Felicidad es un derecho legítimo de toda persona y que es poco probable que los niveles de felicidad cambien de forma continua, ya que cada persona tiene un rango de felicidad determinado. Además, indicó que nuevas investigaciones señalan que la felicidad se puede aumentar de forma duradera, sin embargo, existe la creencia de que la felicidad no es auténtica, Seligman está en contra de este dogma, calificándolo de dogma corrompido y refiriendo como su dogma más antiguo a la doctrina del pecado

original. En líneas generales, este dogma señala que todo acto positivo tiene su origen en actos o motivaciones negativas, en el pasado de las personas que lo realizan. En contraposición de este dogma corrompido, señaló que nuestra evolución se ha desarrollado basándonos en una dualidad de caracteres, existiendo rasgos buenos y malos, y una cantidad de roles adaptativos en el mundo, en la misma proporción, los cuales equiparan la balanza en un equilibrio natural. Señaló, además, que la psicología positiva tiene tres pilares: (a) el estudio de las emociones positivas, que se refiere a lo que sentimos, como la confianza, la seguridad y la esperanza, (b) el estudio de los rasgos positivos como las virtudes, las fortalezas, la inteligencia, entre otras, y (c) el estudio de las instituciones positivas como la libertad de información, el núcleo familiar, la democracia.

2.5 Estudios en otros Sectores

Se revisó estudios de investigación, de tipo descriptivo, comparativo y correlacional, en los cuales se empleó como instrumentos a la Escala Factorial para Medir la Felicidad e Índice Chamba. La revisión de dichos estudios, son contribuciones de los autores con respecto a la medición de la felicidad. En primer lugar, se mencionan estudios relacionados con el instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad en el sector de educación y en el sector industrial, y en segundo lugar, se destacó estudios realizados en el sector de seguridad estatal y salud, en los cuales se utilizó el instrumento de la Escala Chamba es Chamba.

En el sector educación Eugenio, Lachuma y Flores (2015) realizaron un estudio comparativo de la felicidad en la Universidad Privada de Tarapoto entre los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología y la Escuela de Administración. La muestra evaluada, estuvo conformada por un total de 199 estudiantes (100 de Psicología y 99 de Administración), para la recolección y análisis de datos utilizaron el instrumento la Escala Factorial para Medir la Felicidad. De dicho estudio, obtuvieron como resultados, que el 41% de los estudiantes de Psicología presentaron un nivel alto de felicidad, en comparación con el

28% de los estudiantes de Administración. Además, utilizaron la prueba de T de Student, en donde encontraron diferencias significativas sobre el nivel de felicidad de los estudiantes de Psicología ($X = 110.65$) en comparación con el nivel de felicidad de los estudiantes de Administración ($X = 100.09$).

Asimismo, Davey (2016) presentó un estudio descriptivo correlacional entre la felicidad y el engagement en estudiantes de centros de estudios superiores (Universidades e Institutos superiores), que trabajan en Lima. Contó con una muestra de 338 estudiantes de instituciones educativas superiores ubicadas en el distrito de Santiago de Surco. Para dicho estudio, utilizó como instrumento la Escala Factorial para Medir la Felicidad y sus cuatro factores: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir, también se utilizó el cuestionario de engagement, con sus componentes a) vigor, b) dedicación y c) absorción. Se obtuvo como resultado una relación directa y significativa entre la felicidad y engagement en estudiantes de nivel superior que trabajan en Lima; asimismo el 60% de estudiantes obtuvieron un nivel alto de engagement, a diferencia del 38% de estudiantes que lograron un nivel medio de felicidad. También se encontró correlación directa entre la variable felicidad y los componentes dedicación y vigor del engagement, y una correlación significativa entre las dimensiones sentido positivo y satisfacción con la vida, con los componentes dedicación y vigor del engagement.

Por otro lado, Fernandez (2017) realizó un estudio de tipo descriptivo, para determinar los niveles de felicidad en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Daniel Alcides Carrión de las carreras de Farmacia, Enfermería y Fisioterapia y Rehabilitación, para la recolección y análisis de datos utilizó como instrumento la Escala Factorial para Medir la Felicidad y sus cuatro factores: (a) sentido positivo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) alegría de vivir. Para ello, evaluó una muestra de 73 estudiantes del turno noche de los ciclos: cuarto, quinto y sexto. Se obtuvo como resultado que el 52% de

la muestra presentó un nivel de felicidad por debajo del promedio. Asimismo, se observó que un 49% de la muestra mencionaron que no han logrado las metas que son importantes para su vida, además indicaron no tener una felicidad plena y no haber logrado la realización personal.

En el sector industrial, Callalli (2017) realizó un estudio descriptivo correlacional, que consistió en evidenciar la relación entre la felicidad y satisfacción laboral en los trabajadores de una empresa industrial en la Provincia del Callao. En el estudio, participaron 216 trabajadores de ambos sexos, para la recolección de datos utilizó como instrumentos la Escala Factorial para Medir la Felicidad y la Escala de Satisfacción Laboral - ARG. Como resultado del análisis de datos, se evidenció una correlación directa positiva muy débil entre la felicidad y la satisfacción laboral.

También se revisaron estudios en el sector salud y seguridad, en el cual utilizaron como instrumento de medición el Índice Chamba. En este sentido, Rosales (2015) presentó un estudio, en el cual analizó la relación entre Satisfacción Laboral y Satisfacción con la Vida en trabajadores del rubro de salud de Lima Metropolitana. Evaluó una muestra de 90 trabajadores. En dicho estudio, utilizó tres instrumentos: la Ficha de Datos, Escala “Chamba es Chamba” y la Escala “Satisfacción con la vida”. Como resultados, se encontró una correlación positiva entre la satisfacción con la vida y el factor “un buen lugar para trabajar” de la satisfacción laboral. Este factor está compuesto por tres indicadores: a) capacitación para trabajar bien, la cual fortalece la autoeficacia y facilita el logro de metas, b) un ambiente de trabajo limpio y bonito, dichas condiciones de trabajo permiten trabajar con menos estrés y c) compañeros de trabajo organizados y cordiales, quienes ayudan a mejorar las relaciones interpersonales y sociales.

Romero (2017) realizó un estudio descriptivo correlacional entre la satisfacción laboral y satisfacción marital en los agentes de la Dirección de Investigación Criminal de

Lima Norte. El total de la muestra analizada fue de 250 agentes policiales, conformado por varones y mujeres, utilizó dos instrumentos para la recolección de datos: la Escala Chamba es Chamba y la Escala de satisfacción marital (ESM). Para analizar la relación entre las variables, utilizó el análisis estadístico de Rho de Spearman, obteniendo como resultado, que si existe una relación directa y significativa entre las variables satisfacción laboral y satisfacción marital en los agentes policiales de la dirección de investigación criminal.

2.6 El Sector de Telecomunicaciones

Breve Historia sobre las Telecomunicaciones. La historia de las telecomunicaciones en el Perú inició en el año 1857, cuando el estado peruano concedió la construcción de las líneas telegráficas entre Lima y Callao y entre Lima y Cerro de Pasco. Este sistema de comunicación se mantuvo como único medio de comunicación hasta el año 1888, cuando se produjo la primera comunicación telefónica entre las cámaras de senadores y diputados, ese mismo año, en el mes de septiembre, se entregó este servicio al público en general, al año siguiente se funda la Peruvian Telephone Company. Posteriormente, en 1920, se fundó la Compañía Peruana de Teléfonos, la cual resulta de su fusión con la Peruvian Telephone Company. En 1947, el entonces presidente de la República, José Luis Bustamante y Rivero, promulga el Reglamento Nacional de Telecomunicaciones, para los servicios privados de radiocomunicaciones. En 1958 se inaugura la Teleimpresión o Télex, entre Lima y Nueva York, y solo para tráfico internacional. En el año de 1968, el General Velasco Alvarado, creó el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, ya que lo consideraba como fundamental para el desarrollo y la seguridad nacional. En 1969 se creó la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, Entel Perú, y asume la implementación y operación de la estación Terrena Satelital de Lurín y en 1971, se promulgó la Ley General de Telecomunicaciones (Breve Historia de la Telecomunicaciones, 2003).

Hasta ese entonces, las telecomunicaciones estuvieron muy limitadas en el Perú, los servicios eran de baja calidad, las tarifas estaban subsidiadas, las empresas eran muy burócratas, con un excedente de colaboradores, y con poco desarrollo tecnológico. Hasta que, en febrero de 1994, el gobierno de Alberto Fujimori adjudicó a Telefónica del Perú, la buena pro para el manejo de las empresas, (a) Compañía Peruana de Teléfonos (CPT), y (b) Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel Perú), con un periodo de concurrencia limitada de cinco años, los cuales fueron establecidos entre junio de 1994 y junio de 1999. Posteriormente, en agosto de 1998, se dio lugar a la apertura del mercado de telecomunicaciones peruano, a través del decreto supremo 020-98-MTC, Lineamientos de Política de Apertura de las Telecomunicaciones. Esta apertura ha permitido que otras empresas ingresen al país para brindar los diversos servicios de telecomunicaciones, como telefonía fija, telefonía celular, datos, internet, VPN's, nube (cloud), entre otros servicios más que hoy en día son brindados por las diversas empresas de telecomunicaciones (Bossio, 2010).

Las Empresas de Telecomunicaciones más Resaltantes del Mercado Peruano. Entre las principales empresas de telecomunicaciones en el Perú, tenemos las siguientes: (a) Telefónica del Perú S.A., ingresó al mercado peruano en 1994, cuando se le adjudica la operación de las empresas estatales CPT y Entel Perú, en la actualidad es la empresa con mayor cantidad de clientes y brinda servicios de telefonía celular, fija, Internet, Datos, Data Centers, entre otros servicios más, su cobertura es a nivel nacional (Acerca de Telefonía del Perú, 2018), (b) América Móvil Perú S.A., con su nombre comercial de Claro, ingresó al mercado peruano en agosto del 2005, se dedica principalmente a atender al mercado de telefonía móvil en sus diversas modalidades, además brinda servicios residenciales de telefonía fija, cable e Internet. Su cobertura es a nivel nacional (Sobre Nosotros, 2018), (c) Entel Perú S.A., es una filial del grupo Entel Chile, adquirió a Nextel Perú en el año 2013 y

se lanzó al mercado peruano en octubre del 2014, atiende principalmente el mercado de la telefonía celular y tiene una cobertura a nivel nacional. Así como Americatel Perú S.A., es otra filial del grupo Entel Chile, inicia su operación en el Perú, el año 2002, lanzando al mercado de larga distancia el código 1977, posteriormente a incrementado su cartera de productos con telefonía fija, Internet, datos, Data Center, entre otros (Hitos de la Empresa, 2018), y (d) CenturyLink Perú S.A., es una empresa transnacional, con presencia en más de 60 países en el mundo, se encuentra operando en el país desde el año 2016, al adquirir la empresa Global Crossing Perú S.A. Los servicios que da son Internet, datos, Data Center, Telefonía IP, Cloud Connect, CDN, entre otros servicios, pero estos son brindados solo a nivel corporativo (Sobre Century Link, 2018).

Noticias Resaltantes del Sector de Telecomunicaciones. Entre las noticias más resaltantes de la actualidad del sector de telecomunicaciones tenemos: “Azteca Comunicaciones busca salir del Perú. El operador de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica (RDNFO), que es parte del grupo mexicano TV Azteca, estaría negociando una salida progresiva del país con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), según información interna de la empresa a la que Semana Económica tuvo acceso fortuitamente y otras fuentes del sector consultadas por esta revista”.

“El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), a través del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (FITEL), prevé adjudicar en este año, vía la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión), seis nuevos proyectos regionales de “Instalación de Banda Ancha para la Conectividad Integral y Desarrollo Social”, con un financiamiento de US\$ 665.4 millones, que incluye subsidio a la operación por 10 años.”

2.7 Resumen

En el presente capítulo, se presentaron las referencias bibliográficas. En primer lugar, se revisaron definiciones de felicidad, desde un punto vista eudaimoico y hedónico, así como

la relación de la felicidad en el campo laboral mediante la felicidad en el trabajo y la felicidad organizacional. Por otro lado, se revisaron teorías y perspectivas de la felicidad desde un punto de vista científico, filosófico, psicológico y económico. En segundo lugar, se revisaron algunos instrumentos e indicadores, dentro de los cuales se mencionó los siguientes instrumentos: (a) Escala Satisfaction With Life Scale (SWLS), (b) Escala de Felicidad Subjetiva (EFS), (c) Índice Chamba 1.0, (d) Escala Factorial de Medición de la Felicidad (EFMF), (e) Oxford Happiness Questionary, y (f) Authentic Happiness Inventory (AHI); así también se mencionaron los indicadores Grate Place to Work, Índice de Felicidad Nacional, Índice de Planeta Feliz y el Índice Mundial de Felicidad. En tercer lugar, se describieron algunos modelos de gestión de felicidad en las organizaciones, así como los factores y beneficios que influyen en la felicidad de los colaboradores; se indicó el modelo PERMA, desarrollado por Seligman y el Modelo HERO, desarrollado por Marisa Salanova, Llorens, Cifre y Martínez. En cuarto lugar, se mencionaron algunos estudios de felicidad realizados por los siguientes autores: Dinner, Alarcón, Yamamoto, Lyubomirsky, Ben-Shahar, Seligman, Lee, Ahn y Mochón, Jiménez y Moyano, Bohórquez, Lorenzo y García. Finalmente se referenció sobre el sector de telecomunicaciones.

2.8 Conclusiones

Concluimos que la felicidad, desde un punto de vista científico es denominado como bienestar subjetivo, el cual está compuesto por tres dimensiones: (a) satisfacción con la vida, (B) satisfacción del dominio y (c) satisfacciones positivas y negativas. Existen instrumentos y escalas de medición de felicidad o bienestar subjetivo desarrollados y validados por distintos autores; sin embargo, la aplicación de estos instrumentos debe tener en consideración el contexto en el cual son utilizados, ya que factores culturales y demográficos, pueden afectar la validez del instrumento. En este sentido, Reynaldo Alarcón y Jorge Yamamoto, desarrollaron y validaron dos instrumentos de medición de felicidad y satisfacción subjetiva,

adecuados a la realidad peruana. Asimismo, la felicidad permitió evidenciar que el concepto ha cobrado importancia en las organizaciones, es por ello que se han desarrollado estudios sobre modelos de gestión de felicidad, dentro de los cuales, se pueden mencionar a los modelos PERMA y HERO.



Capítulo III: Metodología

Continuando con el proceso de investigación, en este capítulo se revisará y explicará la metodología de investigación que se usó para identificar la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores en una empresa de telecomunicaciones, ubicada en la ciudad de Lima, en el año 2018.

3.1. Diseño de la Investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo y el diseño a desarrollar es de tipo no experimental transversal con alcance descriptivo. Este estudio se realizó a través de una encuesta que permitió realizar un análisis estadístico para identificar las características más resaltantes de la muestra, los resultados fueron analizados de acuerdo a la escala de valor indicada en los instrumentos de medición asados (a) Escala Factorial para Medir la Felicidad, y (b) Índice Chamba 1.0, los cuales permitieron identificar la felicidad en general y la felicidad en el trabajo de los colaboradores, respectivamente, de la empresa en estudio.

Según Hernández et al. (2014) indicó que una investigación tiene un enfoque cuantitativo, cuando utiliza determinados procesos para la recolección de datos de manera secuencial y probatoria que permitirá sustentar y probar las hipótesis y teorías, sobre la base de una medición numérica de datos reales recopilados y el análisis estadístico de estos que permitan determinar sus características más relevantes. En este sentido, la presente investigación es de tipo cuantitativo, debido a que se realizará una medición sistemática y objetiva de los resultados que se recolecten en las encuestas y se empleará un análisis estadístico para identificar las principales características sobre la felicidad de la muestra que se obtenga de la población de la empresa en estudio.

Sousa et al. (2007) señaló que “los diseños no experimentales no tienen determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación. El investigador observa lo que ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna” (p.2). Así también, se ha definido a

la investigación como no experimental transversal, debido a que la recolección de los datos de la muestra se realizará una sola vez y en un momento único en el tiempo durante el mes de agosto del año 2018, además, no se realizará ninguna manipulación previa en las variables a investigar, actuando sólo como observadores sobre las situaciones y condiciones ya existentes en la muestra. Para ampliar esta definición, se tiene, que el diseño de investigación no experimental se realiza sin alterar deliberadamente las variables de investigación y que el equipo de estudio actúa como ente observador de los fenómenos a investigar para analizarlos, y es transversal, ya que la recolección de los datos se realiza en un tiempo único, en otras palabras, es la fotografía de un momento definido (Hernández et al. 2014).

Finalmente, se define el alcance descriptivo, como todo estudio que tiene como fin, determinar las características y propiedades más resaltantes del fenómeno que se ha identificado en el proceso de investigación que se requiere analizar, y que permitirá identificar en el fenómeno investigado, cómo se presentan los conceptos más relevantes en la investigación que se realice (Gómez, 2006). El diseño de la investigación tiene un alcance descriptivo, ya que se detallarán las incidencias y los niveles encontrados de las variables a estudiar en los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones antes mencionada. Cabe indicar que en la empresa se hacen estudios para determinar la satisfacción laboral en los colaboradores, pero ninguna relacionada directamente con la felicidad. Introduciendo, el concepto de Hernández et al. (2014) indicó que el objetivo de los estudios descriptivos es especificar las propiedades y características más relevantes de algún fenómeno que se haya identificado y que se pretenda analizar, es decir; busca recolectar y/o medir información de manera independiente o conjunta, sobre el fenómeno identificado.

3.2. Población y Muestra

De acuerdo con lo indicado por Selltiz et al. (como se cita en Hernández et al., 2014) podemos definir a la población como el conjunto de casos con una serie de especificaciones

concordantes. Asimismo, Gonzáles y Salazar (2008) definieron a la población, como un conjunto de datos analizados por un determinado estudio estadístico. En resumen, podemos definir a la población o población estadística, como el conjunto general de elementos delimitados por determinadas características comunes o afines entre sus componentes, los cuales permitirán ser usadas como objeto de una investigación o estudio.

La presente investigación se centra en una población de 118 personas, las cuales laboran en una empresa de telecomunicaciones, que tiene sus oficinas en la ciudad de Lima, Perú. La empresa se divide en tres áreas fundamentales, (a) área administrativa, conformada por finanzas, contabilidad, administración, servicios generales, entre otras, (b) área de marketing y ventas, y (c) el área operativa/técnica, conformada por operaciones, data center, datos, telefonía, entre otras. El tamaño de la muestra está acotado por la cantidad mínima de individuos o colaboradores, que es necesario estudiar para determinar el nivel de confianza que cubra las expectativas de la investigación. Sobre el margen de error o intervalo de confianza, podemos decir que es la cantidad de error de muestreo aleatorio que se espera tener como máximo en una encuesta. Para nuestro caso, el tamaño de la muestra fue calculada con un 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error, obteniéndose como resultado, una muestra de 91 colaboradores, el cual nos permitió cumplir con la representatividad mínima que se requiere en base a los siguientes cálculos realizados:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + (z^2(p * q))/N}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza: 95%

p= Proporción de poblacional con la característica deseada: 0.5

q= Proporción de poblacional sin la característica deseada: 0.5

e= Máximo error tolerable: 5%

N = Tamaño de la población: 118

$$n = \frac{1.96^2(0.5 * 0.5)}{0.05^2 + (1.96^2(0.5 * 0.5))/118} = 90.27$$

El muestreo utilizado fue del tipo no probabilístico consecutivo, ya que la muestra seleccionada ha sido en un grupo específico, permitiendo al encuestado decidir si acepta responder la encuesta o no, lo que nos permitió analizar los temas en que se basa nuestra investigación, felicidad y satisfacción subjetiva, en las 3 variables seleccionadas, (a) género, (b) área de la empresa, y (c) ingresos. Este muestreo nos permitió cubrir los 91 colaboradores calculados en la muestra, de una población de 118 colaboradores, en el periodo de agosto a septiembre del año 2018.

3.3. Consentimiento Informado

Para desarrollar la investigación, se definió como población para la extracción de la muestra y determinar la felicidad, a una empresa de telecomunicaciones ubicada en la ciudad de Lima, Perú, donde uno de los integrantes del equipo de investigadores labora. Debido a que la investigación se desarrolló en un ente privado, se determinaron dos niveles de consentimiento, el de la empresa y el de los colaboradores. Para obtener el primer consentimiento, se tuvo una reunión con la gerencia de RRHH y se explicó el motivo de la investigación, en base a esto, se solicitó la autorización y apoyo en la difusión, para realizar la encuesta a los colaboradores de la empresa para describir la felicidad, además se le indicó que los resultados de dicho estudio serán entregados a su despacho con las recomendaciones. El segundo nivel de consentimiento está referido al colaborador, este consentimiento se observa al inicio de la encuesta tal como se muestra en el Apéndice A.

El inicio del proceso de la encuesta se inició con un mail que envió el área de RRHH a todo el personal de la empresa, explicando de manera clara, concisa y transparente, el motivo del estudio a realizarse y el impacto de la participación voluntaria de cada colaborador en el estudio académico. Además, se les indicó que no es una encuesta solicitada por la empresa para que el colaborador no sienta presión por sus respuestas, que la encuesta

es anónima, que el link proporcionado no es de la empresa, y que la información que se recopile será observada solo por el equipo encargado del estudio, de esta manera se asegurará la confidencialidad de la información que respondan los colaboradores.

3.4. Instrumento de Investigación

Se han seleccionado dos instrumentos para desarrollar la investigación, la Escala Factorial Para Medir La Felicidad, elaborado por Reynaldo Alarcón (2006) y el Índice Chamba 1.0, elaborado por Jorge Yamamoto Suda (2012).

3.4.1 Escala Factorial para Medir la Felicidad

Según la Escala Factorial para Medir La Felicidad contiene 27 ítems los cuales están detallados en el Apéndice B, los mismos que han sido diseñados, según la escala de tipo Likert, con cinco alternativas: (a) totalmente de acuerdo, (b) de acuerdo, (c) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (d) en desacuerdo, y (e) totalmente en desacuerdo. La puntuación estimada por cada respuesta es de 5 puntos en el extremo positivo de totalmente de acuerdo, reduciendo un punto a medida que la respuesta se vaya acercando más al lado más negativo, obteniendo el puntaje mínimo de 1 punto en la condición más negativa de totalmente en desacuerdo. Los factores identificados en la escala son cuatro: (a) Factor I, sentido positivo de la vida conformado por los ítems 26, 20, 18, 23, 22, 02, 19, 17, 11, 07 y 14; (b) Factor II satisfacción con la vida conformado por los ítems 04, 03, 05, 01, 06 y 10; (c) Factor III realización personal conformado por los ítems 24, 21, 27, 25, 09 y 08, y (d) Factor IV alegría de vivir conformado por los ítems 12, 15, 16 y 13. Cada factor obtiene una valoración de acuerdo a criterios de puntajes máximos y mínimos de la suma de los ítems que lo componen, de esta forma el puntaje total ubica al factor en una de las cuatro categorías establecidas como: (a) infeliz, (b) medianamente feliz, (c) feliz, y (d) altamente feliz. En la Tabla 1 se puede observar la guía para interpretar los resultados que puedan obtenerse en con el presente

instrumento, y se puede observar que en el caso de Factor I los puntajes altos denotan infelicidad contrariamente a los Factores II, III y IV.

Tabla 1

Normas de interpretación Escala Factorial para Medir la Felicidad

| | Infeliz | Medianamente Feliz | Feliz | Altamente Feliz |
|------------|----------|--------------------|---------|-----------------|
| Factor I | 52 a más | 39 a 51 | 25 a 38 | Menos de 24 |
| Factor II | 6 a 12 | 13 a 18 | 19 a 24 | 25 a más |
| Factor III | 6 a 12 | 13 a 18 | 19 a 24 | 25 a más |
| Factor IV | 4 a 8 | 9 a 12 | 13 a 16 | 17 a más |

3.4.2 Escala Índice Chamba 1.0

Yamamoto (2012) centró su estudio en la satisfacción de los colaboradores en el trabajo, considerando principalmente, las necesidades y la forma de ser de la cultura peruana, además de validarlo psicométricamente. El instrumento que propone se encuentra dividido en dos escalas, “se trabaja para vivir” y “chamba es chamba”, dividido en 32 ítems, los cuales están detallados en el Apéndice C, estos ítems cuentan con cuatro alternativas para cada escala, para la primera, se trabaja para vivir: (a) nada importante, (b) algo importante, (c) importante, y (d) muy importante; y para la segunda escala chamba es chamba: (a) nada, (b) poco, (c) regular, y (d) bastante. En las dos escalas se podrá calcular el índice de satisfacción subjetiva con el trabajo, la primera escala “se trabaja para vivir”, se encuentra dividida en cuatro factores que a su vez agrupan nueve indicadores, estos factores son: (a) chamba y sentirse bien, (b) chamba y buen lugar para vivir, (c) chamba y estatus, y (d) chamba y hogar. Por otro lado, la escala “Chamba es chamba” se divide en dos factores: (a) sentirse bien en el trabajo, y (b) un buen lugar para trabajar, que agrupan a seis indicadores.

El modo de calificación para las dos escalas sigue un mismo procedimiento. En primer lugar, la escala “se trabaja para vivir” cuenta con dos áreas; un área de expectativas en donde se evalúa la importancia de cada necesidad, y un área de percepción de logro en donde evalúa el grado de alcance de la necesidad. Para la calificación de esta escala se deben

promediar las puntuaciones de los ítems correspondientes a cada uno de los cuatro factores, para ambas áreas. De esta manera se obtendrán en total ocho resultados promediados, cuatro de expectativas y cuatro de percepción de logro. En segundo lugar, la escala “chamba es chamba” cuenta con dos áreas una de expectativa y una de percepción de logro y para obtener la calificación, se deben promediar las puntuaciones de los ítems correspondientes a cada uno de los dos factores, para ambas áreas, de esta forma se obtendrán en total cuatro resultados promediados, dos de expectativas y dos de percepción de logro.

Los resultados obtenidos en la calificación en las escalas permitirán calcular el índice de satisfacción subjetiva con respecto al trabajo, y ello se consigue evaluando cada factor mediante un contraste del puntaje promedio de la expectativa contra su percepción de logro. Por ejemplo, si se quiere hallar el índice de satisfacción subjetiva del factor chamba y sentirse bien, se debe de contrastar la calificación obtenida en el área de expectativa del factor chamba y sentirse bien vs el área de percepción de logro del factor chamba y sentirse bien. En el caso de una distribución normal, el manual de interpretación del Índice Chamba recomienda utilizar una prueba t de Student, para el caso de una distribución no normal, recomienda aplicar el contraste de Wilcoxon. También recomienda presentar una gráfica de barras de error para visualizar los resultados, de la expectativa vs la percepción de satisfacción. Se hace referencia a un gráfico con los ocho factores del índice se trabaja para vivir y otro grafico para los cuatro factores del índice chamba es chamba.

3.5. Recolección de Datos

La recolección de los datos para la investigación se realizó en una empresa de telecomunicaciones. Se siguieron los siguientes pasos para obtener la muestra de los datos requeridos, (a) se conversó con la gerencia de RRHH de la empresa y se explicó el trabajo de investigación, para lo cual se solicitó su apoyo para difundir la encuesta entre los colaboradores de la empresa, obteniéndose una respuesta positiva, (b) se elaboró el banco de

preguntas basado en los instrumentos de “Escala Factorial para Medir la Felicidad” de Alarcón (2006) y “El Índice Chamba 1.0” de Yamamoto (2012), (c) se elaboró el banco de preguntas en Google Forms, en formato amigable para el encuestado, (d) se envió mail a gerencia de RRHH de la empresa, solicitando que envíe el mail al 100% de la población, con el link de la encuesta, para que sea respondido por los colaboradores, previo consentimiento de la misma, (e) posteriormente, se procedió a examinar la información recolectada.

Es importante mencionar que, para el desarrollo de la investigación, los colaboradores fueron informados que dicha encuesta será respondida de manera anónima; asimismo, que la resolución de esta les tomará alrededor de 10 minutos. No existen respuestas buenas ni malas, todas las preguntas deben ser respondidas con sinceridad, veracidad y con seguridad de que los resultados obtenidos serán sólo para uso académico. Los resultados finales y las recomendaciones serán mostrados al área de Recursos Humanos de la empresa de manera informativa, para que evalúen las acciones a tomar.

3.6. Análisis de Datos

Con los datos recolectados, se realizará la codificación de la información obtenida y se tabularán para identificar la felicidad en las áreas de la empresa y la satisfacción subjetiva en relación con las áreas, género y sueldos. Dicho análisis se realizará con ayuda de la herramienta Excel y el uso del software estadístico JASP software gratuito desarrollado por la universidad de Amsterdam. Las pruebas estadísticas que se realizarán son: (a) Prueba de Normalidad de Shapiro-Wild, para ambos instrumentos, (b) prueba de rangos con signos de Wilcoxon (muestras relacionadas o pareadas), para el Índice Chamba 1.0, y (c) Prueba de Kruskall-Wallis, para la Escala Factorial para Medir la Felicidad.

Los datos recolectados con el instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad serán puntuados para obtener un indicador por cada encuestado correspondiente a cada dimensión, y en base a ella se describirán los cuatro indicadores de felicidad: (a) infeliz, (b)

medianamente feliz, (c) feliz, y (d) altamente feliz. Asimismo, con el instrumento Índice Chamba 1.0 se realizará una puntuación que se obtendrá con el promedio de las puntuaciones individuales, que corresponden a cada uno de los cuatro factores para las dos escalas, se trabaja para vivir y chamba es chamba. El área de expectativas evaluará la importancia de las necesidades y el área de percepción de logro evaluará el grado de alcance de estas.

Así mismo, en los cálculos estadísticos del instrumento Índice Chamba 1.0, se ha determinado si los colaboradores se encuentran satisfechos o insatisfechos, en relación de sus logros con sus expectativas. Se ha considerado que para aceptar la hipótesis nula (H_0) el p-valor debe ser mayor a 0.05, esto quiere decir que el logro y la expectativa son similares, su interpretación es que los colaboradores se encuentran satisfechos en el factor evaluado. La hipótesis alternativa (H_1) es aceptada, si el p-valor es menor a 0.05, en este caso se verificará en el coeficiente de correlación, si el logro es menor o mayor que la expectativa. Si el logro es menor que la expectativa, se interpreta que los colaboradores se encuentran insatisfechos en el factor evaluado; si el logro es mayor que la expectativa, se interpreta que los colaboradores se encuentran satisfechos en el factor evaluado. Finalmente se concluye que los colaboradores se encuentran satisfechos si sus logros son iguales o mayores que sus expectativas.

3.7. Validez y Confiabilidad

Según Monje (2011) la validez es el grado en que un instrumento mide lo que realmente debe de medir, por tal motivo recomienda que, para garantizar la validez de un instrumento, se debe diseñar cuando las variables han sido claramente identificadas. De acuerdo con Hernández et al. (2014) refirió que la validez es el grado en que un instrumento de investigación realmente mide la variable que se requiere medir y no otra que pueda llevar a errores. Por lo anteriormente indicado, podemos definir a la validez, como el grado que tiene un instrumento de investigación, para medir lo que realmente se pretende medir.

Al hablar de confiabilidad, Monje (2011) señaló que “se refiere a la capacidad del instrumento para arrojar datos o mediciones que correspondan a la realidad que se pretende conocer, o sea, la exactitud de la medición, así como la consistencia o estabilidad de la medición en diferentes momentos” (p.165). Por otro lado, Hernández et al. (2014), indicó que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200). Se concluye que la confiabilidad, es el grado en que los instrumentos de investigación obtengan resultados consistentes, coherentes y sustentables.

La validez del instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, ha sido tomada de la misma investigación del autor original, Reynaldo Alarcón (2006), quien le da un enfoque desde dos puntos de vistas distintos, primero se sustenta en investigaciones que evidencian relación entre la felicidad y las variables de personalidad y afectos positivos y negativos, y en el segundo enfoque trata de determinar, mediante un análisis factorial, su estructura interna. A continuación, el detalle de lo señalado por el autor:

“Correlaciones entre la Escala de Felicidad y variables de personalidad. Estimamos las correlaciones entre la Escala de Felicidad con las escalas de extraversión y neuroticismo del Inventario de Personalidad de Eysenck, EPI (Anicama (1985), en una muestra de 298 estudiantes universitarios que no pertenecían a la muestra general. Entre la Escala de Felicidad y extraversión se encontró una correlación alta y significativa ($r=.378$; $p<.01$); con neuroticismo la correlación fue negativa y alta ($r=-.450$; $p<.01$). Nuestros resultados confirman los obtenidos por Francis, Brown, Lester, y Philipchalk (1998) en estudiantes del Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Australia, quienes absolvieron el Oxford Happiness Inventory y la forma abreviada revisada del Eysenck Personality Questionnaire (EPQ). Encontraron, en todas las muestras, correlaciones significativas y positivas entre felicidad y extraversión y

correlaciones significativas negativas entre felicidad y neuroticismo. Francis (1999) halló que los puntajes del Oxford Happiness Inventory correlacionaban positivamente con la escala de extraversión de la forma abreviada del Eysenck Personality Questionnaire y estaban negativamente relacionados con la escala de neuroticismo. Hills & Argyle (2002), al presentar el Oxford Happiness Questionnaire (OHQ), reexaminaron la relación entre el OHI y el Eysenck Personality Questionnaire; encontraron una sustancial correlación entre puntuaciones del OHI y extraversión (.61, $p < .001$); idéntico valor obtuvieron con el OHQ. La correlación entre el OHI y la escala de neuroticismo fue negativa y alta (-.56; $p < .001$); un valor igualmente negativo se obtuvo entre OHQ y neuroticismo (-.59; $p < .001$). De estos datos se infiere que la extraversión es un buen predictor de la felicidad, en tanto que el neuroticismo, como conducta negativa, no favorece la felicidad.

Correlaciones entre Felicidad y Afectos Positivos y Negativos. La validez concurrente de los inventarios de felicidad a menudo se verifica mediante la correlación con escalas de afectos. La Escala de Felicidad la hemos correlacionado con una Escala de Afectos Positivos y Negativos, desarrollada por el presente autor (Alarcón, 2003); está integrada por ocho ítems de afectos positivos (de Cronbach = .90) y por ocho negativos (de Cronbach = .83). La correlación de Pearson entre los puntajes de felicidad y afectos positivos es positiva y significativa ($r = .48$; $p < .01$). Entre felicidad y afectos negativos la correlación fue significativa y negativa ($r = -.51$; $p < .01$). En ambos casos, se han encontrado las correlaciones esperadas. Nuestros resultados confirman los hallazgos encontrados por Argyle y Crossland (1987); Pavot, Diener, y Fugita, (1990); Seidlitz y Diener (1993); Mroczek y Kolarz (1998). Alarcón (2000) halló una correlación altamente significativa entre satisfacción con la vida y frecuencia de afectos positivos ($r = .406$; $p < .01$). Los resultados obtenidos de

correlacionar las puntuaciones de la Escala de Felicidad con introversión y neuroticismo y con afectos positivos y negativos, apoyan la validez de construcción de la Escala.

Validez Factorial de la Escala. La validez de constructo fue evaluada mediante análisis factorial. El análisis de componentes principales identificó cuatro componentes con valores Eigen que varían de 1.50 a 8.59; el primer componente explica el 31.82% de la varianza, en tanto que los cuatro componentes sumados explican el 49.79 % de la varianza total. La rotación ortogonal (Varimax) de la matriz de componentes, ha agrupado coherentemente los 27 elementos en cuatro factores independientes. El factor 1 agrupa 11 ítems; los factores 2 y 3 tienen cada uno seis ítems; y el factor 4 reúne cuatro ítems” (p.102-103).

La validación del instrumento Índice Chamba 1.0, fue tomada de la misma investigación del autor original, Jorge Yamamoto (2012), quien divide su validación en dos partes, primero realiza la identificación de las necesidades culturalmente validadas y posteriormente realiza el análisis del Índice Chamba 1.0. A continuación, el detalle de lo señalado por el autor:

“Identificación de las necesidades culturalmente validadas

Sobre la base de 254 entrevistas abiertas se identificaron los ítems de una prueba piloto de satisfacción subjetiva de vida para Lima Metropolitana. La aplicación de ésta a una muestra de 502 participantes, en un muestreo probabilístico con un error de 95%, $\pm 4.37\%$, encontró 4 factores de necesidades: Sentirse bien, Buen lugar para vivir, Estatus y Hogar (Yamamoto, 2010).

Índice Chamba 1.0.

Sobre esta base se derivaron cuatro factores de la contribución del trabajo a la satisfacción con la vida: Chamba y Sentirse bien, Chamba y Buen lugar para vivir,

Chamba y Estatus y Chamba y Hogar. De forma adicional, se derivaron dos factores de satisfacción subjetiva con el trabajo: Sentirse bien en el trabajo y un Buen lugar para trabajar. Se evaluó el instrumento piloto para asegurar su comprensión en todos los grupos laborales y posteriormente se aplicó a una muestra de 324 participantes. La aplicación fue virtual y se obtuvo la muestra enviando la invitación a participar en el estudio a través de diferentes listas de correos y redes sociales.

Se aplicó la técnica del análisis factorial confirmatorio, encontrando buenas propiedades psicométricas para la escala “Se trabaja para vivir” [$\chi^2(21, N = 325) = 30.5, p = .082, CFI = .981, RMSEA = .037$] y muy buenas propiedades psicométricas para la escala “Chamba es Chamba” [$\chi^2(8, N = 324) = 11.14, p = .194, CFI = .990, RMSEA = .035$]. Esta es la primera escala psicométrica que evalúa la satisfacción laboral y el impacto del trabajo en la satisfacción con la vida, utilizando indicadores validados en la cultura peruana. La presente versión es válida para Lima metropolitana. Como se mencionó al inicio del documento, se está realizando un estudio para una versión válida en el ámbito nacional” (p.12-13).

3.8. Resumen

En el presente capítulo, se presentó el diseño de la investigación, el cual fue de tipo cuantitativo no experimental transversal y con un alcance descriptivo, que se realizó sobre una población de 118 personas que laboran en una empresa de telecomunicaciones, ubicada en Lima, Perú, cuya muestra no probabilística calculada fue de 91 personas, a las cuales se les aplicó dos instrumentos de medición de felicidad: Escala Factorial para Medir la Felicidad e Índice Chamba 1.0, ambos instrumentos se consolidaron en una encuesta de tipo virtual, difundida por la Gerencia de Recursos Humanos. Además, se detalló la interpretación de cada instrumento, así como su validez y confiabilidad.



Capítulo IV: Presentación de Resultados

En este capítulo se presentarán los resultados que responden a los objetivos y preguntas de la investigación basados en los instrumentos Escala Factorial para Medir la Felicidad (EFMF), desarrollado por Reynaldo Alarcón, y el Índice Chamba 1.0, elaborado por Jorge Yamamoto. En primer lugar, se presentarán los resultados de la información general de las variables demográficas obtenida de la muestra. En segundo lugar, se presentan los resultados sobre las preguntas generales obtenidas en base a cada instrumento y sus respectivas dimensiones y escalas. Finalmente, se presentan los resultados sobre las preguntas específicas obtenidas en base a cada instrumento y sus respectivas dimensiones y escalas.

4.1 Perfil de Informantes

La muestra estuvo conformada por 91 colaboradores, los cuales fueron encuestados vía electrónica y se obtuvieron 91 respuestas entre los meses de agosto y setiembre; la muestra está conformada por 18 mujeres y 73 hombres, cuyas edades oscilan entre 20 y 61 años, de los cuales 19 son solteros, 53 casados, 7 separados y 12 convivientes. Por otro lado, los colaboradores se distribuyen en tres áreas: (a) el área operativa/técnica con 48 personas, (b) el área administrativa con 25 personas, y (c) el área de marketing y ventas con 18 personas. Así mismo se verificó que el grado de instrucción mínimo de los colaboradores es técnico y el máximo estudio alcanzado fueron estudios diversos de postgrado, además se verificó cuatro rangos de permanencia en la empresa, menor a 3 años con 14 colaboradores, menor a 5 años con 21 colaboradores, menor a 10 años con 21 colaboradores y menor a 20 años con 35 colaboradores, y los rangos de remuneraciones oscilan entre S/.5000.00 y S/.20000.00.

4.2 Confiabilidad Interna del Instrumento

En el presente estudio se utilizó alfa de Crombach para estimar la fiabilidad de los instrumentos utilizados, cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a uno mayor es la

consistencia interna de los ítems analizados. Los instrumentos empleados para medir las dos escalas del impacto del trabajo en la satisfacción del colaborador y las dimensiones de la felicidad presentaron una consistencia interna aceptable con un alfa mayor a 0.7, tal como se muestran en la Tabla 2 y Tabla 3.

Tabla 2

Alfa de Cronbach dimensiones Escala Factorial para Medir la Felicidad

| Dimensiones | Alfa de Cronbach |
|--------------------------|-------------------------|
| Sentido Positivo | 0.755 |
| Satisfacción con la vida | 0.796 |
| Realización Personal | 0.703 |
| Alegría de Vivir | 0.825 |

Tabla 3

Alfa de Cronbach escalas Indice Chamba

| Dimensiones | Alfa de Cronbach |
|--|-------------------------|
| Escala se trabaja para vivir (Expectativa) | 0.796 |
| Escala se trabaja para vivir (Logro) | 0.812 |
| Escala Chamba es Chamba (Expectativa) | 0.788 |
| Escala Chamba es Chamba (Logro) | 0.823 |

4.3 Resultados sobre las Preguntas Generales

4.3.1 Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento EFMF

Al analizar los resultados obtenidos de la muestra, en base al instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, se pudo verificar: (a) que el 88.6% de los colaboradores se encuentran en estado altamente felices con respecto al factor sentido positivo, e indican ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial, (b) el 69.3% de los colaboradores se encuentran en estado feliz con respecto al factor satisfacción con la vida, o satisfacción por la posesión de los bienes deseados, (c) el 72.7% de los colaboradores se encuentran en estado feliz con respecto al factor realización personal, y (d) el 66.4% de los colaboradores se encuentran altamente felices con respecto al factor alegría de vivir, por

consiguiente, generalmente se sienten bien. El detalle porcentual de los puntajes obtenidos en cada factor, se detallan en la Tabla 4.

Tabla 4

Factores de la escala de felicidad

| | Sentido Positivo % | Satisfacción con la vida % | Realización Personal % | Alegría de Vivir % |
|--------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Infeliz | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Medianamente feliz | 0.0 | 6.8 | 15.9 | 0.0 |
| Feliz | 11.4 | 69.3 | 72.7 | 38.6 |
| Altamente feliz | 88.6 | 23.9 | 11.4 | 61.4 |
| Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

4.3.2 Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice

Chamba 1.0

Para analizar los resultados obtenidos de la muestra, en base al instrumento Índice Chamba 1.0, se mostraron los resultados de las dos escalas, “se trabaja para vivir” y “chamba es chamba”. Por consiguiente, los resultados de la escala “se trabaja para vivir”, los cuales se observan en la Figura 2, evalúa el impacto del trabajo en la satisfacción con la vida a través de las expectativas de las personas y los logros percibidos en aspectos como la autoestima de las personas, la salud, amar y sentirse amado y, el hogar.

En primer lugar, se observó que la expectativa del factor chamba y sentirse bien, de la muestra es de 3.54 y la percepción de logro de 3.46 el cual es menor, en este sentido, se puede decir que la expectativa se ha cubierto en un 97.86% y no se han cubierto en un 2.14%, de los encuestados; sin embargo, podemos concluir que no se ha alcanzado la satisfacción plena de este factor. En el segundo factor, chamba y buen lugar para vivir, las expectativas y la percepción de logro tienen una puntuación de 3.26 y 3.38 respectivamente, lo cual indica que sus expectativas han sido superadas en un 103.66%. En el tercer factor, chamba y estatus, las expectativas tienen la menor puntuación, con 2.64, y la percepción del logro puntúan en 3.14, lo que quiere decir que los empleados perciben haber logrado mucho más de lo que

tenían como expectativa sobre este factor y lo confirma la ratio de 118.97%. Finalmente, en el cuarto factor chamba y hogar, se obtuvo una puntuación de 3.58 para las expectativas y para la percepción de logro de 3.38, lo cual indica que la cobertura de las expectativas se ha cubierto en un 94.29% y no se han cubierto en un 5.71%, sin embargo, podemos concluir que no se ha alcanzado la satisfacción plena de este factor.



Figura 2. Resultados del Índice Chamba, escala “se trabaja para vivir”.

De forma general, los colaboradores de la empresa sienten que no se alcanzó la percepción plena de logro en dos factores y se superaron las expectativas en los otros dos factores restantes; en primer lugar los factores que no alcanzaron la satisfacción plena: (a) chamba y sentirse bien, denota que la contribución del trabajo no provee las condiciones necesarias para ayudar a los colaboradores en tener una sensación de bienestar personal en un 2.14% de la muestra; y (b) chamba y hogar, denota que la contribución del trabajo para con el hogar, no cubre las expectativas que los colaboradores demandan, en un 5.71% de la muestra. Por el contrario, los factores que superan las expectativas: (a) buen lugar para vivir, se evidencia que los colaboradores perciben que el aporte del trabajo con respecto a lo esperado en tener un buen lugar para vivir con sus familias, a sobre pasado sus expectativas; y (b)

chamba y estatus, se evidencia que la contribución del trabajo para alcanzar un estatus, que a su vez les permitirá obtener movilidad propia y buen vestir, ha superado sus expectativas.

Los resultados de la escala “chamba es chamba”, se detallan en la Figura 3. Esta escala evalúa la satisfacción laboral y al igual que la escala anterior lo hace a través de las expectativas de las personas y los logros percibidos por las mismas en aspectos como salir adelante, trabajar en lo que a uno le gusta, tener un ambiente de trabajo limpio, recibir inducciones para desempeñarse bien en el trabajo y tener compañeros organizados. En primer lugar, se observa que la expectativa del factor sentirse bien en el trabajo es de 3.71 superior a la percepción de logro, el cual alcanzó una puntuación de 3.50, ello indica que el 5.72% de los colaboradores perciben que no se están cubriendo sus expectativas en esta escala, y el 94.28%, perciben que si se están cubriendo las expectativas de satisfacción en este factor, por consiguiente, podemos concluir que no se ha alcanzado la satisfacción plena de este factor. El segundo factor analizado es un buen lugar para trabajar, que evidencia una puntuación de 3.46 para las expectativas y 3.42 para la percepción del logro, lo que nos permite señalar que el indicador de satisfacción no se llega a cubrir en 1.23%, mientras que el 98.77% si está cubriendo sus expectativas de un buen lugar para trabajar, sin embargo, podemos concluir que no se ha alcanzado la satisfacción plena de este factor.

De forma general, podemos indicar que los colaboradores de la empresa muestran que la percepción de logro en los dos factores no llegan a cubrirse en su totalidad: (a) Sentirse Bien en el Trabajo, denota que el 5.72% de los colaboradores no se sienten satisfechos en su trabajo, mientras que el 94.28% si lo están; y (b) Un Buen Lugar para Trabajar, denota que el 1.23% de los colaboradores no se sienten satisfechos con el lugar en el que desempeñan sus actividades, mientras que el 98.77% si lo están.

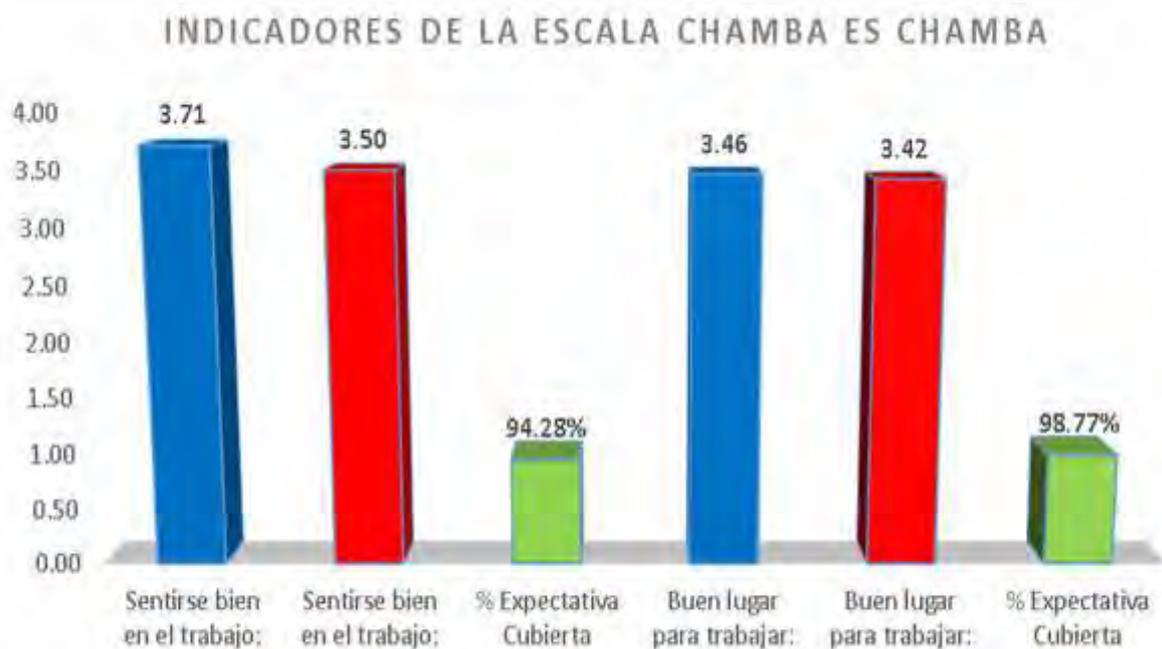


Figura 3. Resultados de Índice Chamba escala “Chamba es Chamba”.

Todos los factores de ambas escalas, “Se trabaja para vivir” y “Chamba es Chamba”, no tienen distribución normal ($p < 0.05$), por lo que se empleará la prueba no paramétrica de Wilcoxon, de rangos con signos, esto se puede observar en la Tabla 5.

Tabla 5

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de los factores de las dos escalas del índice Chamba

| | Prueba Estadística S-W | P-Valor |
|--|-------------------------------|----------------|
| Expectativa Chamba y sentirse bien | 0.839 | 0.000 |
| Logro Chamba y sentirse bien | 0.863 | 0.000 |
| Expectativa Chamba y buen lugar para vivir | 0.884 | 0.000 |
| Logro Chamba y buen lugar para vivir | 0.856 | 0.000 |
| Expectativa Chamba y estatus | 0.938 | 0.000 |
| Logro Chamba y estatus | 0.866 | 0.000 |
| Expectativa Chamba y hogar | 0.793 | 0.000 |
| Logro Chamba y hogar | 0.847 | 0.000 |
| Expectativa Sentirse bien en el trabajo | 0.806 | 0.000 |
| Logro Sentirse bien en el trabajo | 0.866 | 0.000 |
| Expectativa Buen lugar para trabajar | 0.892 | 0.000 |
| Logro Buen lugar para trabajar | 0.899 | 0.000 |

Con respecto a la escala se trabaja para vivir, los trabajadores perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, y les ha permitido alcanzar un estatus; sin embargo, un porcentaje reducido

de colaboradores, perciben que su trabajo no ha contribuido con su hogar; es decir, se encuentran insatisfechos con respecto a este factor, ello se puede observar en la Tabla 6.

Tabla 6

Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir.

| Ítem | Prueba Estadística de W | P-valor | Resultado |
|---|--------------------------------|----------------|------------------|
| Logro Chamba y Sentirse Bien-Expectativa Chamba y Sentirse Bien | 783.5 | 0.2409 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Buen Lugar para Vivir-Expectativa Chamba y Buen Lugar para Vivir | 1070 | 0.04636 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Estatus-Expectativa Chamba y Estatus | 2090 | 0.0000 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Hogar-Expectativa Chamba y Hogar | 474.5 | 0.0037 | Insatisfecho |

Con respecto a la escala chamba es chamba, los trabajadores perciben que no han logrado sentirse bien en el trabajo de acuerdo con sus expectativas, están insatisfechos con respecto a este factor. Sin embargo, perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas, ello se puede observar en la Tabla 7.

Tabla 7

Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala chamba es chamba.

| | Prueba Estadística de W | P-valor | Resultado |
|---|--------------------------------|----------------|------------------|
| Logro Sentirse Bien en el Trabajo-Expectativa Sentirse Bien en el Trabajo | 411.5 | 0.0003 | Insatisfechos |
| Logro Buen Lugar para Trabajar-Expectativa Buen Lugar para Trabajar | 979 | 0.5396 | Satisfechos |

4.4 Resultados sobre las Preguntas Específicas

4.4.1 Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, por sus Variables Demográficas

El análisis porcentual desarrollado, nos ha permitido mostrar el comportamiento de la escala de felicidad en la variable demográfica área, la cual se encuentra dividida en las tres áreas de la empresa, Administrativa, Operativa/Técnica y Marketing y Ventas.

En la tabla 8 se detallan los factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área Administrativa, del área Operativa/Técnica y del área de Marketing & Ventas. Sobre el área Administrativa se puede observar que los valores porcentuales más elevados dan la tendencia del factor, en ese sentido podemos señalar que: (a) en el factor sentido positivo, se evidencia que el 87.5% de los colaboradores se encuentran en estado altamente felices, lo cual indica ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial, (b) en el factor satisfacción con la vida, se evidencia que el 70.8% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, o que se encuentran satisfechos por la posesión de los bienes deseados, (c) en el factor realización personal, se evidencia que el 62.5% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, y (d) en el factor alegría de vivir, se evidencia que el 66.7% de los colaboradores se encuentran en estado altamente feliz, lo que denota que son personas que señalan que vivir es maravilloso y que generalmente se sienten bien.

Sobre los factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área Operativa/Técnica, de donde podemos observar que los valores porcentuales más elevados dan la tendencia del factor, en ese sentido podemos señalar que: (a) en el factor sentido positivo, se evidencia que el 87.2% de los colaboradores se encuentran en estado altamente felices, lo cual indica ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial, (b) en el factor satisfacción con la vida, se evidencia que el 70.2% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, o que se encuentran satisfechos por la posesión de los bienes

deseados, (c) en el factor realización personal, se evidencia que el 72.5% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, y (d) en el factor alegría de vivir, se evidencia que el 53.2% de los colaboradores se encuentran en estado altamente feliz, lo que denota que son personas que señalan que vivir es maravilloso y que generalmente se sienten bien.

Sobre los factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área de Marketing & Ventas, de donde podemos observar que los valores porcentuales más elevados dan la tendencia del factor, en ese sentido podemos señalar que: (a) en el factor sentido positivo, se evidencia que el 94.1% de los colaboradores se encuentran en estado altamente felices, lo cual indica ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial, (b) en el factor satisfacción con la vida, se evidencia que el 64.7% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, o que se encuentran satisfechos por la posesión de los bienes deseados, (c) en el factor realización personal, se evidencia que el 88.2% de los colaboradores, se encuentran en estado feliz, y (d) en el factor alegría de vivir, se evidencia que el 76.5% de los colaboradores se encuentran en estado altamente feliz, lo que denota que son personas que señalan que vivir es maravilloso y que generalmente se sienten bien.

La felicidad de las tres áreas de trabajo difiere unas de otras, en los cuatro factores, sentido positivo, satisfacción con la vida, realización personal y alegría de vivir; pero existen algunas similitudes entre las tres áreas, en el factor sentido positivo, y en menor proporción en el factor alegría de vivir.

Aplicando análisis estadísticos, podemos determinar que todos los factores de la escala de felicidad no tienen distribución normal ($p < 0.05$), por lo que para comparar todas las áreas se empleará la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis, ello se puede observar en la Tabla 9 y Tabla 10.

Tabla 8

Factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área administrativa

| | | Infeliz % | Medianamente Feliz % | Feliz % | Altamente Feliz % | Total % |
|-------------------------------|---------------------------------|------------------|-----------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| Administrativa | Sentido Positivo | 0.00 | 0.00 | 12.50 | 87.50 | 100.00 |
| | Satisfacción con la Vida | 0.00 | 4.20 | 70.80 | 25.00 | 100.00 |
| | Realización Personal | 0.00 | 16.70 | 62.50 | 20.80 | 100.00 |
| | Alegría de Vivir | 0.00 | 0.00 | 33.30 | 66.70 | 100.00 |
| Operativa/Técnica | Sentido Positivo | 0.00 | 0.00 | 12.80 | 87.20 | 100.00 |
| | Satisfacción con la Vida | 0.00 | 10.60 | 70.20 | 19.10 | 100.00 |
| | Realización Personal | 0.00 | 19.10 | 72.30 | 8.50 | 100.00 |
| | Alegría de Vivir | 0.00 | 0.00 | 46.80 | 53.20 | 100.00 |
| Marketing & Ventas | Sentido Positivo | 0.00 | 0.00 | 5.90 | 94.10 | 100.00 |
| | Satisfacción con la Vida | 0.00 | 0.00 | 64.70 | 35.30 | 100.00 |
| | Realización Personal | 0.00 | 5.90 | 88.20 | 5.90 | 100.00 |
| | Alegría de Vivir | 0.00 | 0.00 | 23.50 | 76.50 | 100.00 |

Tabla 9

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de los factores de la escala de felicidad

| | Prueba Estadística | P-Valor |
|--------------------------|---------------------------|----------------|
| Sentido Positivo | 0.368 | 0.000 |
| Satisfacción con la Vida | 0.702 | 0.000 |
| Realización Personal | 0.699 | 0.000 |
| Alegría de Vivir | 0.617 | 0.000 |

Tabla 10

Asociación de felicidad de las tres áreas en los cuatro factores

| | Prueba estadística Kruskal-Wallis | P-Valor |
|--------------------------|--|----------------|
| Sentido Positivo | 0.622 | 0.733 |
| Satisfacción con la Vida | 2.76 | 0.252 |
| Realización Personal | 1.084 | 0.582 |
| Alegría de Vivir | 6.904 | 0.032 |

Al analizar el factor alegría de vivir, podemos verificar que no existen diferencias significativas entre la felicidad del área administrativa y marketing y ventas ($p > 0.05$), mientras que la felicidad en las áreas administrativa y marketing y ventas, es superior a la felicidad del área Operativa/Técnica; los detalles se pueden verificar en la Tabla 11.

Tabla 11

Asociación de felicidad de las tres áreas en el factor alegría de vivir

| Comparación | | Prueba estadística K-W | P-Valor |
|--------------------|--------------------|-------------------------------|----------------|
| Administrativa | Marketing y Ventas | -0.202 | 0.42 |
| | Operativa/Técnica | 2.126 | 0.017 |
| Marketing y Ventas | Operativa/Técnica | 2.11 | 0.017 |

4.4.2 Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice

Chamba 1.0, por sus Variables Demográficas

En la Tabla 12 se detalla la comparación entre la percepción del logro y su expectativa para los factores de la escala se trabaja para vivir, de los colaboradores de las tres áreas de la empresa, Administrativa, Operativa/Técnica y Marketing & Ventas. En primer lugar, los colaboradores del área Administrativa perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, y perciben que su trabajo les ha permitido alcanzar un estatus, por lo que en estos tres factores se ha cubierto las expectativas; sin embargo, perciben que no ha contribuido con su hogar, es decir se encuentran insatisfechos. En segundo lugar, con respecto a los colaboradores del área Operativa/Técnica, perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de

bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, ha contribuido con su hogar, y les ha permitido alcanzar un estatus cubriendo todas sus expectativas en los cuatro factores de la escala se trabaja para vivir. Por último, con respecto a los colaboradores del área Marketing y Ventas, perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, ha contribuido con su hogar, y perciben que su trabajo les ha permitido alcanzar un estatus, de acuerdo con sus expectativas.

En la Tabla 13 se detalla la comparación entre la percepción del logro y su expectativa para los factores de la escala chamba es chamba, de los colaboradores de las tres áreas de la empresa, Administrativa, Operativa/Técnica y Marketing & Ventas. En primer lugar, los colaboradores del área Administrativa perciben que no han logrado sentirse bien en el trabajo lo que evidencia que se encuentran insatisfechos con respecto a este factor; sin embargo, perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas. En segundo lugar, con respecto a los colaboradores del área Operativa/Técnica, al igual que en el área operativa/técnica perciben que no han logrado sentirse bien en el trabajo, lo que evidencia que están insatisfechos con respecto a este factor; sin embargo, perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas. Por último, con respecto a la escala chamba es chamba a diferencia de las otras dos áreas los colaboradores del área Marketing y Ventas perciben que han logrado sentirse bien en el trabajo y que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas.

Sobre la variable de género, como se muestra en la Tabla 14, donde se compara la percepción del logro y su expectativa para los factores de la escala se trabaja para vivir, tenemos que, para el caso de los colaboradores de género masculino, perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir y les ha permitido alcanzar un estatus; sin embargo perciben que el trabajo no ha contribuido con su hogar, de acuerdo con sus expectativas, evidenciando que estos

Tabla 12

Asociación entre percepción de logro y expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir, de las áreas de la empresa

| | Administrativa | | | Operativa/Técnica | | | Marketing & Ventas | | |
|---|----------------------|---------|--------------|----------------------|---------|------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Logro Chamba y Sentirse Bien-Expectativa Chamba y Sentirse Bien | 58 | 0.387 | Satisfecho | 212 | 0.332 | Satisfecho | 40.5 | 0.936 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Buen Lugar para Vivir-Expectativa Chamba y Buen Lugar Para Vivir | 103.5 | 0.432 | Satisfecho | 331.5 | 0.197 | Satisfecho | 23 | 0.14 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Estatus-Expectativa Chamba y Estatus | 151.5 | 0.003 | Satisfecho | 614.5 | 0 | Satisfecho | 85 | 0.006 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Hogar-Expectativa Chamba y Hogar | 12 | 0.003 | Insatisfecho | 213.5 | 0.139 | Satisfecho | 11 | 0.665 | Satisfecho |

Tabla 13

Asociación entre percepción de logro y expectativas para los factores de la escala chamba es chamba, de las áreas de la empresa

| | Administrativa | | | Operativa/Técnica | | | Marketing & Ventas | | |
|---|----------------------|---------|--------------|----------------------|---------|--------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Expectativa Sentirse Bien en el Trabajo-Logro Sentirse Bien en el Trabajo | 5.5 | 0.002 | Insatisfecho | 40.5 | 0.025 | Insatisfecho | 40.5 | 0.464 | Satisfecho |
| Expectativa Buen Lugar para Trabajar-Logro Buen Lugar para Trabajar | 53 | 0.45 | Satisfecho | 44.5 | 0.914 | Satisfecho | 44.5 | 0.634 | Satisfecho |

colaboradores se encuentran insatisfechos, con respecto a estos factores. Con respecto a las colaboradoras de género femenino, perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, ha contribuido en su hogar de acuerdo con sus expectativas; además, perciben que su trabajo les ha permitido alcanzar un estatus de acuerdo con sus expectativas.

En la Tabla 15, se realizó una comparación entre la percepción del logro y su expectativa para los factores de la escala chamba es chamba. En primer lugar, para el caso de los colaboradores de género masculino perciben que no han logrado sentirse bien en el trabajo de acuerdo con sus expectativas, evidenciando que se encuentran insatisfechos con respecto a este factor; sin embargo, perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar. En segundo lugar, con respecto a las colaboradoras de género femenino, perciben que si han logrado sentirse bien en el trabajo y que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas, lo que evidencia que se encuentran satisfechos con respecto a estos dos factores.

Sobre la variable de ingresos en la Tabla 16 se muestra la escala se trabaja para vivir para los tres tipos de rango de sueldo sobre los cuales los colaboradores perciben que con su trabajo han logrado alcanzar una sensación de bienestar, les ha ayudado a conseguir un buen lugar para vivir, les ha permitido alcanzar un buen estatus y ha contribuido con su hogar de acuerdo con sus expectativas, evidenciando que se encuentran satisfechos con respecto a los cuatro factores de esta escala en los tres rangos de sueldo. Por otro lado, sobre la variable de ingresos, como se muestra en la Tabla 17, con respecto a la escala chamba es chamba, los colaboradores con un ingreso mensual inferior a S/5,000, perciben que si han logrado sentirse bien en el trabajo de acuerdo con sus expectativas y perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas. Con respecto a los colaboradores con un ingreso mensual entre S/5,000 y S/ 10,000, perciben que no han logrado sentirse bien en el

trabajo de acuerdo con sus expectativas, evidenciando que se encuentran en estado de insatisfacción con respecto a este factor; sin embargo, perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar. Con respecto a los colaboradores con un ingreso mensual mayor a S/.10000, perciben que han logrado sentirse bien en el trabajo y que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo con sus expectativas.



Tabla 14

Asociación entre la percepción de logro y su expectativa para los factores de la escala se trabaja para vivir de los colaboradores de Sexo Masculino y Femenino

| | Masculino | | | Femenino | | |
|---|----------------------|---------|--------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Logro Chamba y Sentirse Bien-Expectativa Chamba y Sentirse Bien | 521.5 | 0.363 | Satisfecho | 26 | 0.321 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Buen Lugar para Vivir-Expectativa Chamba y Buen Lugar para Vivir | 667.5 | 0.154 | Satisfecho | 50 | 0.131 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Estatus-Expectativa Chamba y Estatus | 1343 | 0.000 | Satisfecho | 87 | 0.028 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Hogar-Expectativa Chamba y Hogar | 331.5 | 0.028 | Insatisfecho | 14.5 | 0.054 | Satisfecho |

Tabla 15

Asociación entre la percepción de logro y su expectativa para los factores de la escala chamba es chamba, de los colaboradores de Sexo Masculino y Femenino

| | Masculino | | | Femenino | | |
|---|----------------------|---------|--------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Logro Sentirse Bien en el Trabajo-Expectativa Sentirse Bien en el Trabajo | 299 | 0.002 | Insatisfecho | 36 | 0.057 | Satisfecho |
| Logro Buen Lugar para Trabajar-Expectativa Buen Lugar para Trabajar | 731.5 | 0.927 | Satisfecho | 101.5 | 0.635 | Satisfecho |

Tabla 16

Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala se trabaja para vivir de los colaboradores por ingresos

| | Ingresos < S/.5000 | | | Ingresos S/.5K a S/.10K | | | Ingresos > S/.10000 | | |
|---|----------------------|---------|------------|-------------------------|---------|------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Logro Chamba y Sentirse Bien-Expectativa Chamba y Sentirse Bien | 58 | 0.396 | Satisfecho | 156.5 | 0.071 | Satisfecho | 64 | 0.566 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Buen Lugar para Vivir-Expectativa Chamba y Buen Lugar para Vivir | 63.5 | 0.197 | Satisfecho | 362.5 | 0.258 | Satisfecho | 40 | 0.209 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Estatus-Expectativa Chamba y Estatus | 62.5 | 0.065 | Satisfecho | 688 | 0 | Satisfecho | 148.5 | 0 | Satisfecho |
| Logro Chamba y Hogar-Expectativa Chamba y Hogar | 19 | 0.062 | Satisfecho | 222 | 0.116 | Satisfecho | 7 | 0.066 | Satisfecho |

Tabla 17

Asociación entre la percepción de logro y las expectativas para los factores de la escala chamba es chamba, de los colaboradores por ingresos

| | Ingresos < S/.5000 | | | Ingresos S/.5K a S/.10K | | | Ingresos > S/.10000 | | |
|---|----------------------|---------|------------|-------------------------|---------|--------------|----------------------|---------|------------|
| | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado | Prueba Estadística W | P-valor | Resultado |
| Logro Sentirse Bien en el Trabajo-Expectativa Sentirse Bien en el Trabajo | 20 | 0.261 | Satisfecho | 104 | 0.002 | Insatisfecho | 39 | 0.135 | Satisfecho |
| Logro Buen Lugar para Trabajar-Expectativa Buen Lugar para Trabajar | 70 | 0.282 | Satisfecho | 221 | 0.187 | Satisfecho | 66.5 | 0.65 | Satisfecho |

4.5 Resumen

En el presente capítulo, se presentaron los resultados de la información general de las variables demográficas que se obtuvieron de la muestra, tales como el tamaño de la muestra, la distribución de la muestra por género, por edad, por áreas, entre otras variables.

Posteriormente se presentaron los resultados obtenidos sobre las preguntas generales, en base a cada instrumento aplicado en el estudio, estos son, Escala Factorial para Medir la Felicidad elaborado por Reynaldo Alarcón, con sus cuatro dimensiones, y el Índice Chamba 1.0, elaborado por Jorge Yamamoto, en sus escalas “Se Trabaja para Vivir” y “Chamba es Chamba”. Finalmente se presentaron los resultados sobre las preguntas específicas obtenidas en base a cada instrumento, para el caso del instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, se detallaron los factores de la escala de felicidad de los colaboradores del área Administrativa, del área Operativa/Técnica y del área de Marketing & Ventas. Para el caso del instrumento Índice Chamba 1.0, se realizó una comparación entre la percepción del logro y las expectativas de los colaboradores en las variables demográficas, áreas de la empresa, género e ingresos de los colaboradores.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

La presente investigación se ha desarrollado, haciendo uso de dos instrumentos de investigación, que han sido aplicados con anterioridad en nuestra realidad, estos son, (a) Escala Factorial para Medir la Felicidad, de Alarcón (2006), y (b) Índice Chamba 1.0, de Yamamoto (2012). Estos instrumentos permitieron la elaboración de la encuesta final, la cual fue aplicada, en una empresa de Telecomunicaciones ubicada en la ciudad de Lima, de donde se obtuvieron los datos y sustentos necesarios para elaborar la presente investigación y para formular las conclusiones que se detallan a continuación.

Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad. Sobre la medida de felicidad analizado con el instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad de Lima, podemos verificar que de manera general, los porcentajes más elevados de cada dimensión, en relación a su medida de felicidad fueron: (a) en sentido positivo, el 88.6% de los colaboradores, se encuentran en estado altamente felices, cabe resaltar la ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial, (b) en alegría de vivir, el 61.4% de los colaboradores, se encuentran altamente felices, (c) en realización personal, el 72.7% de los colaboradores se encuentran en un estado feliz, y (d) en satisfacción con la vida, son felices el 69.3% de los colaboradores, satisfacción por la posesión de los bienes deseados, Esto nos permite concluir que, los colaboradores se encuentran altamente felices en dos dimensiones Sentido Positivo y Alegría de Vivir, lo que indica, que los colaboradores tienen sentimientos positivos hacia la vida, hacia sí mismos, que reflejan actitudes y experiencias positivas hacia la vida. Asimismo, concluimos que, el 22.7% de los colaboradores se encuentran en un estado medianamente felices en dos dimensiones (satisfacción con la vida 6.8% y realización personal 15.9%), finalmente no se encontró colaboradores infelices.

Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice Chamba

1.0. Sobre la medida de felicidad con el instrumento Índice Chamba 1.0, de manera general, podemos concluir, que los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones perciben que el trabajo les ha permitido tener una sensación de bienestar con respecto a la escala se trabaja para vivir, la cual está relacionada con el impacto del trabajo con respecto a la satisfacción con la vida; asimismo perciben que el trabajo les ha permitido conseguir un buen lugar para vivir y alcanzar status; sin embargo, los colaboradores perciben que el trabajo no ha contribuido con su hogar de acuerdo a sus expectativas con respecto a este factor, es decir perciben que el trabajo no les ha permitido adquirir una vivienda, así como tampoco les ha permitido brindar educación a su hijos. Con respecto a la escala Chamba es Chamba, concluimos que los colaboradores perciben que cuentan con un buen lugar para trabajar, es decir sienten que su trabajo cuenta con espacios ordenado, limpios y tienen compañeros cordiales. Por otro lado, los colaboradores perciben que sus expectativas con relación al factor sentirse bien en el trabajo, no han sido cubiertas.

Felicidad de los Colaboradores en base al Instrumento Índice Escala Factorial para Medir la Felicidad, por sus Variables Demográficas. Sobre la medida de felicidad con el instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad, por sus variables demográficas, se concluye, que en el área Administrativa, los colaboradores se encuentran en un estado de altamente felices y felices, muy pocos colaboradores se encuentran medianamente felices y no se encontró. Los hallazgos que obtuvimos en relación a las dimensiones fueron: (a) sentido positivo, el 87.5% de colaboradores son altamente felices, (b) satisfacción con la vida, son felices el 70.8%, (c) en realización personal, son felices el 62.5%, y (d) en alegría de vivir, son altamente felices el 66.7%. En el área Operativa/Técnica, se revisó los porcentajes más elevados de cada dimensión, en relación con su medida de felicidad, los cuales fueron: (a) sentido positivo, el 87.2% de los colaboradores se sienten altamente felices,

(b) satisfacción con la vida, el 70.2% de los colaboradores se sienten felices (c) realización personal, son felices el 72.3%, y (d) alegría de vivir, son altamente felices el 53.2% de los colaboradores. Se concluye que la mayoría de los colaboradores son altamente felices y felices, muy pocos colaboradores son medianamente felices y no existen colaboradores infelices. En el área de Marketing y Ventas, se verificó que los porcentajes más elevados en cada dimensión, en relación con su medida de felicidad fueron: (a) sentido positivo, son altamente felices el 94.1% de los colaboradores, (b) satisfacción con la vida, son felices el 64.7%, (c) realización personal, son felices el 88.2% de los colaboradores, y (d) alegría de vivir, son altamente felices el 76.5%. Se concluye que el mayor porcentaje de colaboradores se encuentran en un estado de altamente felices y felices; asimismo se concluye que muy pocos colaboradores son medianamente felices y no existen colaboradores infelices.

Satisfacción Subjetiva de los Colaboradores en base al Instrumento Índice Chamba 1.0, por sus Variables Demográficas. Sobre la medida de satisfacción subjetiva con el instrumento Índice Chamba 1.0, por sus variables demográficas, concluimos:

Sobre la Variable Áreas. Se puede verificar que los colaboradores que laboran en el área Administrativa perciben que su trabajo les ha permitido satisfacer sus principales necesidades para vivir, sienten que el trabajo ha superado sus expectativas., en los factores sentirse bien y buen lugar para vivir y status. En el factor hogar, no se ha llegado a cubrir las expectativas de la mayoría de los colaboradores. En relación con su satisfacción laboral, consideran que sus expectativas han sido cubiertas en el factor buen lugar para trabajar y no se han cubierto en el factor sentirse bien en el trabajo. Los colaboradores que laboran en el área Administrativa. En relación con su satisfacción laboral, consideran que sus expectativas han sido cubiertas en el factor buen lugar para trabajar, perciben que el ambiente que las condiciones y características físicas del lugar superan sus expectativas; sin embargo, los colaboradores del área administrativa no han logrado sentirse bien en el trabajo en lugar de

trabajo. Los colaboradores que laboran en el área Operativa/Técnica, perciben que su trabajo les ha brindado las condiciones para sentir sensación de bienestar y satisfacción con la vida en los cuatro factores, sentirse bien, buen lugar para vivir, hogar y status. En relación con su satisfacción laboral, los colaboradores perciben que sus expectativas han sido superadas en el factor buen lugar para trabajar, por otro lado, perciben que sus expectativas en el factor sentirse bien en el trabajo no han sido cubiertas. Asimismo concluimos, que los colaboradores que laboran en el área de Marketing & Ventas, perciben que su trabajo les ha permitido satisfacer sus principales necesidades para vivir en la escala satisfacción con la vida, en sus cuatro factores sentirse bien, buen lugar para vivir, hogar y status, en este factor perciben que su trabajo les ha permitido alcanzar un status por encima de sus expectativas, es decir el trabajo les ayudado a adquirí una movilidad apropiada, así como tener nueva ropa.

En relación con su satisfacción laboral, concluimos, que los colaboradores del área Operativa/Técnica perciben que han logrado sentirse bien en el trabajo y perciben que su trabajo es un buen lugar para trabajar de acuerdo a sus expectativas. Se sienten satisfechos con el trabajo.

Sobre la Variable Género. Los hombres que laboran en la empresa perciben que su trabajo les ha permitido satisfacer sus principales necesidades para vivir, en los tres factores que forman parte de la escala se trabaja para vivir, sentirse bien, buen lugar para vivir y estatus. En el factor hogar, se encuentran insatisfechos, perciben que el trabajo no ha contribuido con su hogar de acuerdo con sus expectativas. En relación con su satisfacción laboral, consideran que sus expectativas han sido cubiertas en el factor buen lugar para trabajar y no se han cubierto en el factor sentirse bien en el trabajo. En el caso de las mujeres, las colaboradoras encuestadas, perciben que su trabajo les ha permitido satisfacer sus principales necesidades para vivir y les ha brindado las condiciones para sentir una sensación de bienestar, en los cuatro factores sentirse bien, buen lugar para vivir, hogar y estatus. En

relación con su satisfacción laboral, consideran que las expectativas sobre sus principales necesidades laborales han sido cubiertas. Se sienten satisfechos.

Sobre la Variable Ingresos. Los colaboradores con ingresos que no superan los S/.5000, perciben que su trabajo les ha permitido satisfacer sus principales necesidades para vivir, en los cuatro factores evaluados. En relación con su satisfacción laboral, consideran que las expectativas sobre sus principales necesidades laborales han sido cubiertas en los dos factores evaluados. Los colaboradores con ingresos que entre los S/.5000 y S/.10000, perciben que su trabajo les ha permitido cubrir sus necesidades con respecto a la escala se trabaja para vivir, en sus cuatro factores, se sienten apreciados, disfrutan del trabajo que tienen, viven en un barrio con buenos vecinos en un ambiente limpio y bonito. En relación con su satisfacción laboral, consideran que sus expectativas han sido cubiertas en el factor buen lugar para trabajar y no se han cubierto en el factor sentirse bien en el trabajo. Finalmente concluimos, que los colaboradores con ingresos que superan los S/.10000, perciben que su trabajo ha contribuido a alcanzar una satisfacción con la vida, perciben que sus expectativas han sido superadas. En relación con su satisfacción laboral, consideran que las expectativas sobre sus principales necesidades laborales han sido cubiertas. Se sienten satisfechos con el trabajo.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Recomendaciones Prácticas

La empresa de telecomunicaciones sobre la cual se realizó el estudio es una sede en Perú, ya que es una empresa internacional estadounidense. Dicha empresa ha pasado por cuatro adquisiciones desde sus inicios, la rotación de personal ha sido baja, lo cual se puede evidenciar en los análisis descriptivos, en donde la mayor concentración de trabajadores está en la variable demográfica, colaboradores mayores a 10 años de antigüedad en la empresa; es por ello que se recomienda realizar mediciones de felicidad y satisfacción subjetiva en

periodos de 6 meses para realizar un control y mantener el bienestar actual, que puede presentar variaciones debido a los cambios organizacionales que han tenido que pasar con respecto al proceso de adquisición que atravesaron hace dos años, que pueden impactar en las medidas que se han implementado o que se van a implementar. En este sentido, recomendamos al área de recursos humanos utilizar este primer estudio, y tenerlo como base para realizar un estudio longitudinal a fin de ir implementando mejoras que permitan mantener e incrementar la felicidad en los colaboradores de la empresa.

En base al análisis de los resultados y hallazgos encontrados, se recomienda al área de recursos humanos revisar y analizar el plan de mejora de la felicidad y satisfacción subjetiva de los colaboradores. El plan de mejora propuesto, según los resultados de la Escala Factorial para Medir la Felicidad de Reynaldo Alarcón, se detallan de la Tabla 18 a la Tabla 21. Asimismo, se propuso un Plan de Mejora según los resultados obtenidos en el Índice Chamba 1.0 de Jorge Yamamoto, que se detallan en la Tabla 22.

5.2.2 Recomendaciones Futuras Investigaciones

La presente investigación aportó de forma descriptiva, los estados de felicidad y expectativas frente a la percepción de logro en relación con la satisfacción subjetiva, que experimentan los colaboradores en una empresa de telecomunicaciones con sede en Perú, cuyas mediciones se realizaron entre los meses de agosto a setiembre del 2018. Los resultados obtenidos en esta investigación, es una primera foto de la realidad actual de los estados y percepciones de los colaboradores de la empresa, con respecto a estas dos variables, en base a ello, se recomienda realizar un estudio longitudinal cada 6 meses aplicando las recomendaciones prácticas propuestas, observando y monitoreando la evolución de la felicidad y satisfacción subjetiva frente a las propuestas implementadas de acuerdo a los planes de mejoras propuestos; así también se recomienda realizar investigaciones de correlación de factores que impactan en el la felicidad y satisfacción subjetiva de los

colaboradores, del tipo experimental. Por otro lado, se recomienda ampliar las investigaciones de felicidad y satisfacción subjetiva en más empresas peruanas del mismo sector, para poder realizar generalizaciones del desempeño de estas variables a nivel país.

5.3 Contribuciones

5.3.1 Contribuciones Teóricas

La presente investigación aportó en describir la felicidad y satisfacción subjetiva en los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones con sede en Perú, en la cual no se había realizado estudios previos enfocados en estas variables. En la investigación se hicieron uso de dos instrumentos que aportaron data confiable para el análisis y revisión por parte del área de recursos humanos. a) Escala Factorial Para Medir la Felicidad desarrollado por Reynaldo Alarcón adecuado al contexto peruano, con el cual se midió la felicidad de los colaboradores y permitió describir la felicidad en sus cuatro dimensiones teóricas según el constructo desarrollado por su autor, y b) Índice Chamba 1.0 desarrollado por Jorge Yamamoto adecuado a la realidad laboral peruana, con el cual se midió la satisfacción subjetiva de los colaboradores en sus dos escalas, expectativas vs percepción de logro. Por otro lado, las investigaciones sobre felicidad y satisfacción subjetiva en empresas del sector de telecomunicaciones son escasas, por lo que esta investigación aporta contenido para futuras investigaciones.

5.3.1 Contribuciones Prácticas

La investigación realizada permitió establecer un plan de mejora en base a los resultados obtenidos en relación con las variables felicidad y satisfacción subjetiva mediante el uso de los instrumentos Escala Factorial Para Medir la Felicidad e Índice Chamba, estos planes propuestos son detallados desde la Tabla 18 a la Tabla 22.

5.4 Resumen

El presente capítulo detalló las conclusiones a las que se llegaron luego de interpretar los resultados obtenidos tras ejecutar los dos instrumentos para medir la felicidad y la satisfacción subjetiva de los colaboradores, sobre las cuales se realizaron recomendaciones prácticas mediante un plan de mejora; así también, se mencionó las contribuciones teóricas y prácticas que se generaron tras realizar la investigación. Por otro lado, se agregó recomendaciones para futuras investigaciones dentro de la misma organización, así como ampliar la investigación a más empresas de telecomunicaciones en el sector peruano, para poder realizar una generalización de la felicidad y satisfacción subjetiva en las empresas de telecomunicaciones en el Perú.

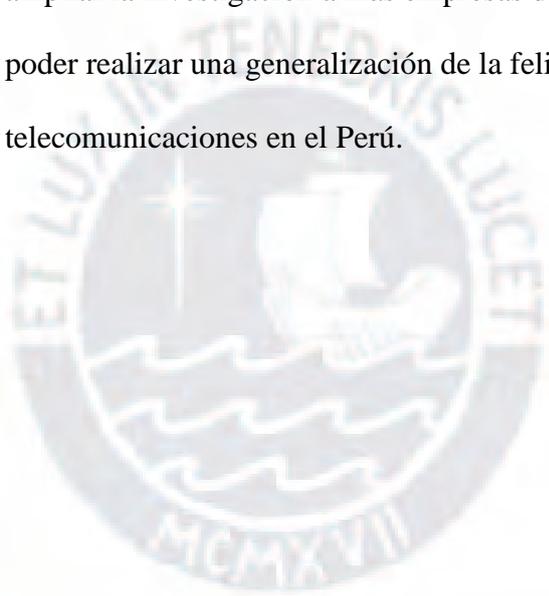


Tabla 18

Plan de mejora según análisis Escala Factorial para Medir la Felicidad

| Dimensión EFMF | Resultado | Acción | Responsabilidad | Alcance | Objetivo | Metas | Logros esperados | KPI |
|------------------|--|--|-------------------------|------------------------------------|---|--|--|---|
| | | Reuniones de contexto positivo o apreciativas | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Descubrir lo mejor que posee cada persona y el equipo en conjunto. | Realizar dos reuniones de contexto positivo al mes, de dos horas cada una. | Confraternidad saludable entre los colaboradores. Trabajo en equipo saludable y de alto rendimiento. | # de proyectos exitosos por área al mes. |
| | | Entrevistas de contexto positivo con los colaboradores | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Identificar las fortalezas del colaborador, valorarlas y permitirles mayor aplicación en el trabajo. | Realizar una entrevista de contexto positivo al mes a cada colaborador. Duración: Una hora. | Incremento de la autoestima del colaborador. Rescatar lo positivo del colaborador para involucrarlo en proyectos que le generen interés. | # de proyectos semestrales en los que se involucra el colaborador. |
| Sentido Positivo | 88.6% de Colaboradores Altamente Felices | Comité de Felicidad | Todos los Colaboradores | Todas las áreas de la organización | Mejorar el bienestar de los colaboradores en el trabajo. | Impulsar el establecimiento de 01 Comité de Felicidad por parte de los colaboradores por área de trabajo para generar propuestas | Propuestas de actividades para fomentar la felicidad en el trabajo. | # de propuestas de actividades/ # de colaboradores que se integran al comité bimensualmente |
| | | Indicador de felicidad | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Promover las relaciones entre los colaboradores y conseguir distraerlos del trabajo diario. | Realizar una actividad semestral de confraternidad y distracción. | Detectar si las relaciones entre colegas son saludables o no. | Participación del 100% de colaboradores. |
| | | Ritos de celebración | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Permitir que los colaboradores expresen alegría, disfrute, comer, reír, bailar, conocerse en una faceta diferente y se sientan parte de un colectivo mayor. | Rito de Aniversario y fiesta de año. | Hacer que los colaboradores se sientan festejados en fechas especiales. Aumentar la vinculación emocional de los colaboradores con la empresa. | # Celebraciones ejecutadas / #Celebraciones planificadas |

Tabla 19

Continuación Plan de mejora según análisis Escala Factorial para Medir la Felicidad

| Dimensión EFMF | Resultado | Acción | Responsabilidad | Alcance | Objetivo | Metas | Logros esperados | KPI |
|--|-----------|--|-------------------|------------------------------------|--|---|---|---|
| Satisfacción con la Vida 23.9% de Colaboradores Altamente Felices | | Propósito organizacional | Dirección General | Todas las áreas de la organización | Articular el propósito de la organización con el sentido existencial de la tarea diaria. | Llevar a cabo la construcción del propósito organizacional con los colaboradores en el planeamiento estratégico anual. | Que los colaboradores posean una imagen clara de lo que se desea alcanzar. | # de Colaboradores Participantes en Plan Estratégico Anual / # de Colaboradores |
| | | Asociar expresamente el plan estratégico al sentido organizacional | Dirección General | Todas las áreas de la organización | Asociar el mapa estratégico al sentido de contribución con la sociedad. | Comunicados mensuales claros de la asociación entre el plan estratégico y el sentido existencial. | Entender como las tareas diarias de cada uno ayuda al propósito organizacional. | # Recordatorios Leídos / # Recordatorios Enviados |
| | | Mapa de sentido | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Conocer de forma individual qué sentido tiene la labor que desempeñan y cómo contribuye a engrandecer su organización. | Cuestionarios mensuales de sentido de pertenencia a nivel individual, equipo, organizacional y de clientes y proveedores. | Mejor desempeño individual y colectivo en las tareas asignadas. | Seguimiento mensual de mejores formas de expresar el sentido de la labor en el día a día 100% de colaboradores. |
| | | Co-construcción del sentido organizacional del equipo específico | Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Responder a la pregunta: Para mí, ¿cuál es nuestro sentido compartido como equipo? | Reuniones mensuales de construcción colectiva del sentido del equipo | Interiorización del sentido organizacional del equipo | Participación del 100% de colaboradores |
| | | Propuesta de valor para los trabajadores | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Asegurar al colaborador un buen lugar para trabajar. Aspecto físico y emocional. | Diseñar anualmente propuestas de valor sostenible con los directivos: relaciones confiables con los jefes y compañeros, desarrollo profesional y personal, entre otros. | Que el colaborador realice una significativa contribución en la organización. | Medir anualmente la satisfacción de los colaboradores respecto de la propuesta de valor 100% de colaboradores. |
| | | Difusión de los logros organizacionales | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Incrementar el orgullo social y fortalecer el sentido organizacional. | Pro-difusión de los logros organizacionales mensuales. | Firmeza en la pertenencia a la organización y aumento de la reputación. | # de Logros mensuales / # de Logros difundidos |

Tabla 20

Continuación Plan de Mejora según Análisis Escala Factorial Para Medir la Felicidad

| Dimensión EFMF | Resultado | Acción | Responsabilidad | Alcance | Objetivo | Metas | Logros esperados | KPI |
|----------------------|--|---|-----------------------|------------------------------------|---|--|---|--|
| Realización Personal | 11.4% de Colaboradores Altamente Felices | Diálogo apreciativo de desempeño | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Construir un espacio relacional de mutuo beneficio | Reuniones mensuales de líderes de equipo con colaboradores. | Potenciar las fortalezas de la persona y buscar mejores caminos para ser aplicadas al trabajo. | # de retroalimentaciones al mes / # de retroalimentaciones planificadas |
| | | Tiempo flexible | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Customizar el horario de ingreso a las necesidades del colaborador y posicionar el desarrollo personal como un factor relevante de la vida organizacional del colaborador | Realizar la incorporación de 06 colaboradores mensual a horario customizado que no tengan restricción de hacerlo. | Proveer autonomía y libertad horaria para reducir la sensación de estar prisionero de un tiempo rígido, y fortalece la autoeficacia de cumplir las responsabilidades en la jornada elegida, así como fortalece el compromiso. | # de colaboradores incorporados/ # de colaboradores planificados |
| | | Teletrabajo | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Generar responsabilidad y madurez autónoma | Realizar la incorporación de 02 colaboradores a teletrabajo mediante una selección exhaustiva y dosificada por tiempos de 01 semana de forma bimestral | Busca la realización completa del colaborador ya que revela confianza organizacional. | Llegar a tener 02 colaboradores en esta modalidad en el periodo de 01 año |
| | | Beneficios para padres y madres que trabajan | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Generar conciliación vida trabajo | Promover el horario de media jornada en época de vacaciones escolares | Busca la realización completa del colaborador al generar un equilibrio vida trabajo, para pasar tiempo con sus hijos en vacaciones | # de Colaboradores que ejecutan media jornada / # de Colaboradores que Aplican a beneficio |
| | | Capacitación para el autocuidado | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Entregar herramientas de gestión personal y familiar | Talleres mensuales de herramientas de gestión personal y familiar. Temario: Inteligencia emocional, Manejo de conflictos, Meditación, Finanzas personales, Alimentación Saludable. | Generar percepción del colaborador de la empresa por su bienestar, y ello genera gratitud, compromiso y emociones positivas hacia la organización. | # de Colaboradores asistentes / # de Colaboradores Planificados |
| | | Incentivo no monetario asociado a oportunidades de desarrollo | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Ofrecer oportunidades de desarrollo en los intereses particulares del colaborador | Mensualmente 06 colaboradores elegidos por sus jefes de área participarán en un curso / workshop / de interés personal. | Generar percepción del colaborador de la empresa por su desarrollo personal. | # de Colaboradores asistentes / # de Colaboradores Premiados |

Tabla 21

Continuación Plan de Mejora según Análisis Escala Factorial Para Medir la Felicidad

| Dimensión EFMF | Resultado | Acción | Responsabilidad | Alcance | Objetivo | Metas | Logros esperados | KPI |
|------------------|--|-------------------------------------|-----------------------|------------------------------------|---|---|---|---|
| Alegría de Vivir | 61.4% de Colaboradores Altamente Felices | Espacios de meditación y relajación | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Disponer de espacios agradables que permitan relajarse en medio de la jornada laboral | Generar pausas o breaks diarios previos a la hora de almuerzo y previo a la culminación de la jornada laboral | Estimular las conversaciones, los encuentros, el humor y el fortalecimiento de las relaciones con otros. | Llevar un control de pausas activas del 100% de los colaboradores |
| | | Sesiones de Coaching Ontológico | Gerencias y Jefaturas | Todas las áreas de la organización | Promover el autodescubrimiento de los potenciales de los colaboradores | Realizar sesiones de coaching externas mensuales a los colaboradores. | Estimular el autoconocimiento | # de Sesiones ejecutadas / # de Sesiones Planificadas |
| | | Sesiones de Inteligencia Emocional | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Promover el autocontrol de las emociones | Realizar sesiones de IE externo mensuales a los colaboradores. | Estimular el autoconocimiento | # de Sesiones ejecutadas / # de Sesiones Planificadas |
| | | Servicio de voluntariado | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Promover las iniciativas de ayuda a la sociedad | Realizar actividades de voluntariado bimestrales | Promover el acto de agradecimiento a la vida por lo recibido y un acto de entrega y generosidad para compartir el bienestar que se vive | # de Colaboradores Participantes / # de Colaboradores Inscritos |
| | | Jornadas de integración | Área de RRHH | Todas las áreas de la organización | Realizar jornadas de integración al aire libre en la naturaleza | Promover viajes cercanos al campo en equipos auspiciados por la empresa de forma mensual | Generar un encuentro con la naturaleza e incentivar la alegría de vivir y sentirse bien. | # de Equipos Participantes / # de Equipos Inscritos |

Tabla 22

Plan de Mejora según Análisis Índice Chamba 1.0

| Escalas / | Factores | Resultados | Indicadores por Factor | Objetivo General | Acción | Frecuencia | Responsable | Recursos | KPIs |
|---|------------------------------------|--|---|---|--|------------|---|---|--|
| Se trabaja para vivir Evalúa la satisfacción con la vida a través de las expectativas y los logros percibidos “Sentirse bien”, “Un buen lugar para vivir”, “Estatus”, y “Hogar” | Chamba y sentirse bien | La contribución del trabajo no provee las condiciones necesarias para ayudar a los colaboradores en tener una sensación de bienestar personal en un 2.14% de la muestra | Autoestima | Promover programas de reconocimiento profesional y personal, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las evaluaciones de desempeño o a través de otras actividades que evidencien dicho logro. | Revisión de criterios de las evaluaciones de desempeño de todos los perfiles de puesto y el proceso de retroalimentación de los colaboradores Premio al trabajador del año Envío de comunicaciones resaltando los logros y reconocimientos de los colaboradores Sensibilizar a los colaboradores a través de Campañas de Vacunación, Nutrición, Oncológicas Oftalmológicas. Realizar chequeos preventivos in house Contar con un médico ocupacional a tiempo parcial, para que los evalúe en casos que ameriten una opinión médica. Implementar el Teletrabajo. | Anual | Bienestar Social - Gerencia de Recursos Humanos | Equipo de Gestión Humana | Mejorar los resultados de evaluación de desempeño de los colaboradores en un 10 %, con respecto al año 2017 |
| | | | Salud | Establecer un plan de salud, a fin de minimizar el impacto en su desempeño por problemas de salud | Días libres por cumpleaños y envío de tarjeta virtual. Implementar la medición de trabajo por resultados. Extensión de licencia por paternidad y maternidad. Definir políticas para préstamos personales y adelanto de sueldo. | Semestral | Bienestar Social - Gerencia de Recursos Humanos | Equipo de Gestión Humana | Disminuir en un 20% el número de incapacidades en comparación con el año 2017 |
| | Chamba y hogar | La contribución del trabajo para con el hogar, no cubre las expectativas que los colaboradores demandan, en un 5.71% de la muestra. Por el contrario | Amar y ser amado | Desarrollar y fortalecer programas enfocados en el balance vida privada - vida laboral | Convenios con entidades financieras - Ferias de opciones para adquirir una vivienda. Cupones de descuentos. Firmar Convenios con entidades educativas dedicadas a la formación y actualización en temas específicos que ayuden a potenciar las habilidades y conocimientos como parte del crecimiento personal y profesional | Anual | Bienestar Social - Gerencia de Recursos Humanos | Equipo de Gestión Humana | Aumentar en 25% la productividad de los colaboradores, comparación con el año 2017 |
| | | | Vivienda, sus enseres y los hijos. | Diseñar e implementar programas financieros y educativos como parte de la contribución del trabajo, que cubran las necesidades que demandan los colaboradores con el hogar. | Disminuir en 10% la deficiencia en producción por problemas financieros en comparación con el año 2017 | | | | |
| Chamba es chamba Evalúa la satisfacción laboral a través de las expectativas de las personas y los logros percibidos “Sentirse bien” y “Un buen lugar para vivir”. | Sentirse Bien en el Trabajo | La expectativa del factor sentirse bien en el trabajo es de 3.71 superior a la percepción de logro, el cual alcanzó una puntuación de 3.50, ello indica que el 5.72% de los colaboradores perciben que no se están cubriendo sus expectativas en esta escala | “salir adelante”, “trabajar en lo que le gusta” y “buena salud”. | Mejorar condiciones en el trabajo que promuevan el desarrollo profesional, la creatividad. Así como atender las sugerencias de los colaboradores con respecto a oportunidades de mejora en el aspecto laboral | Lograr que las posiciones de jefaturas y gerencias estén repartidas de manera equitativa: 50 % mujeres 50% hombres. Premiar las mejores ideas que generaron ahorros en el año Desarrollar concurso de innovación y creatividad Implementar una reunión anual de lecciones aprendidas. Revisión anual de la escala salarial. Implementar políticas de igualdad de género Revisar la ejecución del cronograma de mantenimiento de las instalaciones de las oficinas | Anual | Gerencia de Recursos Humanos | Equipo de Gestión Humana | Aumentar en un 25% el clima laboral en comparación con el año 2017 |
| | Un Buen Lugar para Trabajar | Se evidencia una puntuación de 3.46 para las expectativas y 3.42 para la percepción del logro, lo que nos permite señalar que el indicador de satisfacción no se llega a cubrir en 1.23%, mientras que el 98.77% si está cubriendo sus expectativas de un buen lugar para trabajar, sin embargo, podemos concluir que no se ha alcanzado la satisfacción plena de este factor. | “un ambiente de trabajo limpio y bonito” | Mejorar las condiciones de las instalaciones en orden y limpieza | Talleres sobre las 5S | Anual | Gerencia de Recursos Humanos Administración y Finanzas | Equipo de Gestión Humana Administración y Finanzas | Incrementar en 15% el clima laboral en comparación con el año 2017 |
| | | | “capacitación para trabajar bien” | Desarrollar programas dirigidos a capacitar y formar a los colaboradores en busca de la gestión del conocimiento y crecimiento personal y profesional. | Elaborar y revisar el cronograma anual de capacitaciones (cursos, seminarios, diplomados, maestrías), verificar su asistencia y la aplicación de los conocimientos adquiridos. Programas de Inducción para los nuevos colaboradores con la finalidad de integrarlos a la cultura organizacional. Creación de un área lúdica que se utilice para desarrollar actividades de integración entre los colaboradores, generando vínculos de afecto, identidad y compromiso. | | Nº de capacitaciones ejecutadas / Nº de capacitación programadas al año x 100 | | |
| | | | “compañeros organizados y cordiales” | Generar espacios de integración, a través de actividades y programas que fomenten el desarrollo integral de los colaboradores | Talleres sobre el manejo de relaciones interpersonales y manejo de estrés. Eliminación de estereotipos de contratación. Campaña de eliminación de acoso laboral | | Gerencia de Recursos Humanos | Equipo de Gestión Humana | Nº de actividades de integración y talleres ejecutadas al año / Nº de actividades y talleres programados al año x 100 Nº de renuncias mensuales / Nº total de colaboradores x 100 |

Referencias

- Acerca de Telefónica del Perú. (2018). Recuperado el 23 de septiembre del 2018, de <https://www.telefonica.com.pe/es/acerca-de-telefonica>
- Acosta, H., Salanova, M., y Llorens, S (2011). ¿Cómo Predicen las Prácticas Organizacionales el Engagement en el Trabajo en Equipo?: El Rol de la Confianza Organizacional. Departamento de Psicología Social. Universitat Jaume I, España. Recuperado de. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/43542/51108.pdf?sequence=1>
- Acosta, H., Torrente, P., Llorens, S. & Salanova, M. (2013). Prácticas Organizacionales Saludables: Un análisis exploratorio de su impacto relativo sobre el engagement con el trabajo. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 2(1), 107-120. Recuperado de: http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/02/2013_Acosta-Torrente-Llorens-Salanova.pdf
- Acosta, H., Cruz-Ortiz, V., Salanova, M., Llorens (2014). Organizaciones saludables: Analizando su significado desde el Modelo HERO. *Revista de Psicología Social / International Journal of Social Psychology*. Universitat Jaume I, España. Recuperado de. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/166591/67321%20-%20%28espa%C3%B1ol%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Ahn, N., & Mochón, F. (2010). La felicidad de los españoles: factores explicativos. *Revista de economía aplicada*, 18(54).
- Alama, D.J., Motosono, B.A. & Ramos, P.T. (2016) Factores que Influyen en la Felicidad de los Trabajadores de una Empresa Textil en el Perú. (Tesis de maestría no publicada). Universidad del Pacifico, Escuela de postgrado, Lima, Perú.
- Alarcón, R. (2001). Relaciones entre felicidad, género, edad y estado conyugal. *Revista de Psicología*, 19(1), 27-46. Recuperado de

https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:uuLpLl6qM8UJ:scholar.google.com/+estudios+de+felicidad+de+Alarcon&hl=es&as_sdt=0,5

Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40(1), 95-102. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v40n1/v40n1a10.pdf>

Alarcón, R. (2010). El bienestar subjetivo o felicidad como meta suprema del progreso de las sociedades. *Tradicón*, 10, 11-18. Recuperado de http://www.psicologiapositivaperu.org/docs/descarga/28_El_Bienestar_subjetivo_o_felicidad_como_meta_suprema.pdf

Alarcón, R. (2015). La idea de la felicidad. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 5(1), 2. Recuperado de https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:mGIgOCJ7TzIJ:scholar.google.com/+estudios+de+felicidad+de+Alarcon&hl=es&as_sdt=0,5

Alarcón, R. (2016). *Psicología de la Felicidad. Introducción a la Psicología Positiva*. Lima, Perú: Editorial Universitaria.

Andia, V. (2015). Análisis de los índices de felicidad como medida de bienestar en la Escuela Profesional de Administración UNA- PUNO. *Rev. Investig. Altoandin*, 17(3), 395-402.

Ansa, M.M. (2007). *Economía y Felicidad: Acerca de la relación entre bienestar material y bienestar subjetivo*, XI Jornadas de Economía Crítica.

Aranda, E. (2016). *La Gerencia de la Felicidad: Un Nuevo Modelo para la Gestión de las Organizaciones*. Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de: Especialista en Alta Gerencia. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15964/1/ArandaLeytonEdgar2016.pdf>

Arias, W. L., Caycho, T., Ventura, J., Maquera, C., Ramírez, M., & Tamayo, X. (2016).

Análisis exploratorio de la escala de la felicidad de Lima en universitarios de Arequipa (Perú). *Psychologia. Avances de la disciplina*, 10(1), 13-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2972/297245905002.pdf>

Azteca dejaría el país: ¿qué pasará con la Red Dorsal de Fibra Óptica? (2018). Recuperado el 15 de septiembre del 2018, de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/mineria/283674-azteca-comunicaciones-dejaria-el-pais-que-pasara-con-la-red-dorsal-de-fibra-optica/>

Baez, A. (2017). La Felicidad como Motor de Productividad. Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/la-felicidad-como-motor-de-productividad/>.

Ben-Shahar, T. (2011). Practicar la felicidad. Plataforma. Referencia original ==> Ben-Shahar, T. (2010). *Even Happier*. McGraw Hill, New York.

Beytia, P.& Calvo, E.(2011). ¿Cómo medir la felicidad? *Claves para Políticas Públicas*, 4, 1-8. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/253238104_Como_medir_la_felicidad.

Bohórquez, M. D. R., Lorenzo, M., & García, A. J. (2013). Felicidad y actividad física en personas mayores. *Escritos de Psicología (Internet)*, 6(2), 6-12.

Bossio, J. (2010). Entorno regulatorio de las telecomunicaciones. Lima: DIRSI.

Breve Historia de las Telecomunicaciones en Perú. (2003). Recuperado el 15 de septiembre del 2018, de

<http://www.cablesm.fr/breve%20histoire%20des%20telecoms%20au%20perou.pdf>

Callalli, E.R (2017). Felicidad y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa industrial del Callao. (Tesis no publicada).Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

- Chacón, F. (2015). Índices de Felicidad y Bienestar. Proyecto de Investigación “Indicadores Internacionales de Desarrollo: Seguimiento e Interpretación para Costa Rica”. Serie Indicadores Internacionales de Desarrollo N° 6. Universidad de Costa Rica.
Recuperado de
http://www.odd.ucr.ac.cr/sites/default/files/indicadores_internacionales_de_desarrollo/2015/application/pdf/serie_iid_06_ifb.pdf.
- Clavijo, A.L. (2014). Cálculo del índice de felicidad interna bruta (FIB) en Cotopaxi para el año 2012. (Tesis de maestría no publicada). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Cruz, M., & Ramirez, S., & Sanchez, D., (2015). La Felicidad Organizacional, un Nuevo Reto de Intervención en la Gestión Humana para Aumentar la Productividad y Motivación Laboral. (Especialización en Gerencia de Talento Humano). Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia. Recuperado de
<http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/956/La%20felicidad%20organizacional%20un%20nuevo%20reto%20de%20intervencion.pdf?seq>
- Csikszentmihalyi, M. (2015). *Fluir. Una Psicología de la Felicidad*. Barcelona: Novoprint.
- Davey, K. (2017). Felicidad y engagement en estudiantes-trabajadores de nivel superior en lima. *Revista de Investigación en Psicología*. Vol. 20 - N. ° 2 - 2017, pp. 389 – 406. Facultad de Psicología UNMSM. Recuperado de
file:///C:/Users/sbustamante/Downloads/Felicidad_y_Engagement_en_estudiantes-trabajadores.pdf
- De los Rios Giraldo, A.L. (2013). Felicidad y economía: la felicidad como utilidad en la economía. *Equidad & Desarrollo*, (26), 115-143.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*, 55(1), 34.

Diener, E. (2005). Guidelines for national indicators of subjective wellbeing and ill-being.

Journal of Happiness Studies, 7,397- 404.

Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life

scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.

Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being:

Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual review of psychology*, 54(1), 403-425.

Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D. W., Oishi, S., & Biswas-Diener, R.

(2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97(2), 143-156.

Dominguez, R.E. & Ibarra, E.(2017).La psicología positiva: Un nuevo enfoque para el

estudio de la felicidad.Razón y Palabra,21(96), 660-679. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/1995/199551160035.pdf>

Dutschke, G. (2013). Factores condicionantes de felicidad organizacional. Estudio

exploratorio de la realidad en Portugal. Revista de Estudios Empresariales. *Segunda época*. 1, 21-43.

Eclass. (14 de setiembre del 2017). El Barómetro de la Felicidad de Coca Cola. Caso La

Tercera. Recuperado de <http://www.eclass.cl/articulo/48201/el-barometro-de-la-felicidad-de-coca-cola>.

Eugenio, J., Lachuma, U., y Flores, I. (2016). Felicidad: Un estudio comparativo en

estudiantes universitarios de psicología y administración de una universidad privada

de tarapoto. Revista de Investigación Apuntes Psicológicos, 1(1), 21-29. Recuperado

de file:///C:/Users/sbustamante/Downloads/872-1147-1-PB.pdf

Fernández Ferro, C. O. (2017). Niveles de felicidad en estudiantes del instituto de educación

superior Daniel Alcides Carrión, 2017.

Fernandez, I. (2015). *Felicidad Organizacional: Como construir felicidad en el trabajo*.

Santiago, Chile: Ediciones B Chile.

Fisher, C.D. (2010). Happiness at work. *International journal of management reviews*, 12(4),

384-412.

Franco, I. (2015). Relación entre el bienestar subjetivo y las aspiraciones de vida en

estudiantes de medicina de Lima Metropolitana. Tesis para obtener el grado

Licenciada en Psicología. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Recuperado de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621930>.

García, D. (2010). Reseña "Aprender a fluir" de Mihaly Csikszentmihalyi. *Revista*

Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento. Vol. 7, núm. 2, mayo-

agosto, 2010, pp. 115-117. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Garzón, M. (2017). *Gestión de la Felicidad en las Organizaciones*.

Gil, A. (2015). Ficha Técnica. Positividad, el camino para convertir los hábitos en resultados

(I). Capital Humano, n° 294. Enero, 2015. Recuperado de

http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_170215.pdf

Gómez, D. (2012). Reseña "La ciencia de la felicidad: un método probado para conseguir el

bienestar" de Sonja Lyubomirsky. *Erebea*, 2 (2012) pp. 417-475. issn: 0214-0691.

Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial

Brujas.

González, R. & Salazar, F. (2008). *Aspectos Básicos del Estudio de Muestra y Población*

para la Elaboración de los Proyectos de Investigación. Universidad de Oriente Núcleo

de Sucre. Recuperado de [http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Raisirys-](http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Raisirys-Gonz%C3%A1lez.pdf)

[Gonz%C3%A1lez.pdf](http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Raisirys-Gonz%C3%A1lez.pdf)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 2014• Hernández, R. Metodología de la Investigación. 6a Edición, Mc Graw Hill, México.

Hitos de la Empresa. (2018). Recuperado el 23 de septiembre del 2018, de <http://www.entel.pe/personas/informacion-corporativa/contacto-de-prensa/hitos-de-la-empresa/>

Jiménez Figueroa, A., & Moyano Díaz, E. (2008). Factores laborales de equilibrio entre trabajo y familia: medios para mejorar la calidad de vida. *Universum (talca)*, 23(1), 116-133.

Keyes, C.L, Ryff, C.D. & Shmotkin, D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*,82(6), 1007-1022. Recuperado de <http://aging.wisc.edu/pdfs/871.pdf>

Kozma, A. (2003). Los enfoques de top-down y bottom-up del bienestar subjetivo. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Lee, D. R. (2006). Who says money cannot buy happiness? *The Independent Review*, 10(3), 385-400.

Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social indicators research*, 46(2), 137-155.

Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological bulletin*, 131(6), 803.

Lyubomirsky, S. (2011). La ciencia de la felicidad. Barcelona: Books4pocket.

Lyubomirsky, S. (2014). Los mitos de la felicidad. Barcelona: Urano

Manfredi, M. (2017). Otras formas de medir el bienestar. *Propuestas para el Desarrollo*, 1, 35-52

- Medvedev, O.N., Siegert, R.J., Mohamed, A.D, Shepherd, D., Landhuis, E. & Krägeloh, C.U (2016).The Oxford Happiness Questionnaire: Transformation from an Ordinal to an Interval Measure Using Rasch Analysis. DOI 10.1007/s10902-016-9784-3
- Monje, C. (2011). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa - Guía Didáctica. Universidad Surcolombiana. Recuperado de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Moreno, Z. & Ibarra, L.E. (2017). Fiabilidad y validez de la escala de felicidad de lima en trabajadores de empresas de servicios. En Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Simón Bolívar-Colombia, 9(1), 16-34
- MTC adjudicaría más de US\$ 665 millones en seis nuevos proyectos regionales de banda ancha. Recuperado el 15 de septiembre del 2018, de <https://gestion.pe/economia/mtc-adjudicaria-us-665-millones-seis-nuevos-proyectos-regionales-banda-ancha-230246>
- Navarro, D.A (2017). Nivel de felicidad en colaboradores del área de producción de una empresa privada en Lima Metropolitana. (Tesis no publicada). Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima, Perú.
- Nascues, A., Calvo, D., Bombin, A. (2016). Efectos del Bienestar Subjetivo y Psicológico en los Resultados Terapéuticos de un Hospital De Día. Acción Psicológica, Diciembre 2016, Vol. 13, Nº. 2, 143-156. Issn: 1578-908. Recuperado de <http://scielo.isciii.es/pdf/acp/v13n2/1578-908X-acp-13-02-00143.pdf>.
- Nussbaum, M. C. (1992). Human Functioning and Social Justice In Defense of Aristotelian Essentialism. Political Theory, 20(2), 202-246.
- Paz, K.J & Espinoza, M.A (2017). Influencia de la felicidad organizacional en la productividad de los colaboradores en los centros de atención al cliente de la empresa

- America Movil- claro, Arequipa, 2016-2017. (Tesis no publicada). Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.
- Phélan, M., Levy, S., & Guillén, A. (2012). Sistematización de índices e indicadores alternativos de desarrollo para América Latina. *Revista temas de coyuntura*, 66,175-196.
- Robbins, S., Judge, T. (2013) *Comportamiento organizacional*. Decimoquinta edición. Pearson. México.
- Rodríguez, A. (2013). Técnicas de medición de la felicidad y su relación entre la productividad y calidad de vida de los empleados en las organizaciones actuales. Especialización Mercadeo de Servicio. Universidad Militar de Nueva Granada. Recuperado de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11313/1/RodriguezRodriguezAndreaJohanna2013.pdf>
- Romero Suazo, P. K. (2017). Satisfacción laboral y satisfacción marital en los agentes policiales de la dirección de investigación criminal.
- Rosales., R. (2015). Satisfacción laboral y satisfacción con la vida en trabajadores de lima metropolitana. (Tesis para optar el título de licenciada en psicología con mención en psicología social). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6555/ROSALES_BE DOYA_RUBY_SATISFACCION_LABORAL.pdf?sequence=1
- Salanova, M., Martínez, I. M., y Llorens, S. (2014). Una Mirada más “Positiva” A la Salud Ocupacional desde la Psicología Organizacional Positiva en Tiempos de Crisis: Aportaciones desde el Equipo de Investigación Wont. *Papeles del Psicólogo*, 2014. Vol. 35(1), pp. 22-30 P. Universitat Jaume I Castellón. España.

- Salas, A., Alegre, J., & Fernández, R. (2013). La medición de la felicidad en el trabajo y sus antecedentes: Un estudio empírico en el área de alergología de los hospitales públicos españoles. *Revista Iberoamericana de las Relaciones Laborales*, 28, 83-116.
- Recuperado de
http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9306/La_medicion_de_la_felicidad.pdf?sequence=2
- Salgado, A.C. (2009). Felicidad, resiliencia y optimismo en estudiantes de colegios nacionales de la ciudad de lima. Estudio exploratorio de la realidad en Portugal. *LIBERABIT*, 15(2), 133-141.
- Sánchez, R & Méndez, R. (2011). Elementos mediadores de la felicidad y el bienestar subjetivo en hombres y mujeres. *Revista costarricense de psicología*. 30(45), 51-76.
- Sanín, A. (2017) Felicidad y optimismo en el trabajo, Hallazgos de investigaciones científicas. (Disertación doctoral no publicada). Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, España.
- Segura, M. del C., Ramos, V. (2009). Psicología de la felicidad. Happiness of the psychology. Instituto de Investigación de Drogodependencias, Facultad de Medicina Universidad Miguel Hernández. Alicante, España
- Seligman, M. (2003). La auténtica felicidad. Barcelona: Ediciones B. Barcelona, España.
- Seligman, M. E. (2016). Florecer: La nueva psicología positiva y la búsqueda del bienestar. Editorial Océano.
- Seligman, M. E. (2017). La auténtica felicidad. B DE BOOKS.
- Seligman, M. E., & Royzman, E. (2003). Happiness: The three traditional theories. *Authentic Happiness Newsletter July*.
- Sena de H., C. (2016). Organizaciones saludables (Trabajo de Master Superior en Prevención de Riesgos Laborales). Universidad Miguel Hernandez, Alicante, España. Recuperado

de.

<http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3416/1/Sena%20de%20Haro%2C%20Carolina%20TFM.pdfH.pdf>

Shinde, V.R. (2017). Happiness: Hedonic and eudaimonic. *Indian Journal of Positive Psychology*, 8(2), 169-173.

Sobre CenturyLink. (2018). Recuperado el 23 de septiembre del 2018, de

http://your.level3.com/explorar-soluciones-lp-b311-latam?ad_channel=SRCH-Branding-ETA-&l3_campana=Publicidad-Online&l3_tactica=Google-Ads-Search&l3_subtactica=Branding-peru&gclid=EAIaIQobChMI3JLDvNO-3QIVwSaGCh3M8QdvEAAYASAAEgIEv_D_BwE

Sobre Nosotros. (2018). Recuperado el 23 de septiembre del 2018, de

<http://www.claro.com.pe/institucional/sobre-nosotros/>

Sousa, V., Driessnack, M., & Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Part 1: diseños de investigación cuantitativa. *Rev Latino-am Enfermagem*, 15(3), 1-6.

Suojanen, I. (2012). *Work for your happiness -Theoretical and empirical study defining and measuring happiness at work* (Tesis de maestría no publicada). University of TURKU, Department of education, Finland.

Tricci, M. & Chávez, M. (2011). *Cómo obtener mejores resultados de negocios optimizando el clima organizacional*. Recuperado de:

<http://www.enfasis.com/Presentaciones/SIML/2011/Conferencias/3GreatPlacetoWork.pdf>

Vásquez, S. (2015). *Un modelo de gestión de personas orientado a la felicidad en el trabajo*.

(Disertación doctoral no publicada). Universidad de Santiago de Compostela,

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Santiago de Compostela, España.

- Veenhoven, R. (2009). Medidas de la felicidad nacional bruta. *Psychosocial Intervention*, 18(3), 279-299.
- Veenhoven, R., & Ehrhardt, J. (1995). The cross-national pattern of happiness: Test of predictions implied in three theories of happiness. *Social Indicators Research*, 34(1), 33-68.
- Vera, P. & Celis, K. & Córdova, N. (2011). Evaluación de la Felicidad: Análisis Psicométrico de la Escala de Felicidad Subjetiva en Población Chilena. *Terapia Psicológica*, 29(1), pp. 127-133. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78518428013>
- Villamil, O. (2017). La Productividad de la Gerencia de la Felicidad en la Empresas en Colombia. Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de: Especialista en Alta Gerencia. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/16481/3/VillamilVanegasOscarYesid2017.pdf>
- Warr, P. (2013). Fuentes de felicidad e infelicidad en el trabajo: una perspectiva combinada. *Journal of Work and Organizational Psychology*. 29, 99-106.
- Wesarat, P, Yazam, M. & Abdul, A.H. (2015). A Conceptual Framework of Happiness at the Workplace. *Asian Social Science*. 11(2), 78-88.
- Yamamoto, J. (2012). El índice Chamba 1.0. *Manual de aplicación*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú-Investigación y Mejoramiento continuo.
- Yamamoto, J. M. (2013). Bienestar, gestión de recursos humanos y desarrollo social. *Tiempo de opinión*, 4(6), 14-25. Recuperado de https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/06/11/tiempo_de_opinion_jorge_yamamoto.pdf.

Yamamoto, J. M. (2015). Un Modelo de Bienestar Subjetivo para Lima Metropolitana.

(Disertación doctoral).

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

https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:bdd7CoxHJWoJ:scholar.google.com/+estudios+de+felicidad+de+Yamamoto&hl=es&as_sdt=0,5

Yter, M. (2017). Felicidad en Red. La huella de las políticas empresariales de felicidad en las relaciones sociales en el contexto organizativo. (Disertación Doctoral). Universitat de Barcelona. Recuperado de:

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/450859/MYG_TESIS.pdf?sequence=1

Zhou, Y. (2013). A Comprehensive Study of Happiness Among Adults in China. All Theses.

(Tesis de maestría no publicada).Clemson University.

Apéndice A: Consentimiento información de encuesta

Nivel de Felicidad en Colaboradores

El presente estudio busca realizar una investigación académica, conducida por un grupo de alumnos de la escuela de negocios CENTRUM, con el objeto de medir los niveles de felicidad de los colaboradores pertenecientes a la empresa en la que Ud. labora. La información que se recabe será de uso académico y estrictamente confidencial, los resultados finales del nivel de felicidad en los colaboradores de la empresa serán entregados a la gerencia de RRHH, para su gestión.

*Obligatorio

Consentimiento Informado

Acepto voluntariamente, en participar en la investigación académica, conducida por un grupo de alumnos de la escuela de negocios CENTRUM. *

- Si
- No

Apéndice B: Instrumento Escala Factorial para Medir la Felicidad

Tabla B1

Items validados

| Items | Preguntas | Factor |
|-------|---|--------|
| 1 | En la mayoría de las cosas mi vida está cerca de mi ideal. | II |
| 2 | Siento que mi vida está vacía. | I |
| 3 | Las condiciones de mi vida son excelentes. | II |
| 4 | Estoy satisfecho con mi vida. | II |
| 5 | La vida ha sido buena conmigo. | II |
| 6 | Me siento satisfecho con lo que soy. | II |
| 7 | Pienso que nunca seré feliz. | I |
| 8 | Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes antes. | III |
| 9 | Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada en mi vida. | III |
| 10 | Me siento satisfecho porque estoy donde tengo que estar. | II |
| 11 | La mayoría del tiempo me siento feliz. | I |
| 12 | Es maravilloso vivir. | IV |
| 13 | Por lo general me siento bien. | IV |
| 14 | Me siento inútil. | I |
| 15 | Soy una persona optimista. | IV |
| 16 | He experimentado la alegría de vivir. | IV |
| 17 | La vida ha sido injusta conmigo. | I |
| 18 | Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad. | I |
| 19 | Me siento un fracasado. | I |
| 20 | La felicidad es para algunas personas, no para mí. | I |
| 21 | Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado. | III |
| 22 | Me siento triste por lo que soy. | I |
| 23 | Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos. | I |
| 24 | Me considero una persona realizada. | III |
| 25 | Mi vida transcurre plácidamente. | III |
| 26 | Todavía no he encontrado sentido a mi existencia. | I |
| 27 | Creo que no me falta nada. | III |

Estas normas se presentan como una guía para interpretar los resultados que puedan obtenerse en investigaciones con el presente instrumento. Se han construido a partir de los criterios de Puntajes Máximos y mínimos

Tabla B2

Normas de Interpretación

| | Infeliz | Medianamente Feliz | Feliz | Altamente Feliz |
|------------|----------|--------------------|---------|-----------------|
| Factor I | 52 a más | 39 a 51 | 25 a 38 | Menos de 24 |
| Factor II | 6 a 12 | 13 a 18 | 19 a 24 | 25 a más |
| Factor III | 6 a 12 | 13 a 18 | 19 a 24 | 25 a más |
| Factor IV | 4 a 8 | 9 a 12 | 13 a 16 | 17 a más |



Apéndice C: Instrumento Índice Chamba 1.0

Tabla C1

Items índice chamba 1.0

| Items | Preguntas | Escala | Factores | Área |
|-------|--|-----------------------|--------------------------------|-------------|
| 1 | Tener un cuarto o casa para vivir | Se trabaja para vivir | Chamba y Hogar | Expectativa |
| 2 | Tener una buena educación para mis hijos | Se trabaja para vivir | Chamba y Hogar | Expectativa |
| 3 | Tener buena ropa | Se trabaja para vivir | Chamba y estatus | Expectativa |
| 4 | Vivir en un ambiente limpio y bonito | Se trabaja para vivir | Chamba y buen lugar para vivir | Expectativa |
| 5 | Vivir en un barrio con buenos vecinos, que se apoyan y son organizados | Se trabaja para vivir | Chamba y buen lugar para vivir | Expectativa |
| 6 | Tener una buena salud | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Expectativa |
| 7 | Tener movilidad apropiada | Se trabaja para vivir | Chamba y estatus | Expectativa |
| 8 | Que yo sienta que salgo adelante | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Expectativa |
| 9 | Mantener buenas relaciones con mi pareja y con las personas que más quiero | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Expectativa |
| 10 | Mi autoestima, sentirme apreciado como persona | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Expectativa |
| 11 | Poder hacer las cosas que a mí me gustan | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Expectativa |
| 12 | Me desempeñe haciendo lo que a mí me gusta | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Expectativa |
| 13 | En general, exista una buena relación entre los compañeros de trabajo | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Expectativa |
| 14 | Tenga la capacitación suficiente para trabajar bien | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Expectativa |
| 15 | Cuente con un ambiente de trabajo limpio y bonito | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Expectativa |
| 16 | Cuente con compañeros de trabajo que sean organizados, que nos apoyemos mutuamente | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Expectativa |

Tabla C1 Continuación

Items índice chamba 1.0

| Items | Preguntas | Escala | Factores | Área |
|-------|--|-----------------------|--------------------------------|-------|
| 17 | Tener un cuarto o casa para vivir | Se trabaja para vivir | Chamba y Hogar | Logro |
| 18 | Tener una buena educación para mis hijos | Se trabaja para vivir | Chamba y Hogar | Logro |
| 19 | Tener buena ropa | Se trabaja para vivir | Chamba y estatus | Logro |
| 20 | Vivir en un ambiente limpio y bonito | Se trabaja para vivir | Chamba y buen lugar para vivir | Logro |
| 21 | Vivir en un barrio con buenos vecinos, que se apoyan y son organizados | Se trabaja para vivir | Chamba y buen lugar para vivir | Logro |
| 22 | Tener una buena salud | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Logro |
| 23 | Tener movilidad apropiada | Se trabaja para vivir | Chamba y estatus | Logro |
| 24 | Que yo sienta que salgo adelante | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Logro |
| 25 | Mantener buenas relaciones con mi pareja y con las personas que más quiero | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Logro |
| 26 | Mi autoestima, sentirme apreciado como persona | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Logro |
| 27 | Poder hacer las cosas que a mí me gustan | Se trabaja para vivir | Chamba y sentirse bien | Logro |
| 28 | Me desempeño haciendo lo que a mí me gusta | Chamba es chamba | Sentirse bien en el trabajo | Logro |
| 29 | En general, existe una buena relación entre los compañeros de trabajo | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Logro |
| 30 | Me dan la capacitación suficiente para trabajar bien | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Logro |
| 31 | Cuento con un ambiente de trabajo limpio y bonito | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Logro |
| 32 | Cuento con compañeros de trabajo organizados, nos apoyamos mutuamente | Chamba es chamba | Buen lugar para trabajar | Logro |

En cualquiera de las dos escalas (Se trabaja para vivir y Chamba es chamba) se puede calcular el índice de satisfacción subjetiva con la chamba. Para ello se debe evaluar cada factor contrastando el puntaje promedio de la expectativa contra su percepción de logro. Por ejemplo, el índice de satisfacción subjetiva de Chamba y Sentirse bien debe contrastar la

expectativa de Chamba y Sentirse bien con la percepción de logro de Chamba y Sentirse bien.

En caso de una distribución no normal, se recomienda aplicar en casos típicos el contraste de Wilcoxon. En caso de una distribución normal, se recomienda utilizar una prueba t de Student . Puede ser de utilidad presentar una gráfica de barras de error para visualizar los resultados, colocando la expectativa al lado de su percepción de satisfacción; se presenta en un solo gráfico los ocho factores del índice se trabaja para vivir y en otra gráfica los cuatro factores del índice chamba es chamba.

