

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

La Felicidad de los Millennials en Lima Metropolitana, 2018

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

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Gherson Juan Martínez Poggi

Luis Arturo Mendoza Auris

Ebed Melec Parina Aguilar

Lissette Carolina Román Romero

Asesora: Beatrice Elcira Avolio Alecchi

Santiago de Surco, noviembre 2018

Agradecimientos

Un agradecimiento a Dios por darnos la oportunidad de compartir nuevas experiencias y sobretodo formar una sincera amistad que trascenderá en el tiempo.

A nuestra asesora Beatrice Avolio por su constante apoyo, consejos y asesoría durante todo el proceso de investigación.

A nuestros profesores de Centrum Católica por impartirnos sus conocimientos y experiencias.



Dedicatorias

A Dios por las fuerzas. A mis padres, por la buena formación que me dieron; y de manera muy especial a mi madre, quien fue y continúa siendo un apoyo fundamental en la construcción de mi carrera profesional. A toda mi familia, quienes fueron un soporte en toda esta etapa de mi vida y me apoyan en los objetivos que me propongo.

Ebed Parina

Con mucho cariño dedico esta tesis a mi familia por ser el leimotiv de mi existencia y enseñarme a que la paciencia es necesaria para el logro de resultados en la vida y el trabajo.

Luis Mendoza

A mi esposa Edita, por su paciencia y apoyo incondicional. A mis hijos Gonzalo y Micaela, por entender los momentos que no pude estar con ellos. A mis padres Julia y Juan por ser los mejores ejemplos de vida junto a mi hermano Alonso.

Gherson Martínez

A Dios, por darme fortaleza; a mis padres Jose y Nora, por su inmenso amor y porque con su ejemplo me enseñan cada día a ser perseverante en la vida; a mi esposo Daniel, por su apoyo incondicional y empuje en el logro de mis objetivos; a mi hermana Cristina, por escucharme y brindarme sus consejos. En especial, a la memoria de mi hermano Jose, por ser mi inspiración para ser una mejor persona.

Lisette Román

Resumen Ejecutivo

La felicidad ha sido materia de estudio por diferentes investigadores internacionales y en el Perú no se encuentran muchas investigaciones respecto a este tema. Por esta razón, la presente investigación tuvo como objetivo identificar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana en el año 2018. Para lograr este objetivo, se realizó un estudio de investigación cuantitativo utilizando como instrumento La Escala de Felicidad de Lima elaborada por Reynaldo Alarcón con 27 preguntas, en la cual se consideran cuatro dimensiones: (a) sentido positivo de la vida, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, y (d) la alegría de vivir. Estas encuestas fueron aplicadas en cuatro centros comerciales y dio como resultado que el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana fue de 104.75 considerado como alto de un total máximo de 135 puntos. Además, se obtuvieron resultados entre distintos aspectos demográficos de la muestra resaltando que no existe mayor diferencia en el nivel de felicidad por segmento geográfico, rango de edad y género; caso contrario con el nivel socioeconómico (NSE) y la ocupación actual de los encuestados. Adicionalmente, se realizaron cuatro entrevistas con la finalidad de profundizar los resultados de uno del grupo de millennials que no trabajan ni estudian y que tienen uno de los menores niveles de felicidad.

Estos resultados han servido para entender las motivaciones de los millennials y establecer un plan de acción, el cual será de utilidad para la Municipalidad de Lima y otras instituciones interesadas en el tema. Esta propuesta comprende cuatro factores como: (a) Salud, Deporte y Cultura; (b) Empleo, (c) Turismo, y (d) Medio ambiente, que servirán para incrementar el nivel de Felicidad de los millennials en Lima y así replicarlas en el Perú.

Abstract

Different international researchers have investigated the concept of HAPPINESS as it relates to different factors. In Peru however, there is not much research probing into this issue. For that reason, the goal of this research is to identify the level of happiness of the millennials residing in the metropolitan area of Lima in 2018. In order to achieve this goal, we conducted quantitative research using, as an instrument, “The Happiness Scale of Lima” created by Reynaldo Alarcón. This scale consists of 27 questions encapsulating four categories. The four categories taken into consideration were: (a) Positive sense of life, (b) Satisfaction with life, (c) personal accomplishment and (d) the joy of living. This survey was taken in four shopping malls and the quantitative results for the level of happiness of millennials in Metropolitan Lima was 104.75 out of a possible maximum total of 135 points. Also, results were obtained between differing demographic samples. A comparison of findings between these varying samples identified that there were no significant differences in the level of happiness between the localities, age range or gender. However, it was found that one’s occupation and Socioeconomic Level, (NSE) did affect the level of happiness among the surveyed. To verify these findings of the research, four additional interviews were conducted with a millennial group who do not work or study and it was found that they had a significantly lower level of happiness than our baseline results.

These research results have helped us to understand the motivations of the millennials and to establish an action plan which will be useful to the Municipality of Lima and other institutions to which these finding will be valuable. There are four components to this study: (a) Health, Sport and Culture, (b) Employment, (c) Tourism and (d) Environment, which will serve to increase the level of happiness of the millennials in Lima. By extension, the ability to replicate these components in other areas in Peru will create greater happiness and prosperity throughout the country.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vii
Lista de Figuras.....	ix
Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Definición del Problema	3
1.3 Propósito de la Investigación	4
1.3.1 Objetivos de la investigación	4
1.3.2 Preguntas de investigación.....	4
1.4 Naturaleza de la Investigación	5
1.5 Marco Teórico.....	5
1.6 Definiciones Operacionales	6
1.7 Supuestos de la Investigación	7
1.8 Limitaciones de la Investigación.....	7
1.9 Delimitación de la Investigación.....	8
1.10 Resumen.....	8
Capítulo II: Revisión de la Literatura	10
2.1 Documentación	10
2.2 Descripción de la Metodología para la Revisión de Literatura.....	12
2.3 Revisión de la Planificación para la Revisión de la Literatura	13
2.4 Ejecución de la Metodología para la Revisión de la Literatura	13
2.5 Revisión de Resultados: A través del Tiempo	14
2.6 Revisión de Resultados: Contexto Demográfico	15
2.7 Mapa de la Literatura	15
2.8 Felicidad.....	18

2.8.1 Dimensiones internas de la felicidad	22
2.8.2 Dimensiones externas de la felicidad.....	24
2.9 ¿Por qué Estudiar la Felicidad?.....	27
2.10 Principales Estudios	28
2.10.1 Estudios previos.....	28
2.10.2 Estudios actuales o contemporáneos	30
2.11 Instrumentos de Investigación sobre la Felicidad	38
2.12 Millennials	46
2.12.1 Millennials en el Perú	49
2.12.2 Felicidad en los millennials peruanos	51
2.13 Resumen.....	51
2.14 Conclusiones	56
Capítulo III: Metodología	58
3.1 Diseño de la Investigación	58
3.2 Conveniencia del Diseño.....	59
3.3 Población y Muestra.....	61
3.4 Consentimiento Informado.....	63
3.5 Instrumento de Investigación	64
3.6 Recolección de Datos	66
3.7 Análisis de Datos	66
3.8 Validez y Confiabilidad	67
3.9 Resumen.....	68
Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados.....	69
4.1 Perfil de la Muestra	69
4.2 Test de Confiabilidad	72

4.3	Análisis de Resultados	74
4.3.1	Estadística Descriptiva.....	74
4.3.2	Pruebas de Hipótesis	82
4.4	Discusión.....	92
4.5	Resumen.....	94
Capítulo V: Plan de Acción.....		96
5.1	Objetivo Principal	96
5.2	Objetivo Específico: Salud, Deporte y Cultura.....	96
5.2.1	Estrategia.....	96
5.2.2	Actividades	96
5.2.3	Responsables.....	97
5.2.4	Plazo.....	98
5.2.5	Indicadores	98
5.2.6	Costos.....	99
5.3	Objetivo Específico: Empleo	101
5.3.1	Estrategia.....	101
5.3.2	Actividades	101
5.3.3	Responsables.....	102
5.3.4	Plazo.....	102
5.3.5	Indicadores	102
5.3.6	Costos.....	103
5.4	Objetivo Específico 3: Turismo	104
5.4.1	Estrategia.....	104
5.4.2	Actividades	104
5.4.3	Responsable	105

5.4.4	Plazo.....	105
5.4.5	Indicadores.....	105
5.4.6	Costos.....	105
5.5	Objetivo Específico 4: Medio Ambiente	106
5.5.1	Estrategia.....	106
5.5.2	Actividades	106
5.5.3	Responsables.....	107
5.5.4	Plazo.....	107
5.5.5	Indicadores.....	108
5.5.6	Costos.....	108
5.6	Actividades Específicas para Potenciar la Felicidad de los Millennials que no Trabajan ni Estudian	109
5.6.1	Estrategia.....	110
5.6.2	Actividades	110
5.6.3	Responsables.....	110
5.6.4	Plazo.....	110
5.6.5	Indicadores.....	111
5.6.6	Costo	111
5.7	Balance Scorecard del Plan de Acción.....	111
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones.....		113
6.1	Conclusiones	113
6.2	Recomendaciones.....	116
6.3	Investigaciones Futuras.....	118
Referencias.....		120
Apéndice A: Consentimiento Informado		133

Apéndice B: Preguntas Filtro y Calculo NSE para Encuesta135

Apéndice C: Entrevista.....138



Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Criterios de Selección y Exclusión de Literatura</i>	14
Tabla 2	<i>Resumen de las Dimensiones Internas de la Felicidad</i>	23
Tabla 3	<i>Resumen de las Dimensiones Externas de la Felicidad</i>	24
Tabla 4	<i>Resumen de los Instrumentos Estudiados para Medir la Felicidad</i>	39
Tabla 5	<i>Similitudes de la Escala de Felicidad de Alarcón con Otros Instrumentos</i>	40
Tabla 6	<i>Ventajas y Desventajas de otros Instrumentos vs la Escala de Alarcón</i>	40
Tabla 7	<i>Características de la Escala de la Felicidad de Alarcón</i>	46
Tabla 8	<i>Grupos Quinquenales de Edad</i>	63
Tabla 9	<i>Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de la Felicidad según Alarcón</i>	65
Tabla 10	<i>Resultados de Alfa de Cronbach</i>	73
Tabla 11	<i>Alfa de Cronbach si el Elemento se Suprime</i>	73
Tabla 12	<i>Rango de Valoración Total</i>	75
Tabla 13	<i>Resultados Estadísticos</i>	75
Tabla 14	<i>Resultados de Prueba de Normalidad para Grupos de dos Variables Cualitativas</i>	84
Tabla 15	<i>Resultados Prueba de Levene para Grupos de dos Variables Cualitativas</i>	84
Tabla 16	<i>Resultados Pruebas de Normalidad para más de dos Variables Cualitativas</i>	85
Tabla 17	<i>Resultados Pruebas de Levene para Más de Dos Variables Cualitativas</i>	86
Tabla 18	<i>Resultados de Comparaciones de Grupos</i>	88
Tabla 19	<i>Costo de Difusión de Centros Deportivos Concesionados</i>	99
Tabla 20	<i>Costo de Reparar y Habilitar las Ciclovías de Lima</i>	99
Tabla 21	<i>Costo de Construcción Parqueaderos</i>	100
Tabla 22	<i>Costo de Implementación de Clases Gratuitas en Parques</i>	100
Tabla 23	<i>Costo de Implementar Talleres de Capacitación Laboral</i>	103
Tabla 24	<i>Costo de Mejora para Talleres de Emprendimiento Manos Solidarias</i>	104

Tabla 25 <i>Costo Anual para Creación de Aplicación y Subvención de Transporte en Turismo Vivencial</i>	106
Tabla 26 <i>Costo de Implementación Programa de Reciclaje de Cuadernos</i>	108
Tabla 27 <i>Costo de Implementar Programa de Reciclaje de Artefactos Electrónicos y Dictado de Talleres de Computación</i>	109
Tabla 28 <i>Costo de Compra de Maquinas Recicladoras de Plástico</i>	109
Tabla 29 <i>Costo Anual de Implementación de Jornadas Familiares</i>	111
Tabla 30 <i>Balance Scorecard Plan de Acción</i>	112



Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Visita diaria o al menos varias veces a la semana a los amigos cercanos.	3
<i>Figura 2.</i> Cantidad de artículos publicados por año Scopus.	10
<i>Figura 3.</i> Cantidad de artículos publicados por año Proquest.	11
<i>Figura 4.</i> Criterios de agrupación de artículos para la revisión de la literatura.....	12
<i>Figura 5.</i> Distribución de artículos de la revisión de literatura por año.	14
<i>Figura 6.</i> Publicación de artículos por país.	15
<i>Figura 7.</i> Mapa de la literatura sobre el estudio de la felicidad en los millennials de Lima Metropolitana.	17
<i>Figura 8.</i> Estudios de la felicidad.	29
<i>Figura 9.</i> Satisfacción familiar.	37
<i>Figura 10.</i> Porcentaje de personas que viven con sus padres.	49
<i>Figura 11.</i> Distribución de la muestra por zona.	63
<i>Figura 12.</i> Composición de la muestra por género.	69
<i>Figura 13.</i> Composición de la muestra por rango de edad.	70
<i>Figura 14.</i> Composición de la muestra por nivel de estudios superiores.	70
<i>Figura 15.</i> Composición de la muestra de los estudiantes con estudios superiores	71
<i>Figura 16.</i> Composición de la muestra por estado civil.	71
<i>Figura 17.</i> Composición de la muestra por ocupación actual	72
<i>Figura 18.</i> Composición de la muestra por NSE.	72
<i>Figura 19.</i> Correlación de ítems.	74
<i>Figura 20.</i> Distribución normal de los resultados.	75
<i>Figura 21.</i> Nivel de felicidad por dimensión.	76
<i>Figura 22.</i> Nivel de felicidad por segmento geográfico.	77
<i>Figura 23.</i> Nivel de felicidad por edad.	77

<i>Figura 24.</i> Nivel de felicidad por estado civil.....	78
<i>Figura 25.</i> Nivel de felicidad por NSE.....	78
<i>Figura 26.</i> Nivel de felicidad por ocupación actual.....	79
<i>Figura 27.</i> Nivel de felicidad por género.....	79
<i>Figura 28.</i> Nivel de felicidad por género y edad.....	80
<i>Figura 29.</i> Nivel de felicidad por género y NSE.....	80
<i>Figura 30.</i> Nivel de felicidad por género y estado civil.....	81
<i>Figura 31.</i> Nivel de felicidad por género y ocupación actual.....	81
<i>Figura 32.</i> Nivel de felicidad por género, NSE y ocupación (no trabajan ni estudian).....	82
<i>Figura 33.</i> Flujograma de pruebas estadísticas.....	83
<i>Figura 34.</i> Objetivos para elevar el nivel de Felicidad de los Millennials en Lima Metropolitana.....	96

Capítulo I: Introducción

La sociedad está compuesta por grupos generacionales, los cuales difieren en preferencias, gustos, aspiraciones, necesidades y aspectos emocionales (Nielsen, 2015). En particular se ha estudiado a la generación denominada como millennials, que representan el 37% de la población actual en Lima Metropolitana (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública [CPI], 2017). Entre sus características principales se encuentra que son muy afectivos, bastante sociales y su búsqueda de felicidad dependerá mucho de aspectos que estén directamente relacionados a su entorno (Alarcón, 2002). Además, sus sentimientos y emociones puedan tener efectos positivos o negativos en su propio bienestar y existe evidencia de que la causa de muchas de sus enfermedades radicaría en su conducta y su estilo de vida (Oblitas, 2008).

La felicidad es un estado de ánimo y de satisfacción plena que los individuos experimentan en posesión de un bien anhelado y que las personas vigorosas manifiestan como síntoma de buena salud (Alarcón, 2006; Rodríguez, Domínguez & Escoto, 2017a). Además, es un campo de investigación de mucha importancia en la actualidad que se ha ido consolidando poco a poco con el ámbito académico, donde la economía, ciencias sociales y política internacional han ido centrando su atención (Yamamoto, 2013). En el Perú, existen pocos estudios que miden la felicidad ciudadana, lo cual denota un desconocimiento de las autoridades en este aspecto tan importante para el desarrollo personal y social; pues es necesario considerar que un buen vecindario o una buena comunidad, así como una adecuada convivencia social, son importantes para sentirse bien (Yamamoto, 2015).

La presente investigación tuvo el propósito de medir el grado de felicidad en la generación millennials de Lima Metropolitana, con la finalidad de que el presente estudio pueda proponer un plan de acción para mejorar los niveles de bienestar y felicidad en este grupo generacional y que sirva de apoyo para la Gerencia de Desarrollo Social de la

Municipalidad de Lima Metropolitana, quienes, a pesar de no trabajar directamente en programas con millennials, lo podrían implementar. En el presente capítulo se expone el problema de la investigación, el propósito, la importancia, las preguntas del estudio, limitaciones y delimitaciones.

1.1 Antecedentes

La felicidad es un tema contemporáneo que surge de la psicología positiva y se enmarca como parte de las ciencias sociales. Para Fisher (citado por Poveda, 2015) la felicidad está basada en términos de bienestar y está relacionada con aspectos sociales, afectivos y económicos que tienen influencia en el comportamiento de las personas y toma en cuenta variables como la esperanza de vida, el género y el nivel de ingresos. Easterling (citado por Poveda, 2015) mencionó que para medir la felicidad también se debe tener en consideración variables como la salud, el estado civil, las condiciones laborales y las relaciones sociales. Además, encontró que, en el largo plazo, el crecimiento de los ingresos de un país no representa el mismo nivel de incremento de la felicidad en su población; pero, en el corto plazo, sí existe una relación cercana entre el nivel de ingresos y la felicidad para países desarrollados y subdesarrollados.

Los países de América Latina reportan altos niveles de felicidad pese a no tener altos niveles de ingresos en comparación con los países desarrollados. Además, su felicidad se ve afectada por aspectos sociales, políticos y económicos en los cuales existen problemas de corrupción, altos niveles de pobreza y desigualdad de los ingresos. Dadas las características de América Latina, son relevantes las relaciones interpersonales, por lo que experimentan altos niveles de satisfacción familiar, así como buenas relaciones con los amigos, lo que genera emociones que se orientan a mantener vínculos interpersonales muy cálidos y de calidad (Rojas, 2018). Se resalta el hecho de que América Latina tiene los niveles más altos de visita a amigos y familiares en el mundo (ver Figura 1).

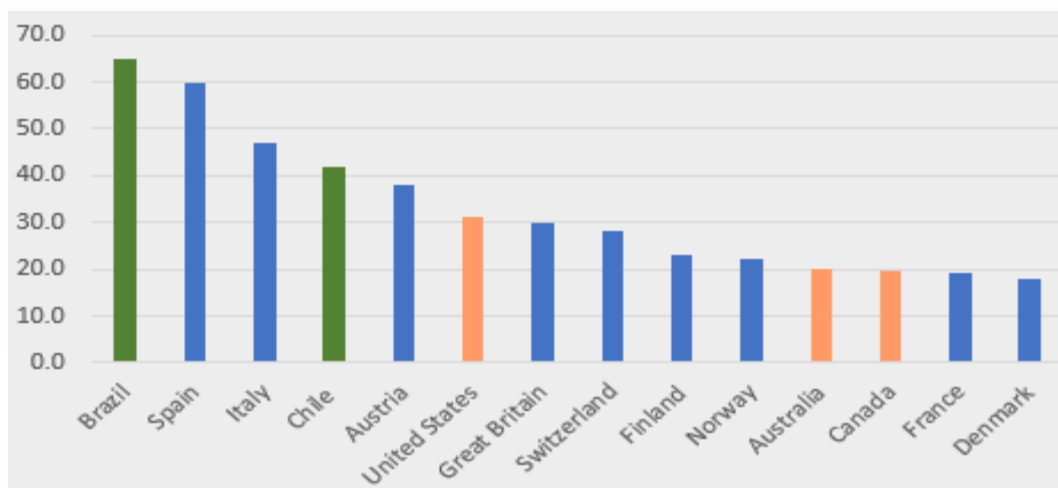


Figura 1. Visita diaria o al menos varias veces a la semana a los amigos cercanos. Tomado de “Happiness in Latin America has Social Foundations,” por M. Rojas, 2018 (<https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/CH6-WHR-lr.pdf>).

Dado que Perú posee las características mencionadas anteriormente, Lima no ha sido ajena a los estudios de la felicidad. Por esto, uno de estos estudios hace referencia a un modelo híbrido de bienestar subjetivo aplicado a una muestra representativa de la ciudad de Lima Metropolitana, en la cual los valores obtenidos influyeron en las metas y en la percepción del logro de estas. Este modelo se basó en el *status* material, el cual podría estar vinculado con el bienestar de forma negativa; y también en las relaciones interpersonales de calidad, las cuales podrían estar vinculadas con el bienestar de forma positiva (Yamamoto, 2015).

1.2 Definición del Problema

Según el estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, s.f.a), la población de personas del rango de edades 20 a 34 años en el Perú era de 8'039,378 al 30 de junio del 2017. Es interesante notar que del total de la PEA nacional que ascendió a más de 17 millones de personas, los millennials representaron más del 50% (INEI, 2018), hecho por el cual se considera necesario investigar y analizar su comportamiento. Por ello, es necesario conocer cuáles son las características de los millennials en el Perú e identificar sus

determinantes y motivaciones, para obtener información útil que permita desarrollar planes de acción para incrementar sus niveles de felicidad.

1.3 Propósito de la Investigación

El propósito de este estudio, de enfoque cuantitativo, fue medir el grado de felicidad en los millennials de Lima Metropolitana, con el objetivo de obtener información y proponer un plan de acción para mejorar los niveles de bienestar y felicidad en este grupo generacional; y que sus resultados sirvan de apoyo para la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima Metropolitana y puedan implementar propuestas que permitan dar nuevas oportunidades de desarrollo que incrementen su calidad de vida a partir de conocer sus gustos y necesidades. Para ello, el presente estudio utilizó La Escala de Felicidad de Lima, un instrumento ya establecido por Alarcón para medir la felicidad; por lo que se desarrollaron los siguientes objetivos y preguntas de investigación.

1.3.1 Objetivos de la investigación

Objetivo general. Identificar el nivel de felicidad en los millennials de Lima Metropolitana en el año 2018.

Objetivos secundarios.

1. Investigar sobre el nivel general de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana.
2. Determinar si existen diferencias en la felicidad los millennials por segmento geográfico, edad, estado civil, NSE, ocupación actual y género.
3. Establecer un plan de acción que mejore el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana.

1.3.2 Preguntas de investigación

Pregunta fundamental. ¿Cuál es el nivel de felicidad en los millennials de la ciudad de Lima Metropolitana en el año 2018?

Preguntas secundarias.

1. ¿Cuál es el nivel general de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana?
2. ¿Existen diferencias en la felicidad de los millennials por segmento geográfico, edad, estado civil, NSE, ocupación actual y género?
3. ¿Cuál sería el plan de acción que mejore el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana?

1.4 Naturaleza de la Investigación

La presente investigación fue del tipo no experimental puesto que no se realizó una manipulación de la variable felicidad y se observó el comportamiento del fenómeno en su ambiente natural; y es transaccional o transversal puesto que se desarrolló en un momento único. Además, fue del tipo descriptivo porque explicó una situación y cómo se manifiesta buscando la tendencia de un grupo o población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014a), basándose en un enfoque cuantitativo que permitió conocer el grado de felicidad de los millennials en la ciudad de Lima Metropolitana. Las razones que sustentan dicha estrategia de investigación son: (a) la observación del fenómeno en su ambiente natural y la no manipulación de las variables, y (b) la fácil obtención de respuestas mediante una encuesta realizada con preguntas que permitan medir la felicidad. Finalmente, el instrumento utilizado en esta investigación es un cuestionario con preguntas cerradas con escala tipo Likert dirigido a los millennials de Lima Metropolitana.

1.5 Marco Teórico

La teoría se utiliza como marco conceptual para recolectar y analizar información antes de realizar el estudio de campo. De acuerdo con Avolio (2015) “el marco teórico hace referencia a las teorías y conceptos que se utilizarán en el proceso de investigación; y para definirlo se requiere primero de hacer una revisión de la literatura” (p. 34). Para el presente estudio, se ha tomado como marco teórico el concepto de felicidad mencionado por los

siguientes investigadores: (a) Segura y Ramos (2009) mencionaron que la felicidad resulta ser una meta y un propósito en sí y lograrla lleva a la empatía, el compromiso social, la autoestima y la autoconfianza, lo que despierta la creatividad y generan una paz interior; y (b) Alarcón (2006), quien mencionó que la felicidad es un estado de satisfacción plena en posesión de un bien anhelado y es el estado temporal o duradero, pero a la vez perecible y el cual no siempre genera felicidad a todos por igual.

En el estudio de investigación, se consideraron como dimensiones internas de la felicidad: (a) la estabilidad emocional, la cual presenta una correlación con la felicidad (Ziapour, Khatony, Jafari, & Kianipour, 2018), y (b) la salud (Oblitas, 2008). Las dimensiones externas de la felicidad son: (a) muerte, depresión, stress y enfermedades, que tienen su raíz en el estilo de vida y entorno donde se desenvuelven, y que tienen una correlación con el grado de felicidad (Oblitas, 2008); (b) prolongada vida laboral y un desequilibrio vida-trabajo, que además provocan problemas mentales y suicidios (Nakata, 2017); (c) educación, y variables demográficas como la desigualdad y pobreza (Rodríguez, García & Chicaiza, 2017b); y (d) relaciones afectivas cercanas como las familiares y amigos (Carrillo, Feijoo, Gutierrez, Jara, & Schellekens, 2017).

1.6 Definiciones Operacionales

La variable identificada es la felicidad y su definición operacional se da a través del instrumento Escala de Felicidad de Lima. Alarcón (2006) desarrolló una encuesta para medir la felicidad, la cual consta de 27 ítems mediante preguntas en escala tipo Likert con cinco alternativas cada una. El uso de este instrumento de estudio es válido porque no es necesario adecuarlo a la realidad de la muestra dado que su aplicación fue en la ciudad de Lima y ha mostrado poseer una elevada consistencia interna debido al alto coeficiente Alpha Cronbach de sus ítems y de la escala total.

El instrumento fue diseñado para medir la felicidad en general y se consideró

apropiado aplicarlo para medir la felicidad de los millennials debido a que se usó en estudiantes universitarios cuyas edades se encuentran en el rango de edad de los millennials de la ciudad de Lima, los cuales también son parte del objeto del presente estudio (Alarcón, 2006). Además, el 40% de la población millennials en el Perú se encuentra estudiando una carrera técnica o universitaria, por lo que también se consideró relevante para la aplicación del instrumento (Villanueva, s.f.).

El término millennials está frecuentemente usado para llamar a las personas nacidas a partir de los años 90 y están considerados como personas narcisistas, sin lealtad alguna y egocéntricas; tanto así que consideran saber mucho más que sus jefes (Román, 2018). Por su parte, Strauss y Howe (2007) acuñaron por primera vez el término millennials, refiriéndose a las personas nacidas desde 1982 hasta el año 2005, aproximadamente, quienes experimentan una cultura menos tensa, un enfoque más optimista y una estrecha relación con sus padres. Los millennials son una generación que ya supera a los baby boomers (Williams, 2018) y, además, son la fuerza laboral predominante; es interesante notar como las empresas se adoptan constantemente a la forma de trabajo de los millennials para poder lograr sus objetivos (Sánchez, 2015).

1.7 Supuestos de la Investigación

La presente investigación supone que: (a) los datos son válidos, confiables y objetivos; (b) el entrevistado al ser informado sobre la confidencialidad, brindó sus respuestas con total veracidad; y (c) las respuestas a las preguntas referentes al cuestionario de la Escala de la Felicidad de Lima fueron respondidas por los millennials sin recibir influencia de otros factores externos y bajo libre decisión.

1.8 Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones de la presente investigación fueron las siguientes:

- (a) No se contó con el tiempo y los recursos para poder hacer un estudio censal que busque identificar el grado de felicidad en todos los millennials de la ciudad;
- (b) Se recurre a la percepción y grado de subjetividad de la felicidad del encuestado; la recolección de datos se hace sobre la base de la encuesta; por lo que esta refleja lo que realmente piensan y perciben.

1.9 Delimitación de la Investigación

La ciudad de Lima Metropolitana posee un territorio de 2,670 Km² de superficie y un total de 43 distritos con una población de nueve millones aproximadamente, de la cual su población económicamente activa ocupada (PEA) alcanzó los cinco millones aproximadamente. De este total, solo el 54.2% tiene entre 25 y 44 años. Los distritos más poblados de Lima son: (a) San Juan de Lurigancho, (b) San Martín de Porres, (c) Ate, (d) Comas, (e) Villa el Salvador, (f) Villa María del Triunfo, (g) San Juan de Miraflores, (h) Los Olivos, (i) Puente Piedra, y (j) Santiago de Surco. Estos distritos concentran más del 50% de la población de Lima Metropolitana (INEI, 2017). El presente estudio tiene las siguientes delimitaciones:

- El estudio fue realizado con una muestra de los millennials de la ciudad de Lima Metropolitana, y los resultados fueron solo válidos para esta ciudad.
- Se contrastaron las definiciones de autores como Goldman Sachs, Román, Strauss y Howe, no existe una definición exacta o consenso en cuanto al rango de edades de las personas que conforman a la generación millennials; por tanto, el estudio consideró como millennials a las personas cuyas edades oscilan entre 20 y 34 años.

1.10 Resumen

En el Perú, los millennials serán la fuerza laboral más grande en el futuro inmediato (Begazo & Fernández, 2015); y, además, serán quienes dirijan el destino del país liderando las empresas en los ámbitos público y privado. Por tanto, es importante centrar el estudio en

este grupo generacional, el cual permitirá medir su nivel de felicidad y que en un futuro se puedan determinar sus motivaciones, con lo cual aportarán mejoras al país. El presente estudio cuantitativo de tipo no experimental y descriptivo está enfocado en medir la felicidad en los millennials, los cuales son hombres y mujeres de 20 a 34 años y que residen en la ciudad de Lima Metropolitana. Esta investigación podrá representar un punto de inicio en el cual las autoridades de Lima Metropolitana puedan hacer mejoras de políticas públicas para incrementar el nivel de felicidad en los millennials y, consecuentemente, puedan contar con mejores ciudadanos.



Capítulo II: Revisión de la Literatura

La revisión se concentró en las investigaciones escritas en inglés y en español, existentes en las bases de datos del Centro de Documentación de CENTRUM Católica (Proquest y Scopus). De forma complementaria se consultó información académica en bases de datos virtuales como son libros, tesis, *papers* académicos, artículos periodísticos, revistas institucionales, entre otros trabajos relacionados al tema de estudio.

El presente capítulo se estructuró considerando la documentación, descripción de la metodología, planificación y ejecución para la revisión de la literatura. Además, se realizó un mapa de la literatura en el cual se puede visualizar de manera gráfica todos los artículos y libros revisados. Para concluir se desarrollaron los conceptos de felicidad y millennials profundizando estos puntos con los principales autores estudiados.

2.1 Documentación

El interés de los investigadores por estudiar y escribir artículos de la felicidad en los últimos años resalta la ansiedad de querer saber los factores que motivan la felicidad de las personas. La Figura 2 muestra la evolución que ha tenido el estudio e interés de la felicidad en los últimos 20 años a través de journals, artículos académicos, artículos periodísticos y Scopus.

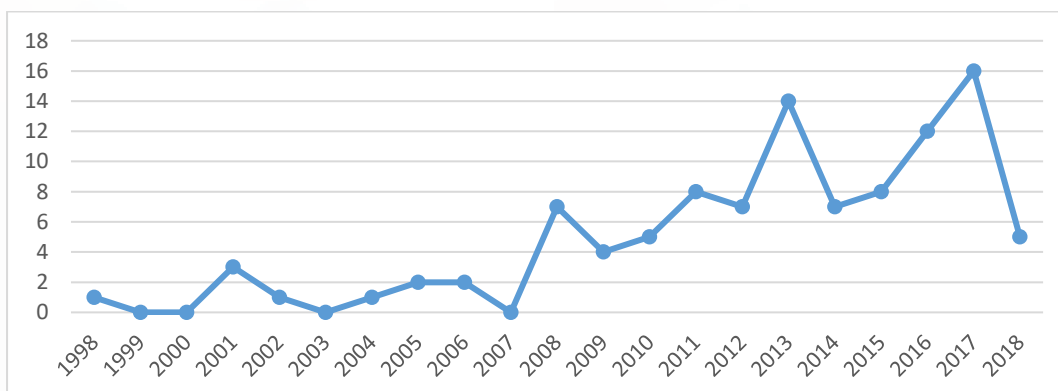


Figura 2. Cantidad de artículos publicados por año Scopus.
Tomado de “Felicidad,” por Analyze Search Results, 2018 (<https://www-scopus-com.ezproxybib.pucp.edu.pe>).

Además, la Figura 3 muestra la evolución de la literatura en Proquest a través de los últimos 20 años.

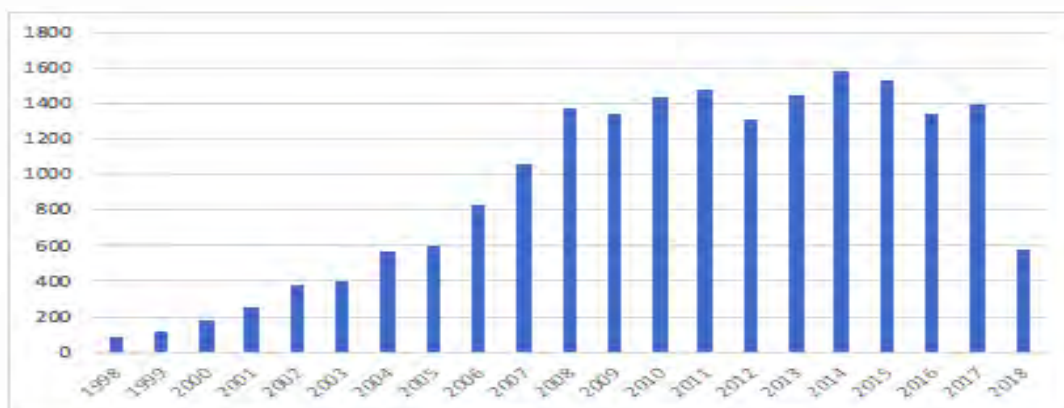


Figura 3. Cantidad de artículos publicados por año Proquest.

Tomado de ebscohost.com., 2018 (<http://eds.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/eds/results?vid=48&sid=c940741a-4e32-46fc-b5fb-cbdb114a456f%40sessionmgr4008&bquery=felicidad&bdata=JmNsaTA9RFQxJmNsdjA9MTk5ODAxLTIwMTgxMiZsYW5nPWVzJnR5cGU9MCZzaXRlPWVkey1saXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d>)

Este capítulo revisó los artículos académicos que, ya sea de forma cuantitativa o teórica, permitieron identificar los factores o determinantes en la felicidad de los millennials, de modo que se pudo organizar sistemáticamente y ayudar a la investigación. Una búsqueda inicial de la literatura disponible sobre felicidad reveló que los artículos son abundantes y se pueden organizar en diferentes niveles. En la revisión de la literatura se incluyeron los artículos que señalan la felicidad relacionada con el bienestar subjetivo, el hedonismo y la satisfacción plena (Moccia, 2016; Atherton, Graham, & Steedman, 2010; Alarcón, 2006). No se hace distinción en cuanto al área geográfica, ya que la felicidad en cualquier parte del mundo tiene los mismos antecedentes y la única diferencia es el valor que le atribuye cada persona (Alarcón, 2006).

Se realizó una revisión de las bases de datos de publicaciones académicas entre el año 2000 y 2018; no excluyendo a publicaciones anteriores a esa fecha, porque contienen instrumentos de medición de felicidad apropiados para la investigación. Se hizo un esfuerzo

por encontrar publicaciones sobre la felicidad en los millennials; sin embargo, no se encontró demasiada información.

Este capítulo comenzó con la descripción de la metodología de investigación, seguido por un mapa de la literatura, el cual describe de manera gráfica y estructurada cómo se organiza la revisión de los artículos estudiados y analizados con la finalidad de dar respuesta a la pregunta de investigación antes mencionada; luego, se dan las diferentes definiciones de la felicidad, las dimensiones externas e internas, los estudios de la felicidad e instrumentos y finaliza con el estudio de los millennials.

2.2 Descripción de la Metodología para la Revisión de Literatura

A continuación, se muestra cómo los artículos académicos se recopilaron mediante el uso de ciertos términos clave. Una revisión inicial de los contenidos de estos artículos hizo posible agruparlos de la siguiente forma (ver Figura 4).

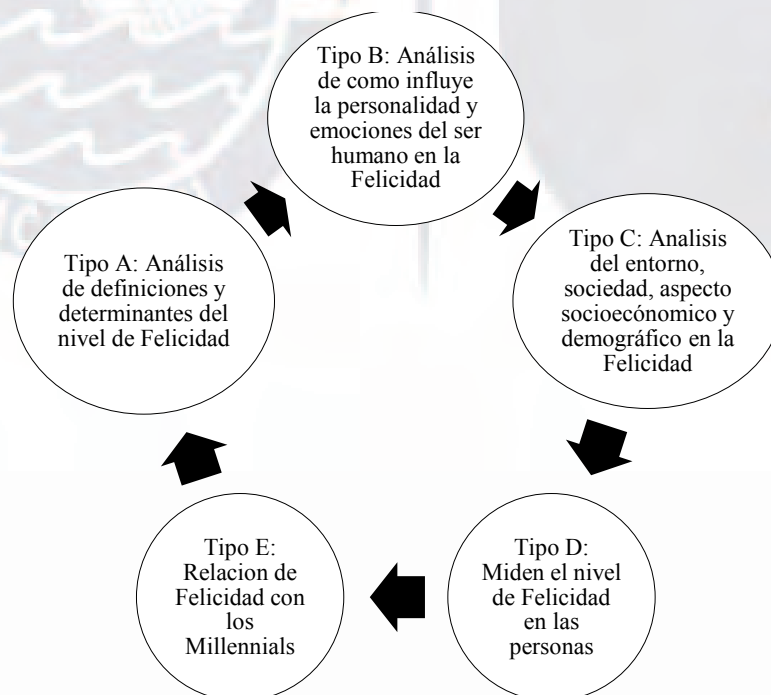


Figura 4. Criterios de agrupación de artículos para la revisión de la literatura.

Si bien, los artículos revisados hacen mención de diversos aspectos, se ha realizado la clasificación propuesta con la finalidad de agruparlos de la mejor manera para poder abarcar aspectos relevantes para la presente investigación. El objetivo de esta metodología es poder

conocer los diversos conceptos de felicidad, los principales investigadores del tema, así como las dimensiones existentes y los instrumentos con los cuales se puede analizar la felicidad en los millennials. El procedimiento aplicado en esta metodología incluye las siguientes etapas: (a) revisión de la planificación, en la cual se establece un protocolo de búsqueda; (b) ejecución de la revisión, en la cual se pone en marcha el protocolo, obteniéndose las fuentes primarias; y (c) revisión de los resultados, en la cual se analizan los artículos seleccionados.

2.3 Revisión de la Planificación para la Revisión de la Literatura

Para comenzar con la búsqueda de artículos que permitan responder las preguntas relacionadas a la presente investigación, se propuso las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son las dimensiones de la felicidad?
2. ¿Cómo ha evolucionado el concepto de la felicidad?
3. ¿Quiénes son los principales autores que han estudiado la felicidad?
4. ¿Cuáles son los principales instrumentos que miden la felicidad?

La revisión cubrió artículos escritos entre 2000 al 2018; y cuatro artículos con fecha previa al 2000, encontrados en las bases de datos de ProQuest, Scopus y diferentes buscadores académicos que permitieron encontrar información actualizada dado su actual interés. Se eligió el año 2000 como fecha de inicio de periodo de búsqueda porque fue el año en que la investigación comenzó a tener importancia.

2.4 Ejecución de la Metodología para la Revisión de la Literatura

La implementación del protocolo de búsqueda ha permitido la selección de 84 artículos en los que los temas abordados responden a las preguntas planteadas en el punto 2.2. A continuación, se muestran los criterios de selección y de exclusión de literatura para el presente estudio (ver Tabla 1).

Tabla 1

Criterios de Selección y Exclusión de Literatura

Criterios de Selección	Criterios de Exclusión
Idioma: inglés y español	Otros idiomas
Felicidad	Clima laboral
Instrumentos de medición	Felicidad laboral
	Dimensión organizacional

2.5 Revisión de Resultados: A través del Tiempo

A continuación, se puede observar la distribución a lo largo del tiempo de los artículos considerados para la presente investigación utilizando los criterios de selección mencionados anteriormente. Se ha aplicado una cadena de búsqueda en las bases de datos de ProQuest, Scopus, entre otros buscadores académicos entre el año 1985 y el año 2018, observándose una tendencia ascendente lo cual denota un incremento en el interés del estudio de la felicidad. Los autores más mencionados en los artículos encontrados son: (a) Ruut Veenhoven, para quien la felicidad está basada en que tanto les guste a las personas la vida que tienen y que además la felicidad es individual dependiendo de los genes, el entorno y el estilo de vida; y (b) Ed Diener, quien menciona el bienestar subjetivo como la manera en que las personas evalúan sus vidas y el grado de satisfacción que tienen de ella (ver Figura 5).

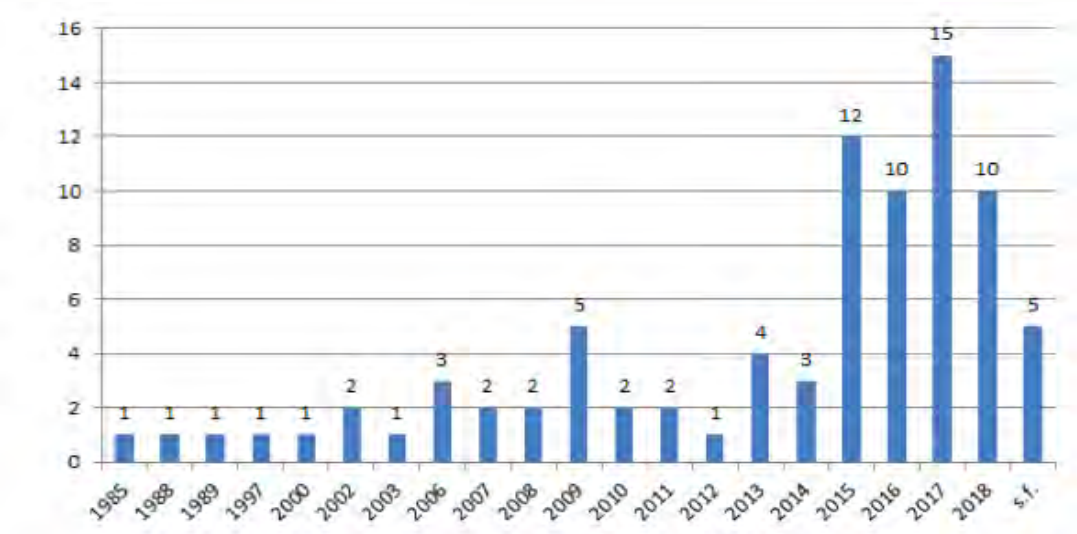


Figura 5. Distribución de artículos de la revisión de literatura por año.

2.6 Revisión de Resultados: Contexto Demográfico

A continuación, se revela la existencia de los países que tienen mayor interés en el estudio de la felicidad, donde España y Estados Unidos son los países con mayor cantidad de estudios sobre la felicidad. Para el caso de Latinoamérica, se puede observar una cantidad de artículos relevantes en países como Colombia, Perú y Chile (ver Figura 6).

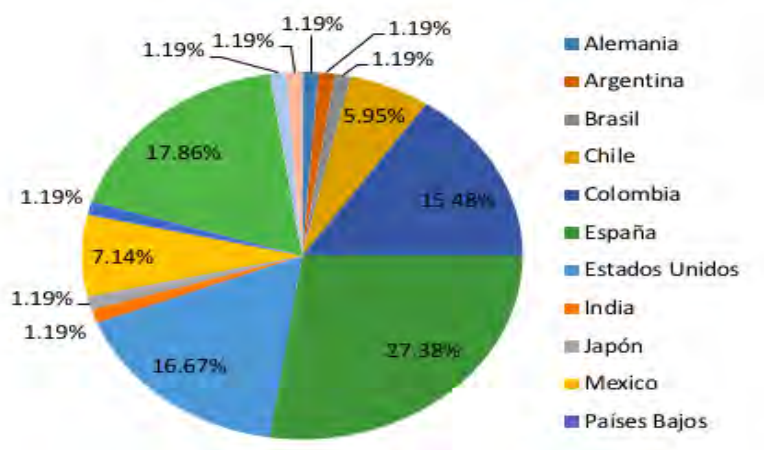


Figura 6. Publicación de artículos por país.

2.7 Mapa de la Literatura

En los países de Europa y América del Norte, existen amplias investigaciones relacionadas al estudio de la felicidad, principalmente, en países como España, Inglaterra y Estados Unidos, en los cuales se han realizado estudios específicos sobre la felicidad. En América Latina y, principalmente, en el Perú, los estudios de felicidad han sido en menor proporción; y, con relación a los millennials, las investigaciones han tenido especial relevancia en los últimos años. Estos últimos estudios han sido desarrollados particularmente en Suiza, Holanda, Inglaterra, España, Estados Unidos, México y Colombia.

A continuación, se muestra la relación de los principales autores que han abordado el tema de la felicidad, con el propósito de investigar hacia dónde se inclinan estos estudios. Se ha tomado en consideración aspectos relacionados al bienestar subjetivo, filosófico, económico y otras ciencias sociales; para lo cual los principales autores han formulado definiciones de este concepto. También se aborda el estudio de la felicidad desde sus

antecedentes, su historia desde la edad moderna a la contemporánea, sus características y sus principales motivaciones. Adicionalmente, se explicará el concepto de felicidad con sus diversas dimensiones, relacionándolo con aspectos psicológicos, políticos, de bienestar y de inteligencia emocional (ver Figura 7).

Los principales estudios específicos realizados sobre la felicidad han utilizado instrumentos que toman en consideración aspectos como: (a) la calidad de vida, (b) el bienestar psicológico, y (c) las experiencias positivas y negativas. Estos aspectos han sido clasificados por zona geográfica a nivel mundial y América Latina; desarrollándose en el Perú una escala de felicidad aplicada a 709 estudiantes de universidades de Lima, en el cual se identificaron factores como el sentido positivo de la vida, la satisfacción con la vida, la realización personal y el sentido de vivir (Alarcón, 2006). Dado que el presente estudio se desarrolló en los millennials de Lima Metropolitana, se muestran también los principales autores que proponen una definición para los millennials, mostrando las principales características que describen a esta generación y las oportunidades que tienen ante la situación actual.

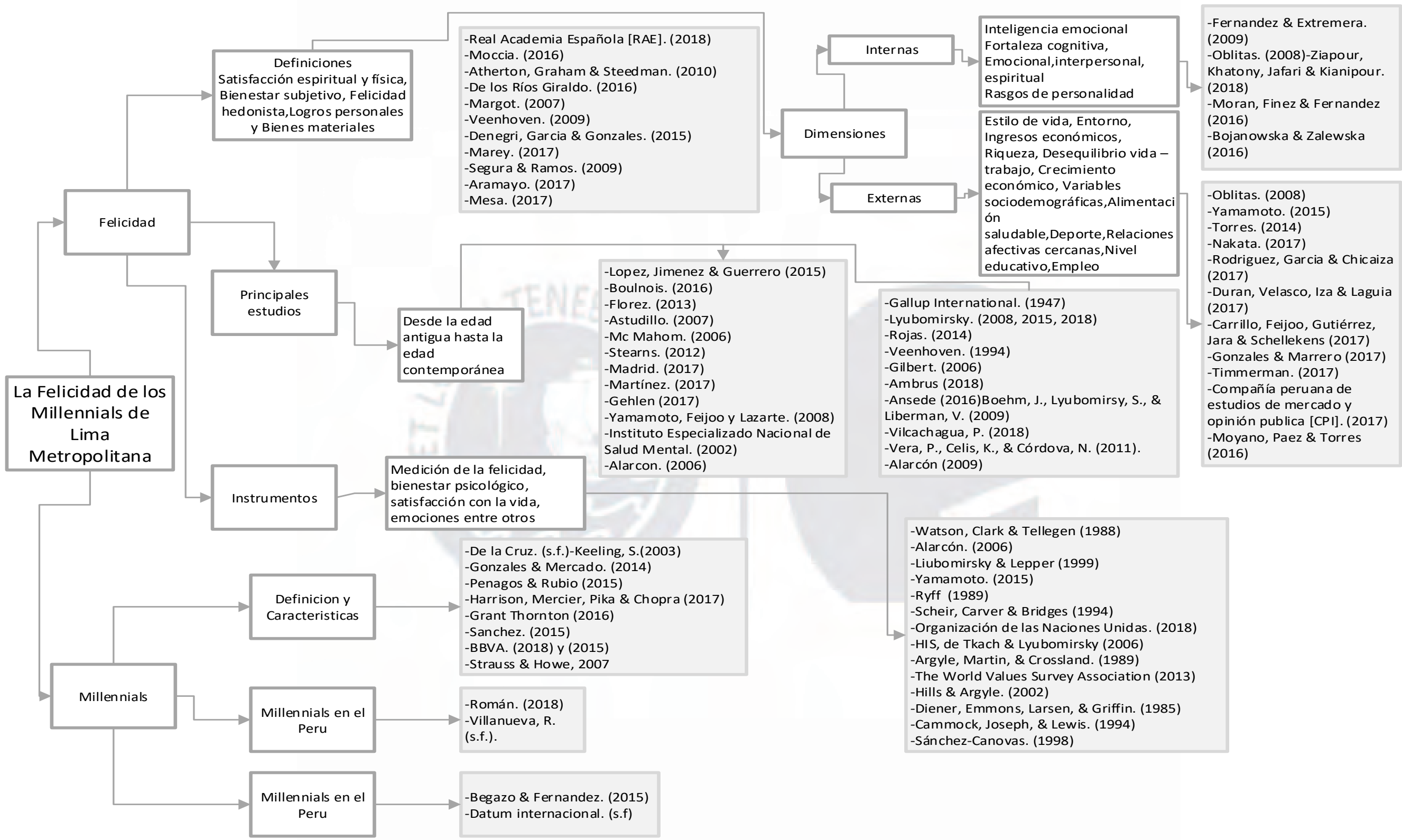


Figura 7. Mapa de la literatura sobre el estudio de la felicidad en los millennials de Lima Metropolitana.

También, se muestra de forma gráfica la estructura del presente capítulo, mostrando los temas que componen esta investigación. Para ello, se han considerado conceptos generales y las definiciones de la felicidad; así como las definiciones de los millennials. Se ha realizado un repaso por la evolución del estudio de la felicidad y sus dimensiones, llegando a los principales autores que han abordado el tema junto con los instrumentos utilizados en el estudio de la felicidad.

2.8 Felicidad

El término felicidad tiene distintas definiciones, las cuales han sido cuestionadas desde tiempos remotos. La “felicidad” significa estar en un estado de grata satisfacción espiritual y física (Real Academia Española [RAE], 2018). De acuerdo con la RAE, la felicidad es solo un “estado”; lo que significa que solo es duradero por un periodo de tiempo, y luego, por causa de algún hecho externo o interno, deja de serlo. Definir el concepto de verdadera felicidad que todos persiguen resulta difícil y subjetivo; y, tal como mencionaron Kashdan, Biwas-Diener y King (citados por Moccia, 2016), la felicidad es una “preocupación central para la humanidad” (p. 143). Todas las personas buscan la felicidad; algunos la experimentan por algunos instantes y otros inician el camino más largo para encontrarla. Lo cierto es que, por una u otra manera, las personas sienten la necesidad de hallarla.

Diener (citado por Moccia, 2016) usó otro concepto, el cual relaciona la felicidad con el bienestar subjetivo, y que se compone de elevadas satisfacciones personales a través de la obtención de bienes materiales, elevados sentimientos positivos y bajo número de sentimientos negativos. Por otro lado, Layard (citado por Atherton et al., 2010) indicó que la felicidad no es equivalente a la autorrealización, estando en contra de la postura aristotélica y a favor de la felicidad hedonista señalando siete factores que contribuyen a la felicidad humana:

El primero son las relaciones familiares, siendo el matrimonio la forma más efectiva

de vida familiar en su asociación con la felicidad; el segundo es el ingreso, lo cual es importante para el bienestar de un cierto nivel; el tercer factor es el trabajo, como proveedor de ingresos, relaciones fuera de la familia, y una oportunidad para contribuir a la sociedad en general; el cuarto factor es la comunidad y los amigos; el quinto factor es la salud, en particular salud mental; el sexto factor es la libertad personal, que está relacionada con la oportunidad de participar en la sociedad; y el séptimo son valores y filosofías personales de la vida, que son también importantes para la felicidad y el bienestar. (Atherton et al., 2010, p. 47)

Para Atherton et al., (2010), quienes estudiaron a varios autores que investigaron la felicidad, se desprende que los altos niveles de prosperidad de las economías occidentales no inciden en el bienestar y la felicidad. A su vez, argumentaron que la acumulación de riqueza y de bienes trae consigo una mejora social y una angustia individual.

Smith (citado por De los Ríos Giraldo, 2016) agregó a la concepción de felicidad elementos como la agonía y el dolor; los cuales no son considerados como elementos permanentes porque el ser humano se acostumbra a situaciones desagradables recuperando su tranquilidad habitual. Es decir, la única condición necesaria para la verdadera felicidad es la existencia de la libertad personal, ya que se descarta la felicidad asociada al poder y riqueza, siendo estas aquellas variables que pueden desaparecer y aparecer a cada momento.

Y es esta libertad personal la cual propicia ciertas condiciones generales como: (a) buena salud, (b) amor, (c) libertad y (d) posición económica; las cuales, estando todas a la vez en la vida de una persona, no necesariamente condicionan su felicidad. Lograr la felicidad va más allá de conseguir las condiciones generales mencionadas, pues está ligada a una apreciación personal y subjetiva que varía según la condición social, el grado de cultura y la edad. Al ser subjetiva, no significa que una persona invente su ideal de felicidad; sino que la construye según los criterios de la época y tipo de sociedad (Margot, 2007). Además, se

debe tener en cuenta las condiciones económicas, el grado de cultura, la edad y la propia valoración personal que colaboran para que esta búsqueda sea diferente.

Para Veenhoven (2009), la felicidad radica en como una persona juzga su propia vida; es decir, qué tanto le agrada a una persona la vida que lleva para ser feliz. Argumentó que la felicidad se debe aplicar de forma individual y no puede ser considerada de manera colectiva; es decir que la felicidad individual se basa en buscar un tipo de felicidad ideal comparando la felicidad actual con la propia vida.

Otra manera de encontrar la felicidad consiste en buscar los logros personales. Argyle (citado por Denegri, García & Gonzales, 2015) encontró que la felicidad global puede representar la diferencia entre las aspiraciones y los logros de una persona, conceptualizándolo como un estado psicológico emocional y cognitivo. Además, consideró que la felicidad pertenece intrínsecamente a las personas, independientemente del nivel de desarrollo del país donde viven, desligándolos de su nivel educativo e ingreso económico. Esto quiere decir que la felicidad global pertenece a cada uno y no depende de la situación económica o el nivel educativo, pero sí de cómo juzgar su propia vida y la obtención de sus logros.

La razón también juega un papel fundamental en la formación de la felicidad global de cada individuo. Marey (2017) mencionó que la felicidad es un fin al que ningún ser racional puede renunciar y estableció que la razón es el medio para alcanzarla; además, indicó que la felicidad no se hereda ni es brindada por la naturaleza; pero si el anhelo por conseguirla. En esa misma línea, Aramayo (2017) encontró en el formalismo ético kantiano, la definición de paz interior como la máxima expresión de la felicidad, al ser un requisito indispensable para intentar ser feliz. Sin embargo, un argumento empírico indicó que, si la felicidad dependía del carácter y de la inteligencia, también se necesita de elementos físicos o materiales, con lo cual un hombre feliz no puede vivir en la escasez, pero tampoco tener todo

en abundancia. El argumento racional ayudaría a comprender cuantos bienes físicos o materiales se necesitarían exactamente para ser feliz, no tratando de acumularlos, sino de usarlos como instrumentos para las acciones que promuevan la felicidad (Mesa, 2017).

Definir el concepto de felicidad resulta complicado porque se confunde con el bienestar o la felicidad hedónica antes mencionada; sin embargo, estos no guardan relación alguna con la felicidad, porque la misma resulta ser una meta o un propósito en sí. Lograr la felicidad conlleva a la empatía, al compromiso social, favorece la autoestima, la autoconfianza, despierta la creatividad y genera una paz interior (Segura & Ramos, 2009). Y es esa paz interior la que permite encontrar el propósito de cada persona y el significado de su existencia. Fernández y Extremera (2009) mencionaron que en el concepto de felicidad global resulta conveniente describir qué aspectos son los determinantes para la generación de felicidad en las personas. Por ello, la psicología positiva considera que existen tres aspectos generales, los cuales componen el constructo llamado felicidad: (a) genéticos, (b) circunstanciales y (c) las actividades intencionales; concluyendo que:

Los genes reflejan las características de la personalidad y representa un 50% de la generación de felicidad; las circunstancias, por su parte, reflejan los aspectos relacionado a lo sociodemográficos como raza, género, religión y representa de igual forma solo un 10% de la generación de felicidad; finalmente, la actividad intencional indica la implicancia, la participación o interacción en acciones voluntarias y representa un 40% de la generación de felicidad. En definitiva, este aspecto a diferencia de los otros dos, permite cambiar y mejorar con respecto a la felicidad.

(Fernández & Extremera, 2009, p. 88)

Una manera simplificada de ordenar estos elementos claves lleva a dividirlos en dimensiones internas y externas. Las primeras guardan relación con lo que sucede internamente; en cambio, las externas guardan relación con el entorno. Por tal motivo,

Palomera (citado por Carrillo et., 2017) encontró que, desde su conceptualización inicial, diversos autores sugirieron que la felicidad depende, en gran medida, de la interacción entre dos fuerzas o dimensiones internas y externas. La definición que propone Alarcón (2006) se inspiró en las ideas filosóficas de la felicidad basadas en Aristóteles y Epicuro; y en la investigación empírica de la felicidad. Se define “como un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado” (p.101). La conducta feliz se puede distinguir por lo siguiente: (a) por ser un sentimiento de una persona en su vida interior, lo que supone el componente subjetivo que individualiza la felicidad entre las personas; (b) dado que es un “estado”, por ser temporal o duradero, pero a la vez perecible; (c) por suponer la posesión de un “bien”, y ser feliz en tanto sea posea algo deseado o es el objeto lo que hace la felicidad de una persona; (d) lo que genera la felicidad es de naturaleza variada; y las personas le asignan cualidades por el valor que le atribuye una persona, el cual no siempre genera felicidad a todos; y, (e) no se descarta que en un tiempo histórico, las aspiraciones colectivas puedan coincidir en desear algún bien o bienes (Alarcón, 2006).

2.8.1 Dimensiones internas de la felicidad

A continuación, se muestra el estudio de los principales autores sobre las dimensiones internas de la felicidad y cómo influyen directamente en el logro de esta (ver Tabla 2). La felicidad está relacionada a la aparición de emociones positivas que potenciarían el rendimiento de las personas, mediante la estrecha relación entre la psicología positiva y la inteligencia emocional. La inteligencia emocional es una herramienta que permite regular y controlar las emociones a través del razonamiento, disminuyendo los estados de ánimo negativos y potenciando las emociones positivas (Fernández & Extremera, 2009). Existe evidencia científica de que la salud de una persona se encuentra influenciada por la conducta, el pensamiento y la personalidad al desarrollar fortalezas: (a) cognitivas, (b) emocionales, (c)

interpersonales, y (d) espirituales (Oblitas 2008).

Tabla 2

Resumen de las Dimensiones Internas de la Felicidad

Dimensión	Descripción	Referencia
Inteligencia emocional	Permite regular las emociones Permite desarrollar pensamiento crítico y aprendizaje	Fernández & Extremera, 2009
Fortaleza cognitiva		Seligman (citado por Oblitas, 2008)
Fortaleza emocional	Permite ser perseverante en la vida	Seligman (citado por Oblitas, 2008)
Fortaleza interpersonal	Permite ofrecer amistad a los demás	Seligman (citado por Oblitas, 2008)
Fortaleza espiritual	Permite vivir aspectos religiosos Permite sentirse más felices a través de la extroversión	Seligman (citado por Oblitas, 2008)
Rasgos de personalidad		Ziapour, Khatony, Jafari, & Kianipour, 2018
Factores intrínsecos de la personalidad	Permite experimentar emociones positivas y negativas	Tellegan y Watson (citados por Morán, Finez, & Fernández, 2017)

Por otro lado, Seligman (citado por Oblitas, 2008) analizó que:

La fortaleza cognitiva conlleva a desarrollar pensamiento crítico, conocimiento y aprendizaje; en lo que respecta a lo emocional se refiere a la perseverancia, integridad, vivir la vida; sobre la fortaleza interpersonal implica ofrecer amistad y cariño a los demás; finalmente, la fortaleza espiritual conlleva un sentido religioso. (p.15)

Es conocido que los seres humanos presentan diversos rasgos de personalidad. Los estudios mostraron que existe una relación positiva entre los rasgos de la personalidad y la felicidad total; por lo tanto, la extroversión presenta correlación con la felicidad pudiéndose concluir que los extrovertidos con estabilidad emocional se sienten más felices (Ziapour et al., 2018).

Los afectos juegan un papel fundamental y es en relación con estos que Tellegan y Watson (citados por Morán, Finez, & Fernández, 2017) dividieron a los factores intrínsecos de la personalidad en positivos y negativos. Asimismo, demostraron que ciertas personas son propensas a experimentar más emociones positivas haciendo que tengan mejoras a nivel cognitivo y comportamientos más tranquilos. Por otro lado, también existen personas predispuestas a tener experiencias emocionales negativas, las cuales se correlacionan con el neuroticismo, provocando la inestabilidad emocional de las personas. Costa y Mc Crae

(citados por Bojanowska & Zalewska, 2016) indicaron los predictores del bienestar individual, dado que la felicidad puede ser entendida de manera diferente por las personas. En ese sentido, la personalidad feliz consiste en bajo neuroticismo y alta extroversión, donde una parte es determinada biológicamente. Oblitas (2008) mencionó que la búsqueda de la felicidad es un objetivo importante para muchas personas porque es un componente de la salud. Adicionalmente, la vitalidad y la felicidad son componentes esenciales de las necesidades humanas; por ese motivo, pueden considerarse como los principales factores en la salud de las familias y de la sociedad.

2.8.2 Dimensiones externas de la felicidad

A continuación, se muestra el estudio de los principales autores sobre las dimensiones externas de la felicidad y cómo influyen directamente en el logro de esta. Existe cada vez más evidencia de que las causas de muerte, depresión, stress y/o diversas enfermedades tienen su raíz en el estilo de vida y el entorno donde se desenvuelven las personas, generando con ello

Tabla 3

Resumen de las Dimensiones Externas de la Felicidad

Dimensión	Descripción	Referencia
Estilo de vida	De forma negativa puede ocasionar estrés y depresión	Oblitas, 2008
Entorno	De forma negativa puede ocasionar enfermedades	Oblitas, 2008
Ingresos económicos	Permite cubrir las necesidades básicas, pero no necesariamente incrementa la felicidad	Oblitas, 2008
Riqueza	Puede incrementar la depresión como en los países desarrollados	Yamamoto, 2015
Desequilibrio vida - trabajo	Puede generar problemas mentales y suicidios	Nakata, 2017
Crecimiento económico	Es importante para incrementar la felicidad, pero no suficiente	Torres, 2014
Variables sociodemográficas	Variabes como la pobreza influyen en la felicidad	Borghesi, Vercelli, Lam, Liu Pullinguer, Tanasescu y Oprean (citados por Rodríguez et al., 2017b)
Alimentación saludable	Genera impacto positivo sobre la felicidad	Blanchfower, Oswald, Stewart, Mujcic y Oswald (citados por Rodríguez et al., 2017b)
Deporte	Mejora el nivel de socialización	Duran, Velasco, Iza, y Laguia, 2017
Relaciones afectivas cercanas	Proporciona seguridad, confianza y felicidad	Parke & ClarkeStewart (citado por Carrillo et al., 2017)
Nivel educativo	Proporciona propósito de vida	Gonzalez y Marrero (2017)
Empleo	Genera emociones positivas	Gonzalez y Marrero (2017)
Factores externos	Pueden ser controlados por las personas	(Timmermann, 2018)

una baja en los niveles de felicidad. En alguno de los casos, la influencia de los ingresos económicos sobre la felicidad sólo se da al inicio porque cubren las necesidades básicas, pero se estudió que posteriormente a un mayor nivel de ingresos económicos, estos no influyen directamente en la felicidad (Oblitas, 2008).

Se ha acumulado evidencia de que algunos factores como la riqueza, un buen sistema de seguridad social y una adecuada calidad de vida no están alineados con el bienestar subjetivo; más bien, se observó una relación negativa con los países del primer mundo, debido al incremento de las tasas de suicidio y depresión (Yamamoto, 2015). Esto podría tener como causa, la prolongada actividad laboral y un desequilibrio vida-trabajo dando como resultado, los problemas mentales y suicidios debido a que se combina muchas horas de trabajo con poco sueño (Nakata, 2017).

En Perú, se presenta una situación atípica; porque la derrota del terrorismo, la paz con Ecuador, la resolución del límite marítimo con Chile y el crecimiento económico a partir del año 2005, generaron un impacto favorable en la felicidad de los peruanos, en donde se podría dilucidar que la situación económica es una condición importante, pero no suficiente para lograr la felicidad, la misma que viene siendo opacada por la delincuencia y la corrupción a todo nivel que afectan en la actualidad el nivel de felicidad en el país (Torres, 2014). CPI (2017) midió el grado de felicidad de los peruanos mayores de 18 años a nivel nacional y determinó las tres principales razones por las que un peruano se siente feliz: (a) tener a toda la familia completa, (b) trabajo y (c) salud. Del mismo modo, determinó tres razones de su infelicidad: (a) falta de valores en la sociedad, (b) inseguridad ciudadana y (c) corrupción en el gobierno.

Borghesi, Vercelli, Lam, Liu Pullinguer, Tanasescu y Oprean (citados por Rodríguez et al., 2017b) informaron la fuerte relación entre felicidad, educación y algunas variables sociodemográficas como la desigualdad y la pobreza, las cuales influyen directamente en las

mediciones de felicidad. Blanchfower, Oswald, Stewart, Mujcic y Oswald (citados por Rodríguez et al., 2017b) indicaron que una alimentación saludable influye directamente en el nivel de la felicidad. Además, existe una relación estrecha entre el deporte y la felicidad porque se considera que el deporte hace más felices a las personas al mejorar su nivel de socialización, generar autoconfianza, aumentar la autoestima y reducir los niveles de ansiedad y depresión (Duran, Velasco, Iza, & Laguia, 2017).

Parke y Clarke-Stewart (citados por Carrillo et al., 2017) dijeron que las relaciones afectivas cercanas promueven la felicidad y, al interactuar con otros, se crea una relación afectiva, fundamental para el desarrollo y la supervivencia física, adquiriendo seguridad, confianza y facilidad de adaptación. Russell (citado por Carrillo et al., 2017) indicó que las relaciones familiares que se caracterizan por el castigo, la falta de afecto, de cariño y la soledad, logran generar un impacto negativo en el desarrollo de la personalidad del individuo profundizando su infelicidad. Por lo tanto, es fundamental establecer una relación de calidad con sus padres, hermanos y amigos.

Diener y Seligman (citados por Moyano, Paez, & Torres, 2016) encontraron que las personas felices dedicaban buena cantidad de tiempo a relacionarse con sus amistades. Además, se debe evitar prestar atención a situaciones negativas de la vida y enfocarse en los elementos que aportan factores para que la felicidad se convierta en un modo de vida, como: (a) participar en actividades creativas, (b) participar en comunidades saludables, (c) practicar ejercicios constantemente y (d) una nutrición adecuada (Oblitas, 2008).

Gonzalez y Marrero (2017) encontraron que las personas de más edad mostraban mayor bienestar subjetivo que los jóvenes, los cuales experimentan más emociones negativas. Otro atributo de los mayores es que recuerdan menos acontecimientos pasados negativos que los jóvenes. Adicionalmente, las personas que estudian una carrera presentan un propósito de vida y mayor bienestar subjetivo que aquellos con menor nivel educativo. De la misma

forma, conseguir un empleo contribuye significativamente a generar emociones positivas. Finalmente, en países afectados por dictaduras u oligarquías donde impera el miedo, es difícil creer que algunas personas puedan desarrollar felicidad, dado que cada individuo tiene su conformación emocional y su propia historia (Timmermann, 2018). Por lo antes mencionado, la felicidad es individual y los factores externos la afectan; sin embargo, son elementos controlables y determinados por cada individuo.

2.9 ¿Por qué Estudiar la Felicidad?

Desde tiempos remotos, las relaciones sociales entre primates establecieron el núcleo que generaron las sensaciones de placer, bienestar y hasta de lo que hoy se podría definir como felicidad. De esta manera se inició el vínculo de sentimientos durante el nacimiento y la evolución de la especie humana; tanto así que la evolución psíquica, anatómica y biológica de los primeros homínidos y el éxito de su reproducción se dio por razones propias de la convivencia en grupo. Posteriormente, vendrían prácticas como el apoyo mutuo, el comensalismo y la división del trabajo; que permitieron a los primates desarrollar emociones más completas tales como: (a) los vínculos materno-filiales, (b) la creación de las parejas, y (c) la familia y el grupo. En consecuencia, se apoyaron en las primeras vocalizaciones, las cuales tuvieron el objetivo de unir a los grupos evolucionando al procesamiento de estímulos, la capacidad de generar afectos y la definición de gestos (Astudillo, 2007).

Es interesante notar que en la Universidad de Harvard los alumnos cada vez se interesan más por estudiar cursos donde prefieren escuchar mensajes positivos que predicciones de economía; donde le dan cada vez más importancia a la felicidad pensando que en el futuro no tiene mucha importancia lo que uno posee, sino en lo que uno se convierte. En el mundo los índices de felicidad no son tan altos y las empresas aducen que los colaboradores tienen una baja producción debido a esto; y es por eso el interés de grandes casas de estudio para aprenderla (Hernández, 2014b).

2.10 Principales Estudios

A través de los años, distintos investigadores han intentado descubrir los motivos por los cuales las personas se sienten felices. Los siguientes puntos dividen los estudios en dos partes: (a) los previos; desde la edad antigua y edad media; y (b) los contemporáneos hasta la actualidad. Se muestra un resumen de los estudios para un mejor entendimiento y posteriormente se describirá cada uno de ellos (ver Figura 8).

2.10.1 Estudios previos

En la edad antigua Aristóteles asumió el concepto de eudaimonia, el cual era utilizado por los griegos del siglo IV A.C. para referirse a la felicidad. Se hizo cargo del reto importante de decir cosas trascendentales sobre la vida humana, definiendo la felicidad como el sentido de la vida, llegando a la reflexión de que la felicidad es un fin dado por la naturaleza humana, conformado por la contemplación de lo divino como parte material y no relacionado a lo exterior, sino a un acto de actividad suprema relacionado a la inteligencia humana, sin dejar de reconocer que esta felicidad está asociada a la buena fortuna. De estas afirmaciones se desprende el término de eu-daimon como hombre feliz. Aristóteles tomó en cuenta los factores externos como: (a) el linaje, (b) los buenos hijos, y (c) el buen aspecto. Por último, relaciona estrechamente la felicidad con la actividad de los dioses, concluyendo que la vida de los dioses es totalmente feliz y la del hombre lo será en la medida de que se acerque a la actividad divina (Martínez, 2017).

Boulnois (2016) mencionó que la felicidad en la Edad Media se constituyó en un aspecto fundamental, el mismo que alimentó la identidad necesaria a la edad moderna, ya que gracias a la filosofía se recibió un gran legado, vigente hasta nuestros tiempos. Además, en un estudio de Averroes (citado por Boulnois, 2016) se definió la felicidad como algo muy próximo a la identidad del hombre, la cual consistía en la perfección mediante la adquisición de las ciencias teóricas; complementado con ello la teoría de que el hombre encontró la

ESTUDIOS DE LA FELICIDAD				
Edad Antigua	<p>Aristoteles (Martinez, 2017): -Utilizó el concepto de Eudamoinia</p>	<p>Bentham (Veenhoven, 2009): -Postuló al utilitarismo e indico que la bondad de una acción no debería ser juzgado por la intención</p>	<p>Ruut Veenhoven (2009): -Explica que la felicidad se esta abriendo pasos en la agenda política de los países.</p>	
Edad Media	<p>Bulnois (2016): -Estudio de la felicidad a través de la Filosofía -Solución cristiana y Filosófica para el logro de la felicidad</p> <p>McMahon (2006): -En la antigua Grecia, la Felicidad era considerada un regalo de los dioses</p>	Edad Moderna y Contemporanea	<p>Maslow (Martinez, 2017): -Estudió por primera vez la Felicidad Fredickson (Martinez, 2017): -Potenció el desarrollo de la Felicidad en 4 niveles</p>	<p>Mariano Rojas (2016): -Estudió la Felicidad en Latinoamérica demostrando que el continente tiene una felicidad atípica comparada a otros países</p>
	<p>Gehlen (2017): -Según Jacob Talmon, se propuso garantizar el nivel de felicidad independientemente de las incapacidades</p> <p>McMahon (2006): -En la época de la ilustración la felicidad adopta el significado hasta hoy donde las personas deben ser felices sin esperar algo más allá de las divinidades</p>		<p>Ben Shahr (Ribera, 2016): -Profesor de Harvard y autor de dos libros donde hizo recomendaciones para la eterna felicidad para que sean sostenibles en el tiempo</p> <p>Sonia Liubormirsky (2018): -Planteó en su libros, doce actividades para la búsqueda de la felicidad.</p> <p>Dan Gilbert (Lepoutre, 2015): -Profesor de Harvard y conferencista en TED. En sus libros aduce tener la receta para ser feliz</p>	<p>Silvia Ramirez (s.f.): -Coach de la Felicidad y se enfoca en el estudio de la Felicidad en el Trabajo</p> <p>Jorge Yamamoto (2013): -Estudió la Felicidad en Perú e hizo varias investigaciones sobre la motivación de la Felicidad de los Peruanos</p> <p>Reynaldo Alarcon (2006): -Elaboró la Escala de la Felicidad de Lima para medir la Felicidad en Estudiantes Universitarios usando cuatro dimensiones</p>

Figura 8. Estudios de la felicidad.

felicidad alimentando su intelecto. Además, la solución cristiana y filosófica de aquella época se basó en el alcance de la beatitud para el logro de la felicidad; por tanto, la teología medieval se apoyó del conocimiento de Dios y la fe considerando que la felicidad estuvo presente como materia de estudio en toda la historia de la filosofía media.

Adicionalmente, McMahon (2006) mencionó que, en la antigua Grecia, la felicidad era percibida como un regalo de los dioses; sin embargo, en la época romana estaba relacionada como el preciado símbolo de Phallus. En contraparte, Pascal (citado por Flórez, 2013) llegó a la conclusión de que Dios no era accesible mediante la razón, sino directamente sensible por el corazón debido a la fuerza de la fe perfecta. En consecuencia, se trató un claro ejemplo de materializar lo espiritual bajo el intento de hacer objetivo lo subjetivo, concluyendo así que la felicidad era una noción intensamente subjetiva y transversal a lo largo de la historia de la filosofía.

En la misma línea, Gehlen (2017) informó que en el siglo XVII se vislumbró el término “felicidad terrenal para todos”, citando al libro “Los orígenes de la democracia totalitaria” de Jacob Talmon, el cual propuso garantizar a cada ciudadano un nivel de felicidad permanente para la satisfacción de sus necesidades independientemente de sus incapacidades. Para finalizar, en la época de la ilustración la felicidad empieza a adoptar el significado conocido hasta hoy, donde todos los hombres y mujeres deben ser felices en esta vida sin esperar algo del más allá o de las divinidades (McMahon, 2006).

2.10.2 Estudios actuales o contemporáneos

Jeremy Bentham (citado por Veenhoven, 2009) postuló el utilitarismo indicando que la bondad de una acción no debería ser juzgada por la intención, sino por la consecuencia sobre la felicidad humana, debiendo buscar la máxima felicidad. Años más tarde, Maslow (citado por Martínez, 2017) estudió por primera vez la felicidad, e indicó que una persona podía alcanzarla al llegar a la satisfacción plena de sus necesidades humanas. Posteriormente,

Fredrickson (citado por Martínez, 2017) potenció el desarrollo de la felicidad en cuatro niveles: (a) físico, (b) intelectual, (c) psicológico y (d) social. Los estudios sobre felicidad se han incrementado notablemente, abarcando aspectos personales y políticos. Países como Bután cuentan con funcionarios encargados de fijar objetivos, políticas y lineamientos para mejorar el grado de felicidad. Francia en el año 2004 encargó un sistema de medición de bienestar, el cual fue implementado después por el Reino Unido; para luego, desde el año 2012 elaborar el reporte mundial de felicidad de la ONU.

Ben-Shahar, psicólogo, filósofo y profesor de la Universidad de Harvard, se ha convertido en un referente a nivel mundial dictando clases de felicidad en dicha universidad. Para él, “la felicidad viene a ser una sensación general de placer y significado; e indica que las personas son felices cuando disfrutan de las emociones positivas al mismo tiempo que consideran que su vida está llena de significado” (parr. 4). Dijo además que su felicidad partió como producto de su infelicidad; tanto así que, a pesar de tener una buena vida social y ser un atleta de primer nivel, se sentía completamente infeliz. Destacó en sus libros *The pursuit of perfect* y *Happier* varias recomendaciones para la eterna felicidad y que practicarlas permitirían que la felicidad sea sostenible en el tiempo. Algunas de estas fueron: (a) realizar ejercicios, (b) una alimentación saludable, (c) listar la gratitud, (d) escribir en un papel cosas que te dan felicidad y (e) ser asertivo (Ribera, 2016).

Lyubomirsky, profesora de la Universidad de California y licenciada en Psicología por la Universidad de Harvard, fue otra de las investigadoras más importantes a nivel mundial sobre temas de felicidad. Su investigación trató de responder tres preguntas críticas: (a) ¿Qué hace feliz a la gente?, (b) ¿Es la felicidad algo bueno?, y (c) ¿Cómo y por qué las personas pueden aprender a llevar una vida más feliz y floreciente? (Lyubomirsky, 2018). Su enfoque exploró los procesos cognitivos y de motivación teniendo en cuenta la comparación social, reducción de resonancia, autoevaluación y percepción de personas; con lo cual sus

estudios dan como resultado altos y bajos niveles de felicidad. Además, mencionó que las personas felices interpretaron los acontecimientos de la vida y las situaciones cotidianas de forma tal que mantuvieron su felicidad; mientras que las personas infelices interpretaron las experiencias de manera que parecieron reforzar su infelicidad. (Boehm, Lyubormisky & Liberman, 2009; Lyubormisky, Layous, Chancellor & Nelson, 2015; Lyubormisky & Ross, 1997).

Lyubomirsky manifestó que los beneficios de la felicidad son muy buenos en términos de productividad y calidad de trabajo; además de producir mayores recompensas sociales, mayor actividad, energía y flujo; y una mejor salud física. Sus estudios recopilaron información de más de veinte años y trataron de responder dos preguntas básicas: (a) ¿Qué hace ser felices a las personas?, y (b) ¿Se puede ser más feliz? Para dar respuesta a la primera pregunta, la investigadora puso a prueba la efectividad de actividades concretas que permitieron establecer las relaciones causales de la felicidad. Y, para responder la segunda, afirmó la posibilidad de ser más feliz en base a un estudio con gemelos criados en el mismo o diferente ambiente; presentando tres grandes áreas de la realidad humana que predijeron la felicidad: (a) los genes, (b) las circunstancias y (c) las actividades deliberadas (Lyubomirsky, 2018). En su libro, “La ciencia de la felicidad: un método probado para conseguir el bienestar”, planteó doce actividades para la búsqueda de la felicidad: (a) expresar gratitud, (b) cultivar el optimismo, (c) evitar pensar demasiado, (d) practicar la amabilidad, (e) cuidar las relaciones sociales, (f) desarrollar estrategias para afrontar, (g) aprender a perdonar, (h) fluir más, (i) saborear las alegrías de la vida, (j) comprometerse con tus objetivos, (k) practicar la religión y la espiritualidad y (l) ocuparte del cuerpo. Mencionó, que no solo es importante incrementar los niveles de felicidad; sino también mantenerlos; por lo que, estableció cinco claves para hacer la felicidad sostenible en el tiempo: (a) generar emociones positivas, (b) elegir los momentos oportunos y dar variedad a las actividades, (c) rodearse de apoyo social,

(d) dedicar esfuerzo y compromiso; y (e) hacer que las actividades se conviertan en un hábito (Lyubomirsky, 2008; Cubeiro, s.f.).

Dan Gilbert, profesor de Psicología positiva de la Universidad de Harvard, ha dado varias conferencias alrededor del mundo y adujo tener la receta para la felicidad. En una de sus charlas en TED sobre felicidad sintética, mencionó que este tipo de felicidad es el resultado de no obtener lo que se quiere y que las personas se pueden adaptar a lo que tienen. Él menciona que el nivel de felicidad de las personas es el mismo, y pone como ejemplo la comparación de quienes han ganado la lotería, así como de aquellos que han quedado parapléjicos luego de un año. En ambos casos, los niveles de felicidad suben o bajan durante un promedio de tres semanas luego del suceso; posteriormente, se normalizan llamándose habituación. Este fenómeno, llamado por Gilbert inmune psicológico, provoca felicidad sintética; el cual permite que una persona pueda experimentar felicidad a pesar de vivir contrariedades, enfrentar problemas o simplemente no obtener aquello que se quiere (Lepoutre, 2015). Además, en sus charlas narra experiencias sobre por qué la gente no es feliz y por qué la gente no sabe que les hará ser felices. Para él, las personas sobredimensionan lo infelices que serán ante la adversidad y no se dan cuenta de lo fácil que es cambiar la visión del mundo si ocurre algo malo. En su libro “Tropezar con la felicidad” da su receta para ser feliz en base a datos científicos y menciona que la felicidad es un asunto de química del cerebro; donde la genética y las circunstancias influyen para conseguir la felicidad (Ansedo, 2016).

López, Jiménez y Guerrero (2017) estudiaron sobre leyes que promueven la felicidad mediante: (a) el alcance para todos sus ciudadanos, (b) el progreso equilibrado de una sociedad democrática, (c) el logro de una educación de calidad para todos, y (d) la educación como parte importante para el bienestar individual. Estos aspectos parten de la premisa de establecer una dimensión objetiva centrada en el bienestar económico, de salud, político y

educativo; y otra dimensión subjetiva enfocada en aspectos filosóficos, sociológicos y psicológicos.

Veenhoven, sociólogo reconocido por su contribución al estudio científico de la felicidad, argumentó que esta consiste en qué tanto le gusta la vida a una persona y como la compara con lo que tiene. Para él, las personas viven en una sociedad de múltiples opciones; y lo más difícil es comprender quien es cada uno y que es lo que quiere. Además, dijo que la felicidad es como la salud; la cual depende de los genes, del entorno y del estilo de vida; y que los humanos pueden lograr la felicidad a pesar de vivir en lugares hostiles (Grajales, 2015). Explicó que en la actualidad la felicidad se está abriendo paso en las agendas políticas de diferentes países, llegando a tener datos comparables entre varias decenas de países durante un mismo periodo a través de encuestas a gran escala. Como resultado de esta investigación, se buscó mejorar los niveles individuales mediante la formación, información y el nivel colectivo haciendo más efectivos los programas de enseñanza y residencias de ancianos, donde fue completamente necesario el poder medir la felicidad con el fin de poder valorar si esta puede mejorarse desde un modo realista.

Mariano Rojas, profesor de la FLACSO México y de la UPAEP; es un doctor y maestro en Economía por la Ohio State University. Es autor de más de cien capítulos de libros y artículos publicados en temas de felicidad, siendo sus libros “El estudio científico de la felicidad” y “¿Puede la economía dar la felicidad?” los más representativos; además es editor del Handbook of Happiness Research in Latin America (Rojas, s.f.). Él estudió la felicidad en Latinoamérica y argumentó una situación particular, en la cual, a pesar de los altos niveles de desigualdad, corrupción y delincuencia, los latinos están unidos por un vínculo poco común contando con el apoyo y afecto de sus familiares y amigos. Su investigación se basó en la prioridad que le dan los latinoamericanos al cuidado de sus familias, donde un 77% cree que el cuidado de las personas mayores debe hacerse por los

miembros de su propia familia en lugar de una institución pública o privada como en Europa Occidental. Además, mencionó que Brasil y Chile son los únicos países donde el grado de visita a amigos y familiares es mucho mayor que al de cualquier país en el mundo (Ambrus, 2018). En el libro “La Economía de la felicidad”, su argumentación tuvo que demostrar solidez conceptual y abordó temas metodológicos asociados a la medición. Su obra se basó en una concepción de felicidad como vivencia; y la investigación se hizo a partir del reporte que las personas hacían de su situación respondiendo a preguntas acerca de su satisfacción de vida. Además, demostró que hay necesidades no materiales que son tan importantes como los materiales; por ejemplo: (a) sentirse útil y valorado en la sociedad; (b) de relación, cuando se recibe aprecio y cariño; y (c) cuando se actúa en base a la motivación intrínseca marcando el propio rumbo (Rojas, 2016). Por ello, argumentó que la felicidad nace a partir de las relaciones humanas, partiendo de las familiares y continuando con las de amigos, colegas y vecinos.

Sylvia Ramírez es una coach colombiana, investigadora del comportamiento humano que comparte felicidad y habla de marca personal; y por muchos años llevaba preguntándose por qué hay gente a la que le va “bien” y a otra que le va “mal”. A pesar de que sus estudios se enfocaron en la felicidad laboral, el tema le interesó tanto que decidió estudiar el bienestar y felicidad de las personas (Lombardo, 2017). Sus estudios se centraron en encontrar o decidir la felicidad, e indicaron que la mayoría de las personas tienen como obstáculo para encontrar la felicidad la sensación permanente de estar esperando que pase algo o que alcancen algún hito de éxito (Ramírez, s.f.).

Yamamoto, psicólogo social e investigador peruano de la Pontificia Universidad Católica del Perú, viene estudiando qué hace a los peruanos felices desde hace dos décadas, llegando a la conclusión que solo se necesitan tres cosas: (a) una magnífica relación familiar y amical, (b) un buen lugar para vivir y (c) cierto sentido de desarrollo; y estudió este tema

con un modelo basado en tres dimensiones: (a) genética, (b) cultural y (c) circunstancial. Su hipótesis sobre la infelicidad actual es el descontrol de valores, los cuales pertenecen a la única dimensión que se puede cambiar: la cultura. Él dijo que los peruanos son emprendedores, pero les gusta transgredir la norma porque celebran la viveza y tienen un problema de autoestima (“¿Quieres ser feliz?“, 2016). Para Yamamoto, las sociedades son felices cuando buscan adaptarse a las adversidades que les tocó vivir y salen adelante con lo que tienen enfrentando una vida dura; por lo que reconoció a los wankas como los menos acomplejados en el país porque saben lo que les falta, lo que tienen y van para adelante. A diferencia de otras personas que sienten que no tienen el apellido necesario que los ayude a alcanzar sus metas; haciendo que esta carencia se convierta en una necesidad y frustración provocando su infelicidad. Consideró a Huancayo como la ciudad más feliz del Perú, un lugar donde los lazos familiares siguen siendo fuertes y sus habitantes se sienten orgullosos de su origen a pesar de no contar ni con la arquitectura del Cusco ni con el paisaje de Huaraz teniendo problemas de violencia y contaminación (Vilcachagua, 2018).

Por otro lado, mencionar al Dr. Reynaldo Alarcón es citar al más importante psicólogo peruano y uno de los más influyentes a nivel latinoamericano. Su libro “Psicología de la felicidad: Introducción a la psicología positiva”, fue el primer estudio de felicidad publicado en el Perú y uno de los primeros en América Latina, donde se abordaron temas de suma importancia para la comunidad psicológica y la sociedad en general. La obra se estructuró en dos partes, donde la primera fue una introducción a la psicología positiva. En el primer capítulo se hace una revisión del concepto y los alcances de la psicología positiva a partir del análisis de tres componentes. El segundo capítulo es un análisis de la Psicología Positiva en su doble dimensión como ciencia y práctica profesional, llegando a la conclusión de que la felicidad es “un estado de satisfacción, más o menos duradero, que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien deseado” (p. 137) y donde se encuentran

cuatro dimensiones factoriales: (a) ausencia de sufrimiento profundo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal y (d) alegría de vivir (Alarcón, 2009). Para todos los autores, Latinoamérica tiene un alto nivel de satisfacción familiar y es por eso que se considera una región atípica mostrando elevados índices de felicidad a pesar de tener los problemas ya mencionados (ver Figura 9).

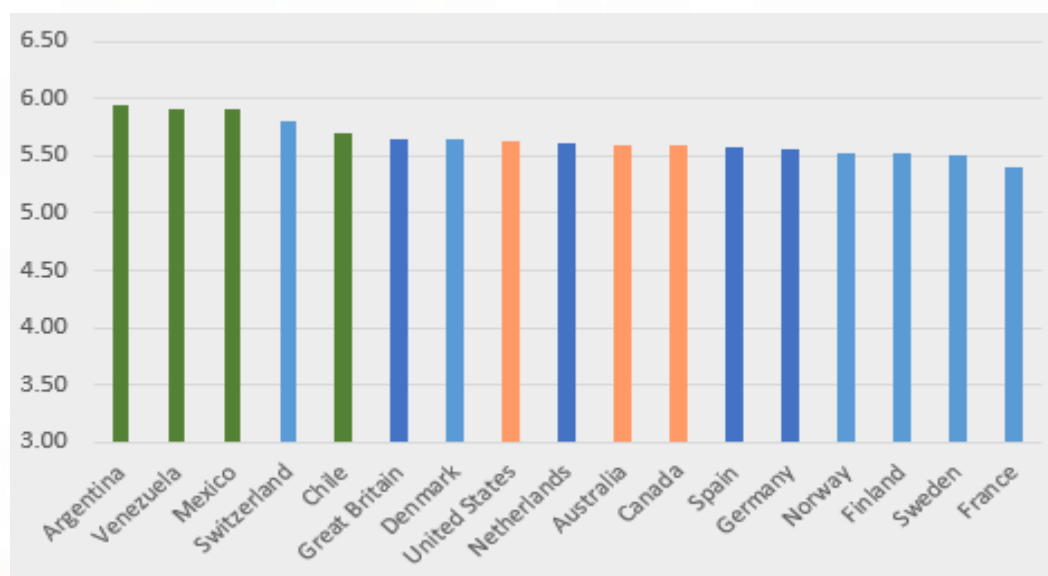


Figura 9. Satisfacción familiar.

Tomado de “Happiness in Latin America has Social Foundations,” por M. Rojas, 2018 (<https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/CH6-WHR-lr.pdf>).

En el estudio de la felicidad, Alarcón (2009) analizó cómo se comportan los aspectos sociodemográficos con respecto al nivel de felicidad e indicó que en la relación felicidad y género influyen patrones de comportamiento que se transmiten de generación en generación y otros factores culturales, dado que la felicidad no guarda asociación con el género y es independiente. Mencionó también que no se puede sostener que el incremento de los ingresos incide en aumentar la felicidad, por lo que el dinero no hace la felicidad, pero la favorece y fomenta. En relación con la edad, indicó que las personas de mayor edad reportaron ser más felices, dado que regulan mejor sus emociones y manejan su inteligencia al maximizar afectos positivos y minimizar los afectos negativos; y al analizar el estado civil, identificó

que las personas casadas son más felices que las personas solteras debido a las diversas experiencias afectivas que experimentan.

2.11 Instrumentos de Investigación sobre la Felicidad

A continuación, se muestran los instrumentos estudiados por diferentes autores a través de los años, los cuales han servido de una u otra forma a tener una medición más completa de la felicidad (ver Tabla 4). Dado que la presente investigación utiliza la Escala de Felicidad de Alarcón para medir el grado de felicidad en los millennials en Lima Metropolitana, se muestran las características de similitud que posee este instrumento frente a los demás instrumentos considerados en el estudio (ver Tabla 5). Adicionalmente, se muestran las ventajas y desventajas de la Escala de Felicidad de Alarcón en comparación con los instrumentos utilizados en la elaboración de dicha escala (ver Tabla 6).

El estudio de la felicidad ha evolucionado y hay instrumentos que los estudiaron directamente y otros que estudiaron sus factores y determinantes. En esa línea, se tiene el Satisfaction with Life Scale (SWLS), el cual evalúa la satisfacción con la vida que tienen las personas de acuerdo con el juicio cognitivo global de su propia vida. Los ítems que se incluyeron en este instrumento mediante una escala de Likert fueron: (a) si la mayoría de los aspectos de la vida de una persona son como la persona quiere que sean, (b) si las circunstancias de la vida son muy buenas, (c) si la persona está satisfecha con su vida, (d) si la persona ha podido conseguir las cosas que considera importante y (e) si pudiera vivir otra vez no cambiaría nada (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985). Este instrumento mostró la relación de la felicidad desde el punto de vista del bienestar subjetivo, ya que para Diener el nivel de felicidad de una persona se puede conocer preguntándole directamente que tan contento se siente con su vida y la respuesta será desde su perspectiva.

La Escala de Emociones Positivas y Negativas (PANAS por sus siglas en inglés) está conformado por 20 ítems, de los cuales 10 ítems son de emociones positivas y el resto de

Tabla 4

Resumen de los Instrumentos Estudiados para Medir la Felicidad

Instrumento	Autor	Medición
Satisfaction with Life Scale (SWLS)	Diener, Emmons, Larsen, & Griffin	Satisfacción con la vida
Escala de Emociones Positivas y Negativas	Watson, Clark & Tellegen	Emociones: positivas y negativas
Oxford Happiness Inventory	Argyle, Martin, & Crossland	Ser infeliz o estar levemente deprimido, bajo nivel de felicidad y alto nivel de felicidad o manía
Oxford Happiness Questionnaire	Hills & Argyle	Ser infeliz o estar levemente deprimido, bajo nivel de felicidad y alto nivel de felicidad o manía
Escala de Bienestar Psicológico	Ryff	Autoaceptación, relaciones positivas con otras personas, autonomía, dominio del entorno, propósito en la vida y crecimiento personal
Escala de Bienestar Psicológico	Sánchez-Canovas	Bienestar: subjetivo, material, laboral y relaciones con la pareja
Depression-Happiness Scale	Cammock, Joseph & Lewis	Sentimientos y experiencias: positivas y negativas
Test de Orientación Vital Revisado (LOT-R)	Scheir, Carver & Bridges	Ideas: optimistas y pesimistas
Escala de Felicidad Subjetiva	Liubomirsky & Lepper	Felicidad: sentimientos positivos y sentimientos negativos
Scale of Happiness Scale	Tkach & Lyubomirsky	Estrategias de: afiliación social, fiestas y discotecas, control mental, persecución de metas instrumentales, ocio pasivo, ocio activo, religión, intentos indirectos
World Happiness Report	Organización de las Naciones Unidas	Producto interno bruto per cápita, apoyo social, esperanza de vida sana, libertad social, generosidad y ausencia de corrupción
Encuesta Mundial de Valores	the World Values Survey Association	Factores: económicos, sociales y culturales
Modelo de Bienestar Subjetivo	Yamamoto	Factores: valores, recursos y percepción de logro de necesidades
Escala de Felicidad	Alarcón	El sentido positivo de la vida, la Satisfacción con la vida, la realización personal y la alegría de vivir

Tabla 5

Similitudes de la Escala de Felicidad de Alarcón con Otros Instrumentos

Características de la Escala de Felicidad de Alarcón	Otros instrumentos
Adaptabilidad	Adaptable a otras culturas como: Escala de Bienestar Psicológico, Oxford Happiness Inventory, Oxford Happiness Questionnaire
Basado en instrumentos validados	Para su elaboración se utilizaron los siguientes instrumentos: Satisfaction with Life Scale (SWLS), Oxford Happiness Questionnaire
Correlación positiva entre felicidad y extraversión	Como en los instrumentos: Oxford Happiness Inventory, Oxford Happiness Questionnaire
Correlación negativa entre felicidad y el neuroticismo	Como en los instrumentos: Oxford Happiness Inventory, Oxford Happiness Questionnaire
Correlación con afectos positivos	Como en los instrumentos: Escala de Emociones Positivas y Negativas
Correlación con afectos negativos	Como en los instrumentos: Escala de Emociones Positivas y Negativas

Tabla 6

Ventajas y Desventajas de otros Instrumentos vs la Escala de Alarcón

Instrumentos	Ventajas	Desventajas
Satisfaction with Life Scale (SWLS)	Escala tipo Likert, coeficiente alpha alto .87, aplicado en estudiantes universitarios	Aplicado en Estados Unidos (Universidad de Illinois)
Escala de Emociones Positivas y Negativas	Escala tipo Likert, similar cantidad de preguntas, coeficiente alpha alto entre .86 a .90, aplicado en estudiantes universitarios	Aplicado en Estados Unidos (Southern Methodist University)
Oxford Happiness Inventory	Similar cantidad de preguntas, adaptable a otras culturas	De elección múltiple
Oxford Happiness Questionnaire	Similar cantidad de preguntas, adaptable a otras culturas	Similar cantidad de ítems (29)
Escala de Bienestar Psicológico	Escala tipo Likert, alto índice de fiabilidad, aplicado a adolescentes y adultos	Consta de 65 ítems (las preguntas se duplican)
Depression-Happiness Scale	Escala tipo Likert, alto coeficiente de fiabilidad, aplicado a 200 jóvenes	Consta de 40 ítems

emociones negativas (Gonzalez & Marrero, 2017). El afecto positivo PA está reflejado por la medida en que la persona es entusiasta, activa y alerta. Un alto PA significa que la persona tiene altos niveles de concentración, compromiso y energía; mientras que uno significa que la persona tiene características que denotan tristeza. El afecto negativo NA hace referencia a una dimensión subjetiva de la persona mostrando sentimientos de angustia y estados de ánimo como enojo, miedo y nerviosismo; en contra parte, un NA bajo denota un estado de tranquilidad y serenidad (Watson, Clark, & Teilegen, 1988). Este instrumento considera que el afecto positivo y negativo son independientes; y ha sido adaptado a lo diversos países en los que se ha aplicado, porque, al medir emociones, las personas tienen diversas formas de expresarse según la cultura a la que pertenecen.

El Oxford Happiness Inventory (OHI) es un instrumento de elección múltiple que consta de 29 elementos cuyas respuestas van desde el no sentirse feliz hasta el sentirse increíblemente feliz evaluados en una escala de Likert. Para ello, la felicidad depende principalmente de: (a) la frecuencia y el efecto positivo o alegría, (b) del alto nivel de satisfacción durante un periodo de tiempo y (c) la ausencia de sentimientos como depresión o ansiedad. Con este instrumento se puede identificar niveles incrementales de felicidad desde ser infeliz o estar levemente deprimido, un bajo nivel de felicidad y un alto nivel de felicidad (Argyle, Martin, & Crossland, 1989). De dicho instrumento se deriva el Oxford Happiness Questionnaire (OHIQ) que también comprende 29 enunciados con escala de Likert pero que consta de seis alternativas que van desde muy en desacuerdo hasta muy de acuerdo. En este cuestionario Hills y Argyle (2002) utilizaron los términos bienestar, bienestar subjetivo y bienestar psicológico como sinónimos de felicidad.

La Escala de Bienestar Psicológico es un instrumento que considera una perspectiva de desarrollo de capacidades y de crecimiento personal. En un estudio, Ryff (citado por Díaz et al., 2006) propuso un modelo multidimensional conformado por seis dimensiones: (a) la

auto aceptación que hace referencia a la capacidad que tienen las personas de sentirse bien consigo mismas a pesar de sus limitaciones, de las cuales son conscientes; (b) las relaciones positivas con otras personas, que se refiere a tener amigos en quien confiar y poder mantener relaciones sociales estables; (c) la autonomía que hace que las personas deban tener autodeterminación, es decir, ser firmes en sus propias convicciones y eso hace que no caigan en las presiones sociales; (d) el dominio del entorno que hace mención a la capacidad que tienen las personas para elegir entornos favorables que les permiten satisfacer sus necesidades además de ejercer influencia en el medio que la rodea; (e) el propósito en la vida, refiriéndose a que las personas se tracen metas y busquen lograr sus objetivos; y (f) el crecimiento personal porque las personas deben siempre buscar seguir creciendo y desarrollar su potencial (Díaz et al., 2006).

Sánchez Cánovas (citado por Millán & D'Aubeterre, 2011) mencionó que el bienestar psicológico desde una percepción subjetiva es: (a) el sentido de la felicidad, (b) la capacidad de las personas para reflexionar sobre la satisfacción con la vida y (c) las emociones positivas. Ante ello, elaboró el instrumento de Bienestar Psicológico con 65 ítems, dividido en cuatro subescalas: (a) bienestar subjetivo con 30 ítems, (b) bienestar material con 10 ítems, (c) bienestar laboral con 10 ítems y (d) bienestar en las relaciones con la pareja con 15 ítems. Las respuestas son del tipo Likert con cinco opciones de respuestas que van desde totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo.

El instrumento Depression Happiness Scale, constó de 25 elementos relacionados a sentimientos de felicidad y de depresión, los cuales fueron divididos de la siguiente manera: (a) sentimientos y experiencias positivas con 12 elementos, y (b) sentimientos y experiencias negativas con 13 elementos (Pozos, Rivera, Reyes, & López, 2013). Otro instrumento es el Test de Orientación Vital Revisado (LOT-R) el cual busca medir las diferencias que tienen las personas con el optimismo y el pesimismo. Este cuestionario está conformado por diez

ítems: (a) ideas optimistas con tres ítems, (b) ideas pesimistas con tres ítems, y (c) cuatro ítems que buscan camuflar las ideas (Cano et al., 2015). Si bien es cierto, este instrumento no mide directamente la felicidad, ya que se basa en el optimismo y el pesimismo, existe una relación con el bienestar subjetivo.

La Escala de Felicidad Subjetiva de Liubomirsky & Lepper es un instrumento con cuatro ítems y siete alternativas, el cual es una medida general de la felicidad subjetiva y va más allá de estudiar sentimientos positivos y negativos. Además, se basó en el supuesto de que a pesar de que existen varios motivos para ser felices, las personas tienen una idea de que es la felicidad, cuando son felices y cuando no, teniendo la capacidad de reportarlo (Vera, Celis & Córdova, 2011).

Tkach y Lyubomirsky crearon otro cuestionario llamado Estrategias de Aumento de Felicidad (HIS), que mide a través de ocho dimensiones las estrategias que tienen las personas para alcanzar la felicidad. De ese modo se tiene: (a) estrategia de afiliación que se relaciona con conductas como el ayudar a otros, apoyar a los amigos y recibir apoyo de ellos, trabajar en habilidades sociales y tratar de ser una mejor persona; (b) estrategia de fiestas y discotecas, vinculado a salir a bailar, beber alcohol, salir a conocer gente y festejar; (c) estrategia de control mental vinculado a tratar de no pensar en ser infeliz, a no enfocarse en los aspectos negativos de la vida y tomársela tal y como es; (d) estrategia de persecución de metas instrumentales vinculado a conductas como perseguir los objetivos, estudiar y organizar la vida (e) la siguiente estrategia es de ocio pasivo, que se vincula a conductas como ver televisión, ir al cine con amigos, dormir, leer, cantar; (f) otra estrategia es el ocio activo, vinculado a conductas como ejercitarse, bajar los niveles de estrés e ir al cine solo; (g) estrategia de religión, ya que se vincula a conductas como buscar apoyo en la fe y hacer actividades religiosas como rezar y (h) la última estrategia es la de intentos indirectos vinculado a conductas como ponerse de buen humor, decidir ser feliz y escribir un diario de

vida (Moyano et al., 2016).

Árraga y Sanchez (2010) mencionaron que, en Estados Unidos en el año 1974, se creó la primera revista especializada en el estudio del bienestar subjetivo bajo un enfoque económico. Esta revista se conoció como el Social Indicator Research (SIR), la cual analiza los aspectos socioeconómicos relacionados al bienestar social. Desde aquel entonces, se realizaron diversos estudios, los cuales analizaron los aspectos relacionados a la felicidad, complementándose con el campo de la psicología positiva, la misma que permitió entender las fortalezas y debilidades humanas; y cómo afectan y son afectadas por su entorno.

Existen instituciones internacionales que miden la felicidad a nivel de países como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que está a cargo del Informe Mundial de la Felicidad, el cual utiliza encuestas a través de la metodología Gallup World Poll cuyo enfoque principal consiste en agrupar los resultados. Este documento categoriza a los países del mundo en un ranking basándose en un enfoque multidimensional analizando seis variables claves: (a) producto interno bruto per cápita, (b) el apoyo social, (c) la esperanza de vida sana, (d) la libertad social, (e) la generosidad y (f) la ausencia de corrupción. Para el año 2018, se incorporó el tema de la migración que clasifica a 156 países por su nivel de felicidad y a 117 países por la felicidad de sus inmigrantes. Este informe mostró a Finlandia como el país con mayor nivel de felicidad y su principal hallazgo fue mostrar los resultados de felicidad de las poblaciones inmigrantes, muy similares a los resultados de felicidad de la población nativa (Helliwell, Layard & Sachs, 2018). Además, en el capítulo seis del World Happiness Report, se hizo un análisis de la felicidad en América Latina con un enfoque social relacionado a los siguientes temas: (a) la calidez en la familia, (b) estados afectivos, (c) factores sociales y (e) problemas económicos (Rojas, 2018).

En un estudio de Lora (citado por Poveda, 2015) se mencionó que la felicidad dentro del contexto cuantitativo resulta limitado debido a la subjetividad y a los múltiples factores

como: (a) económicos, (b) sociales y (c) culturales. Se estudió de forma empírica la influencia de parámetros en los niveles de felicidad; para lo cual, se empleó la Encuesta Mundial de Valores, la cual recoge microdatos en una encuesta comprendida en el periodo 2012-2013 para los países de Colombia, Perú y México que tienen características similares. Sobre la base de este estudio y recolección de información se planteó utilizar un modelo logístico ordinal en cada uno de los países mencionados y puede considerarse como un análisis probabilístico.

Si bien a nivel Latinoamérica no existen muchos estudios sobre la felicidad, se tiene información que permite analizar la situación actual de la población, las cuales comparten muchas características y problemas en común. Sobre la base de los resultados, se puede tener un diagnóstico de los niveles de felicidad y compartir las buenas políticas de los países que tienen altos niveles de felicidad y replicarlas en el Perú.

En el Perú, se tiene principalmente dos instrumentos que estudian la felicidad: (a) el Modelo de Bienestar Subjetivo de Yamamoto y (b) la Escala de felicidad de Alarcón. El modelo de bienestar subjetivo presenta un modelo multidimensional en el cual considera factores de valores, de recursos, y de percepción de logro de necesidades. Es así como este modelo indica que esos factores constituyen el bienestar subjetivo y, además, que los valores sociales influyen en las metas que se traza una persona y estas conllevan a que tengan una percepción de logro, las cuales son medidas por los recursos (Yamamoto, 2015).

En el modelo de Escala de Felicidad de Lima (EFL), se encontraron cuatro factores de felicidad: (a) el sentido positivo de la vida, el cual está conformado por once ítems con afirmaciones relacionadas a una profunda depresión, a un vacío existencial, al pesimismo y al fracaso; (b) la satisfacción con la vida, el cual está conformado por seis ítems y está relacionado al nivel de satisfacción que tiene la persona porque siente que está donde debe estar o siente que está muy cerca de alcanzar su ideal de vida; (c) la realización personal, el

cual está conformado por seis ítems, y hace referencia a un sentido de felicidad plena y no temporal, lo cual se vincula a la autosuficiencia y tranquilidad emocional que tiene la persona así como el realizar metas valiosas para su vida y (d) la alegría de vivir, el cual está conformado por cuatro ítems relacionadas a las experiencias positivas de la vida y a sentirse bien en general (Alarcón, 2006). A continuación, se muestra a modo de resumen las principales características de la Escala de la Felicidad de Alarcón (ver Tabla 7). Dado que los estudios de felicidad en el país son escasos, las investigaciones de los dos principales exponentes resultaron enriquecedoras porque mostraron información que permitió reflejar la situación del país en relación con la felicidad.

Tabla 7

Características de la Escala de la Felicidad de Alarcón

Características de la Escala de la Felicidad	
Aplicación	Estudiantes de universidades públicas y privadas
Edades	Entre 20 y 35 años
Cantidad	709 personas
Ciudad	Lima - Perú
Validación del instrumento	Se realizó validación
Tipo de preguntas	Escala tipo Likert de cinco alternativas
Correlaciones	Altamente significativas - Momento Producto de Pearson
Varianza	Alta porque cada ítem es autónomo
Coefficiente de Cronbach	Altamente significativas
Divisiones	Cuatro dimensiones
D1 Sentido positivo con la vida	Afirmaciones de depresión, fracaso e intranquilidad
D2 Satisfacción con la vida	Afirmaciones de satisfacción
D3 Realización personal	Afirmaciones de autosuficiencia y tranquilidad emocional
D4 Alegría de vivir	Afirmaciones relacionadas a experiencias positivas

2.12 Millennials

Los millennials son definidos como una generación de grandes oportunidades de desarrollo, nativos de la tecnología, dispositivos electrónicos y la internet. Además, son conocidos como la generación Y, conformada por aquellas personas que nacieron entre 1980 y 2000. Según cita Goldman Sachs, tienen la edad entre 15 y 35 años, con una educación mejor en promedio a sus generaciones antecesoras sobre la base de las innovaciones tecnológicas propias del desarrollo, mostrando características liberales y con bajo interés en

la religión. Por otro lado, Arellano los define como la primera generación que cumplirá los 18 años en el nuevo milenio, muy enganchados en el día a día al internet, como herramienta para realizar compras, socializar y hasta ver televisión (De la Cruz, s.f.).

Diversos autores concluyeron que los millennials son considerados como un grupo social nacido en los noventas y que llegan a la mayoría de edad en el cambio del milenio; siendo el movimiento demográfico más grande después de los Baby Boomers. Asimismo, cuentan con nuevas actitudes, percepciones y creencias debido al mayor acceso a la educación y las posibilidades de consumo. Además, son aquellos que tomaron conciencia de los peligros medioambientales y la discriminación social y laboral; donde es recomendable que las empresas puedan generar estructuras que se adapten al trabajo de esta generación (Keeling, 2003; Gonzales & Mercado, 2014). En un estudio reciente, Molinari (citado por Penagos & Rubio, 2015) indicó que la generación Y está compuesta por los jóvenes entre 15 y 34 años, a los cuales ya no les interesa tanto el dinero y creen que el reconocimiento va de la mano con un trabajo con sentido. Los millennials son los hijos de la generación Baby Boomers, los mismos que de alguna manera han experimentado el crecimiento económico de sus padres y disfrutado de la diversidad de la oferta laboral, así como las pocas obligaciones financieras. En otra investigación, Valdiviezo (citado por Penagos & Rubio, 2015) mencionó que es necesario comprender los comportamientos de esta generación que tomará el destino del país dejando los prejuicios propios de su corta edad. Por su parte, el término millennials se usó por primera vez y refirió a las personas nacidas desde 1982 hasta el año 2005, aproximadamente, quienes experimentan una cultura menos tensa, un enfoque más optimista y una estrecha relación con sus padres (Strauss & Howe, 2007).

Sobre aspectos importantes de esta generación, BBVA (2015) concluyó que en el año 2025 los millennials comprenderán el 75% de la fuerza laboral, describiendo aspectos importantes como: (a) el 81% cuenta con Facebook y el 83 % duerme con el celular, (b)

viven pendiente del *whatsapp* dedicando casi una hora diaria, (c) prefieren la internet a la televisión clásica, (d) utilizan una diversidad de canales para sus actividades, (e) son extremadamente sociales, (f) sus experiencias negativas en la red tienen un fuerte impacto, (g) tienen baja incidencia en desequilibrios financieros, y (h) tienen tendencia ecológica, prefiriendo los productos elaborados cuidando el medio ambiente. Además, se estableció que suelen disfrutar del balance y trabajo, por lo que es para la empresa completamente necesario generar una alternativa que pueda captar su atención mediante la promulgación de políticas para desarrollo y beneficios; desarrollando un mecanismo para motivar la comunicación e incrementar la retención de los talentos (Harrison, Mercier, Pika & Chopra, 2017).

Grant Thornton (2016) estableció importantes conclusiones respecto a los factores que más atraen a los millennials a la hora de elegir un trabajo mencionando: (a) el factor calidad de vida y autorrealización, (b) el salario no es lo primordial, (c) bajo interés en el prestigio de la empresa, (d) el temor a la falta de oportunidades de promoción y ascenso; y (e) el desarrollarse en un trabajo que sea motivador e interesante.

Sánchez (2015) describió 14 atributos que definen a este grupo generacional: (a) ingresar al mercado laboral y la expectativa de que su nueva empresa calce con sus sueños, (b) la necesidad de creer que la empresa es lo que pregona ser, (c) construir su propia realidad rescatando las vivencias obtenidas, (d) aprender y sentir que son valorados, (e) encontrar el protagonismo en la empresa desde el inicio, (f) encontrar tiempo para ellos, (g) trabajar en una compañía donde puedan generar amistades, (h) la necesidad de que sus jefes los entiendan en aspectos laborales y extralaborales, (i) buscar movimientos o rotaciones internas constantes, (j) encontrar una formación integral y motivadora, (k) tener la necesidad de destacar sobre los demás, (l) usar un espacio tecnológico personal, (m) la búsqueda de más canales para ejercer la comunicación y (n) temor al fracaso, ya que no conocen sus consecuencias.

2.12.1 Millennials en el Perú

En el Perú, el 80% de los millennials han culminado sus estudios superiores y un similar porcentaje se encuentra ya apto para ingresar al mundo laboral. Futuro Labs mencionó que esta generación nació entre los años 1984 al 1994; por otro lado, Ipsos indicó que el 70% de millennials peruanos aún viven con sus padres y son el soporte económico en su hogar de alguna forma, donde incluso el 25% de ellos son jefes de familia. Como característica de los millennials que pertenecen a los NSE A y B, estos suelen conseguir trabajos afines a lo que estudiaron en sus universidades o institutos (De la Cruz, s.f.). Se muestra que en Latinoamérica existe un gran porcentaje de personas que viven con sus padres, donde los de América Central son los que tienen un mayor porcentaje a nivel mundial (ver Figura 10).

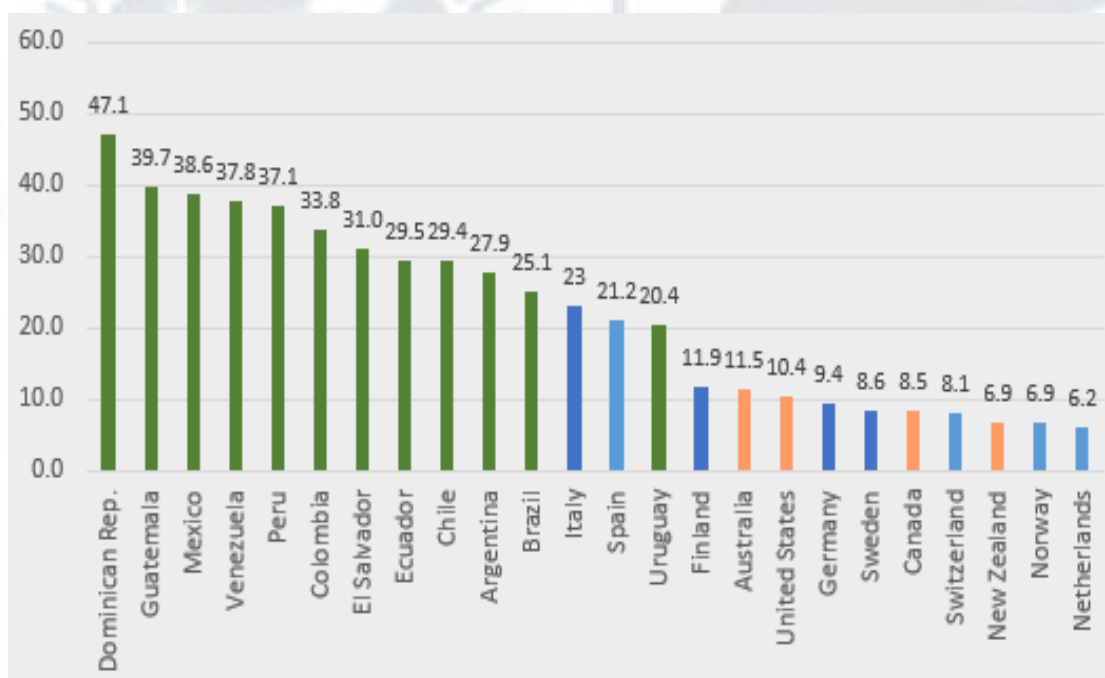


Figura 10. Porcentaje de personas que viven con sus padres.

Tomado de "Happiness in Latin America has Social Foundations," por M. Rojas, 2018 (<https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/CH6-WHR-lr.pdf>).

En la actualidad, las empresas solicitan esta fuerza laboral con especial énfasis en aquellos que cuenten con conocimientos extras como cursos y capacitaciones fuera del ámbito universitario, con desarrollo de habilidades blandas, conocimientos de programas informativos y hasta con un segundo idioma. Mientras los millennials esperan de manera

recíproca experiencias que los puedan enriquecer de manera personal y profesional, así como la adquisición de conocimientos adquiridos en el centro laboral, como un buen ambiente de trabajo, buena infraestructura, capacitación, estabilidad laboral, línea de carrera, seguridad en el trabajo, descuentos exclusivos y buena relación con sus jefes. De no darse el caso no dudarán en migrar a otro centro laboral (De la Cruz, s.f.).

La consultora ER reveló que los millennials consideran tres factores claves para la estabilidad laboral: (a) balance de vida persona- trabajo, (b) horario flexible y (c) buen ambiente laboral, su promedio de duración laboral en una empresa está en el rango de tres a seis años (Penagos & Rubio, 2015). Por otro lado, Román (2018) concluyó que esta generación ha sido muy cuestionada respecto a su mala crianza, baja lealtad, egocentrismo y narcisismo, coincidiendo que el 61% de millennials reconocen la poca adaptabilidad en el ambiente laboral, el espíritu aventurero, la coherencia de sus valores y el aguante hacia jefes autoritarios.

Los millennials peruanos muestran un comportamiento diferente al de sus padres destacando que en nuestro país el 63% vive aun con su familia y el 11% vive con su pareja e hijos. Asimismo, el 53% del total se encuentra casado o convive, el 43% son solteros; solo la mitad de la población millennials tiene el hábito de ahorrar y el 70% se moviliza en transporte público. Para esta generación, el aspecto de mayor importancia es el dinero y el tiempo, y muestran una escasa preocupación por la salud, acudiendo solo el 19% a chequeos médicos. Como amantes de la tecnología utilizan por igual las redes sociales y se contactan con amistades por visita personal, llamada telefónica, mensajes instantáneos y correos, en donde el 99% utiliza Facebook. Otro de los temas de mayor interés para ellos es la realidad virtual, la energía solar, la preocupación por perder a un ser querido y también las finanzas personales centrando su atención a la calidad de la educación para salir de la pobreza (Villanueva, s.f.). Por otro lado, Penagos y Rubio (2015) concluyeron que los millennials

peruanos de los segmentos socioeconómicos C y D no necesariamente son iguales a los millennials de Estados Unidos, pero sí podrían serlo los que se encuentran en los niveles socioeconómicos A y B por la facilidad de acceso a comunicaciones, tecnología y recursos.

2.12.2 Felicidad en los millennials peruanos

Begazo y Fernández (2015) llegaron a la conclusión de que para el periodo 2025 – 2030 la fuerza laboral millennials será de 60%. Esta generación que prácticamente duerme con la Tablet y smartphone cerca de la cama y considera al matrimonio como una opción, y tiene como principal fuente de conocimiento los tutoriales de internet. A los millennials peruanos le interesa el dinero y la estabilidad laboral a diferencia de otros países, pero la informalidad y lenta penetración de la tecnología hacen lento el cambio de sus características. El desarrollo profesional pleno se relaciona con hacer lo que más le puede apasionar, lo que traería como consecuencia que se vuelvan expertos en su campo; además, les interesa mucho la opinión de los especialistas y valoran la individualidad. En el caso de los millennials que no sienten las oportunidades de crecer en su trabajo, estos optan por irse de la organización. A esta generación es importante darle continua retroalimentación.

2.13 Resumen

Los antecedentes del término felicidad se establecieron desde las primeras relaciones entre primates mediante las sensaciones de placer y bienestar; sensaciones que fueron evolucionando con el paso de los años y fueron fortalecidas en el apoyo mutuo, la creación de parejas, los grupos y las familias (Astudillo, 2007). En la edad antigua, Aristóteles concluyó que la felicidad era un fin dado por la naturaleza humana, conformado por la contemplación de lo divino y la inteligencia humana (Martínez, 2017). Posteriormente, el legado de la edad media se constituyó hasta nuestros días, donde Averroes (citado por Boulnois, 2016) reafirmó la felicidad mediante la evolución del intelecto y el conocimiento de Dios. Ya en el siglo

XVII, el concepto de felicidad evolucionó hacia la felicidad terrenal para todos, término que difiere de los anteriores conceptos, el cual garantizó a cada ciudadano un nivel permanente de satisfacción (Gehlen, 2017).

En la actualidad, Jeremy Bentham (citado por Veenhoven, 2009) postuló al utilitarismo sosteniendo que una acción debe de ser juzgada por su consecuencia sobre la felicidad humana. Asimismo, Martínez (2017) mencionó que Fredrickson potenció el desarrollo de la felicidad en aspectos físicos, intelectuales, psicológicos y sociales. En consecuencia, la felicidad ya es parte de la política pública en algunos países en donde se establecen reportes de felicidad a nivel global por parte de la ONU. La felicidad llegó a aplicarse en temas legislativos para la promoción de esta; en donde López et al. (2017) informaron sobre leyes que promueven la felicidad mediante: (a) el alcance para todos sus ciudadanos, (b) el progreso equilibrado de una sociedad democrática, (c) el logro de una educación de calidad para todos, (d) la educación como parte importante para el bienestar individual. De acuerdo con los estudios realizados, la felicidad es un estado de grata satisfacción espiritual y física (RAE, 2018), mientras que otros autores la definieron como la preocupación central para la humanidad, según Kashdan, Biwas-Diener y King (citado por Moccia, 2016).

Diener (citado por Moccia, 2016) propuso el concepto de bienestar subjetivo al relacionarlo con la felicidad mediante la elevada satisfacción, como consecuencia de la obtención de bienes materiales. Por otro lado, Segura y Ramos (2009) sostuvieron una posición diferente, ya que el bienestar o la felicidad hedónica no guardan relación alguna con la felicidad; por tanto, lograr la felicidad conlleva a la empatía, al compromiso social, a favorecer la autoestima, a mejorar la autoconfianza, despertar la creatividad y generar una paz interior. Además, Atherton et al. (2010) concluyeron que los niveles de prosperidad económica no tienen vinculación con la felicidad. En la misma línea, Smith (citado por De

los Ríos Giraldo, 2016) propuso la libertad como la única condición necesaria para lograr la felicidad, descartando a todas luces la felicidad asociada al poder y riqueza. Por su parte, Veenhoven (2009) encontró que la felicidad radica en que tanto le agradaba a una persona su vida para poder ser feliz, en donde aplicó el análisis de forma individual y no colectiva; mientras que Marey (2017) encontró que la razón juega un papel trascendental en la formación de la felicidad.

Aramayo (2017) encontró que las líneas maestras del formalismo ético kantiano definieron la paz interior como la máxima expresión de la felicidad. En la práctica, sostuvo que la felicidad depende del carácter, de la inteligencia y de elementos físicos o materiales; por tanto, un hombre feliz no puede vivir en la escasez, pero tampoco debe serlo en la abundancia. Para Fernández y Extremera (2009), la psicología positiva consideró tres aspectos generales dentro de la felicidad: (a) genéticos, (b) circunstanciales y (c) las actividades intencionales. Adicionalmente, estos aspectos fueron divididos en dos dimensiones: (a) internos y (b) externos; definición que fue años más tarde complementada por Palomera (citado por Carrillo et al., 2017), quien sostuvo que la felicidad depende de la interacción entre estas dos dimensiones.

Estudios a nivel mundial indicaron que las personas son felices al disfrutar las emociones positivas y considerar que su vida está llena de significado. Ben-Shahar (citado por Ribera, 2016) recomendó: (a) realizar ejercicios, (b) una alimentación saludable, (c) listar la gratitud, (d) escribir en un papel cosas que te dan felicidad y (e) ser asertivo. Por otro lado, Lyubomirsky (2018) se interesó en descubrir: (a) ¿Qué hace feliz a la gente?, (b) ¿Es la felicidad algo bueno?, y (c) ¿Cómo y por qué las personas pueden aprender a llevar una vida más feliz y floreciente? Mediante la exploración de procesos cognitivos, la comparación social y acontecimientos cotidianos determinó los beneficios positivos de la felicidad en términos de recompensas sociales.

Por otro lado, Veenhoven (citado por Grajales, 2015) concluyó en su estudio que la felicidad depende de los genes, el entorno y el estilo de vida, tomando en cuenta que no es una regla o principio que los países más desarrollados sean siempre los más felices, ya que los seres humanos se desarrollaron en ambientes hostiles no necesitando de cosas materiales para superar las dificultades. Este argumento es sustentado por Gilbert (citado de Lepoutre, 2015), quien definió la felicidad sintética como aquella en la cual las personas se puedan adaptar a lo que tengan y no en lo que quieran conseguir.

Estudios en Latinoamérica, como “El estudio científico de la felicidad” y “¿Puede la economía dar la felicidad?” definieron una realidad distinta a los estudios globales, donde el vínculo familiar y amical eran muy importante, tal como lo definió Rojas (citado por Ambrus, 2018). En su libro “la economía de la felicidad” analizó las experiencias afectivas, evaluativas y sensoriales basándose en la concepción de la felicidad como vivencia y satisfacción de la vida, mencionando que el sentirse útil, el recibir aprecio y actuar en base a la motivación intrínseca motiva las relaciones humanas, las cuales parten desde la familia hasta los amigos y vecinos (Ambrus, 2018).

En Perú, Yamamoto (2015) concluyó que los peruanos necesitan tres cosas para poder ser felices: (a) una buena relación familiar y amical, (b) un buen lugar para vivir y (c) cierto sentido de desarrollo; basando el estudio en las dimensiones genéticas, culturales y circunstanciales. Por otro lado, Alarcón en su libro “Psicología de la felicidad. Introducción a la Psicología Positiva” revisó el concepto y los alcances de la psicología positiva como ciencia y como práctica profesional, en donde determinó la felicidad como el estado de satisfacción experimentado por una persona al tener algo deseado (Alarcón, 2009).

El estudio de la felicidad a nivel mundial ha venido evolucionando, dando a conocer instrumentos que investigan la felicidad de manera directa y otros que estudian su relación con diversas situaciones hasta llegar a los reportes mundiales sobre felicidad por cada país.

Los estudios de mayor relevancia son: (a) La Escala de autoestima de Rosemberg, (b) Satisfaction with Life Scale, (c) la Escala de Emociones Positivas y Negativas, (d) Oxford Happiness Inventory, (e) La Escala de Bienestar Psicológico, (f) El instrumento Depression Happiness Scale, (g) Test de Orientación Vital Revisado, (h) La Escala de Felicidad Subjetiva, (i) Estrategias de aumento de Felicidad, (j) El Inventario Reducido de Cinco Factores, y (k) Informe Mundial de la Felicidad. Para Latinoamérica, se tomaron en cuenta los siguientes estudios con la finalidad de identificar los niveles de felicidad en la región y utilizarlos para mejorar las políticas públicas: (a) el World Happiness Report, (b) El Latinobarómetro y (c) La encuesta mundial de valores tomada para el estudio de Lora. De la misma forma, en Perú, se utilizaron dos instrumentos con el objetivo de ahondar en la situación del país y establecer mejores políticas para mejorar los niveles de felicidad en la población: (a) el Modelo de Bienestar Subjetivo de Yamamoto y (b) la Escala de felicidad de Alarcón.

Referirse a los millennials, es un poco complejo puesto que no tienen un rango de edad definido. Sachs (citado por De la Cruz, s.f.) informó que tienen entre 15 y 35 años, mientras que Molinari (citado por Penagos y Rubio, 2015) indicó que las edades comprenden entre 15 y 34 años. Ambos autores coinciden en que la afición tecnológica y la conciencia ambiental son aspectos muy relevantes para los millennials puesto que son un tema a futuro. Por otro lado, los millennials son definidos por sus preferencias para el uso de tecnologías e Internet, el balance trabajo, las expectativas de crecimiento laboral y preocupación por el futuro (BBVA, 2015, Sánchez, 2015; Gran Thorton, 2016). Adicionalmente, el 80% de los millennials en el Perú han culminado estudios superiores y se encuentran aptos para trabajar. Un 25% ya son jefes de familia y la inmersión laboral se da en mayor grado en los pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B (De La Cruz, s.f.). Además, Begazo y Fernández (2015) concluyeron que los millennials representarían el 60% de la fuerza laboral

para los años 2025-2030, y que estos muestran preferencias por el dinero, la estabilidad laboral y el desarrollo profesional. En contraste, Villanueva (s.f.) indicó que los millennials peruanos muestran diferencias en comparación con los millennials del mundo respecto a la convivencia con la familia, la importancia del dinero y la escasa preocupación por la salud.

2.14 Conclusiones

El interés por el estudio de la felicidad se viene incrementando a medida que los años transcurren, los estudios en regiones y países son cada vez más constantes y extensos en cuanto a periodos de investigación. Ha sido conveniente agrupar los estudios para un mejor análisis y conclusión; de esta manera, se pudo conocer los diversos conceptos y revisar cronológicamente los estudios de felicidad en base a una estructura definida mediante criterios de selección y exclusión de la literatura encontrada.

Se concluye desde las definiciones analizadas, que la felicidad presenta características muy comunes, tales como ser: (a) subjetiva, (b) momentánea, (c) relacionada con la interacción y otros factores externos; (d) no relacionada con el dinero, (e) influenciada por factores genéticos. En donde la interacción entre estos factores será el elemento del cual dependerá de cierto modo el grado de felicidad de cada individuo. Es importante mencionar que la interacción es un factor fundamental dentro de las valoraciones de felicidad por diversos autores. Los autores peruanos van por el mismo camino, clasificando a la genética, la cultura y la circunstancia como factores determinantes de la felicidad. No obstante, los estudios mostraron diferencias con la realidad entre países o regiones debido a que algunas sociedades podrían gozar de la felicidad de manera completamente diferente a otra sociedad situada al otro extremo del mundo, brindando diferentes valoraciones en los estudios a situaciones que se sucedan en el trabajo, con la familia o respecto a la salud.

La historia sobre la felicidad muestra los diversos cambios sufridos a lo largo de los años, iniciando por su asociación directa a los dioses y a la sabiduría hasta las definiciones

contemporáneas que la proclaman como un derecho de todos y estados que promulgan políticas que promuevan el acceso a ella.

Los diversos instrumentos, cuestionarios y test analizados muestran relaciones de la felicidad con campos psicológicos; en muchos casos clasificados mediante escalas o cuadrantes a fin de encontrar las asociaciones con situaciones específicas debido a la gran cantidad de estudios en el mundo. Respecto a la literatura encontrada sobre estudios en Perú, se ha remitido al análisis Yamamoto y Alarcón, quien son dos de los principales autores peruanos dado que cuentan con los estudios más importantes conocidos hasta el momento.

Las conclusiones sobre felicidad han servido para aplicar y entender las motivaciones de los millennials en el Perú. Debido a que es una generación con muchas expectativas y costumbres diferentes a las generaciones anteriores; motivados por su acceso a la tecnología, percepciones y creencias; resultando fundamental el análisis de los conceptos previos para medir su grado de felicidad.

Capítulo III: Metodología

El presente capítulo describe la metodología empleada para la presente investigación. Primero, se presenta el diseño de la investigación, en el que se describe el alcance y el enfoque del estudio. Se define la población y se explica la manera en la cual se seleccionó la muestra, así como la forma en que se recopilaron los datos. Posteriormente, se detalla el instrumento utilizado y la herramienta con la cual se analizó la información estadística. Luego, se identificó a uno de los grupos críticos y se realizaron entrevistas a profundidad para obtener mayor información. Finalmente, el capítulo desarrolla la forma cómo se mide la validez y la confiabilidad del estudio.

3.1 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación tiene un alcance descriptivo. Al respecto, es preciso indicar lo siguiente:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (Hernández et al., 2014a, p. 92)

Por otro lado, también es cuantitativo porque “pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva” (Ruiz, 2011, p.153), en el que se analiza, se procesa y se mide los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a la muestra seleccionada. Y, dado que la investigación es cuantitativa, los datos podrán ser tabulados de forma numérica, y analizados utilizando herramientas estadísticas.

La investigación es no experimental transversal, descriptiva y con un enfoque cuantitativo, con el fin de observar fenómenos ya existentes y cómo se dan en su contexto natural para analizarlos posteriormente. El hecho de que sea no experimental transversal se

debe a que no se busca condicionar la variable a una situación dada para obtener información que corrobore el objetivo de la investigación. Por el contrario, se pretende indagar a través de la búsqueda de un grupo de personas con el fin de proporcionar su descripción en un momento dado (Hernández et al., 2014a). El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos con el fin de contestar las preguntas de investigación, confiando en la medición numérica y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud los patrones de la población (Gómez, 2006). Se aplicaron técnicas de estadística descriptiva con el propósito de determinar las estadísticas correspondientes para identificar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana, en el año 2018. Adicionalmente, el diseño de la investigación considera la Escala de la Felicidad de Lima como instrumento para la recolección de datos (Alarcón, 2006).

3.2 Conveniencia del Diseño

Para la presente investigación el enfoque más apropiado es usar un enfoque cuantitativo. Cortés e Iglesias (2004), definieron el enfoque cuantitativo como:

Toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las hipótesis establecidas previamente. En este enfoque se utiliza necesariamente el análisis estadístico, se tiene la idea de investigación, las preguntas de investigación, se formulan los objetivos, se derivan las hipótesis, se eligen las variables del proceso y mediante un proceso de cálculo se contrastan las hipótesis. Este enfoque es más bien utilizado en procesos que por su naturaleza puedan ser medibles o cuantificables. (p. 10-11)

Adicionalmente, Toro y Parra (2010) señalaron que:

La investigación cuantitativa en su forma ideal parte de los marcos teóricos aceptados por la comunidad científica, los cuales permiten formular hipótesis o preguntas sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema estudiado.

Continúa con el proceso de recolección de información con base en conceptos empíricos mensurables, derivados de los conceptos teóricos con los que se construyen las hipótesis conceptuales. Concluida esta etapa se procede a analizar los datos, presentar los resultados y determinar el grado de significación de las relaciones estipuladas entre los datos. (p.75)

Es interesante observar que Cortés e Iglesias (2004) mencionaron que el enfoque cuantitativo se califica como frío e impersonal y Hernández et al. (2014a) indicaron que el enfoque cuantitativo es usado para probar hipótesis en base a la recolección de datos y la medición numérica usando el análisis estadístico para probar teorías. Es por ello que, de acuerdo a lo mencionado por estos autores, el enfoque cuantitativo ha sido el más conveniente para esta investigación. La conveniencia de que el presente estudio sea descriptivo se puede relacionar con lo mencionado por Toro y Parra (2010):

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades/características importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos por investigar. Esto significa que en un estudio descriptivo se selecciona una serie de asuntos y se mide cada uno independientemente, para así describir los que se investiga. El investigador debe ser capaz de definir qué se va medir y cómo se va a lograr precisión en esa medición. Asimismo, debe ser capaz de especificar quién o quiénes tienen que incluirse en la medición. La investigación descriptiva requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder. La descripción puede ser más o menos

profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. (p. 247)

Además, la presente investigación es no experimental porque, según lo indicado por Kerlinger (2002), “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos” (p. 420). Esto se comprueba porque no se modificó la variable y los participantes fueron escogidos al azar en los diversos centros comerciales.

El diseño de esta investigación estableció dos principales ventajas. La primera es porque utiliza el instrumento para medir felicidad, el cual está adaptado a las características de una población Latinoamericana; además, fue aplicado a una muestra de estudiantes universitarios de Lima entre los 20 y 35 años, lo cual brinda validez y confiabilidad (Árraga & Sánchez, 2010). En segundo lugar, el instrumento es un modelo simplificado que permite conocer la estructura interna de la felicidad a través de sus cuatro dimensiones principales. En ese sentido, las aplicaciones de las técnicas estadísticas permitieron demostrar cuantitativamente el nivel de felicidad por género, estado civil, situación laboral, y nivel educativo y socioeconómico (Alarcón 2006).

3.3 Población y Muestra

Según el estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, s.f.b), la población de personas en el 2015 que representaron a los millennials de Lima Metropolitana del rango de edades de 20 a 34 años fue de 2'347,047. Partiendo de esta cifra y para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre la cual se recolectan datos, los cuales deben ser representativos de la población estimada; y sus resultados obtenidos podrán generalizarse a la población (Hernández et al., 2014a). La muestra obtenida es del tipo no probabilístico porque:

Suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación más que por un criterio estadístico de generalización usándose en diversas investigaciones cualitativas y cuantitativas y su ventaja desde la visión cuantitativa es su utilidad para determinados diseños de estudio que requieren no tanto una “representatividad” de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del programa. (Hernández et al., 2014a, p. 189-190)

Para la presente investigación, se eligió utilizar el muestreo por conveniencia dado que se seleccionaron millennials en cuatro centros comerciales de diferentes zonas de Lima Metropolitana sobre la base de la “facilidad de acceso a la unidad de acceso” (Pasco & Ponce, 2015, p. 54). Para efectos del presente estudio, se considera un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%; además, se utiliza la siguiente fórmula para determinar el número de la muestra:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \sigma^2}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times \sigma^2}$$

Donde:

- N: Es la población, es decir 2'347,047 millennials en Lima Metropolitana
- Z: 1.96, lo cual aplica a elementos con distribución normal
- σ : Varianza que se espera obtener, y es igual a 0.5
- e: Es el error muestral de 5%

Al aplicarse la fórmula, resultó $n = 385$; lo que se dividirá proporcionalmente en cuatro segmentos: (a) Lima Centro, (b) Lima Este, (c) Lima Norte y (d) Lima Sur. Lima Centro incluye a los distritos de: (a) Cercado de Lima, (b) Barranco, (c) Breña, (d) Jesús María, (e) La Victoria, (f) Lince, (g) Magdalena del Mar, (h) Magdalena Vieja, (i) Miraflores, (j) Rímac, (k) San Borja, (l) San Isidro, (m) San Miguel, (n) Santiago de Surco y (ñ) Surquillo; para el segmento Lima Este los distritos son: (a) Ate, (b) Chaclacayo, (c)

Cieneguilla, (d) El Agustino, (e) La Molina, (f) Lurigancho, (g) San Juan de Lurigancho, (h) San Luis y (i) Santa Anita; para el segmento de Lima Norte los distritos son: (a) Ancón, (b) Carabayllo, (c) Comas, (d) Independencia, (e) Los Olivos, (f) Puente Piedra, (g) San Martín de Porres, (h) Santa Rosa; para el segmento de Lima Sur los distritos son: (a) Chorrillos, (b) Lurín, (c) Pachacamac, (d) Pucusana, (e) Punta Hermosa, (f) Punta Negra, (g) San Bartolo, (h) San Juan de Miraflores, (i) Santa María del Mar, (j) Villa el Salvador, (k) Villa María del Triunfo (ver Tabla 8 y Figura 11). Para definir el tamaño de la muestra de cada segmento, se usó la siguiente fórmula:

$$\frac{n}{N} = \frac{385}{2'347,047} = 0.0002$$

Tabla 8

Grupos Quinquenales de Edad

Estrato por Zona	Zonas de Lima Metropolitana	Total Población (fh) = 0.00016404	Muestra
1	Lima Centro	420,479	69
2	Lima Este	752,481	123
3	Lima Norte	663,155	109
4	Lima Sur	510,959	84
		N = 2'347,074	n = 385

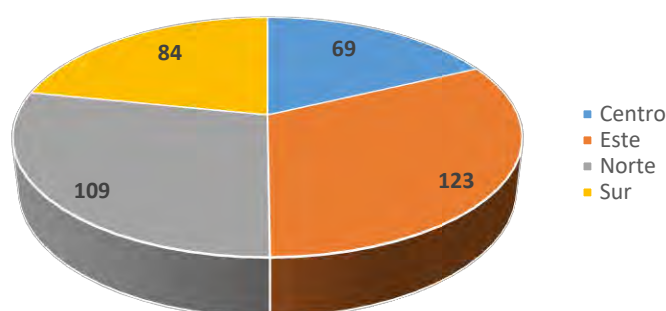


Figura 11. Distribución de la muestra por zona.

3.4 Consentimiento Informado

El Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (CIOMS, 2002) estableció:

El consentimiento informado consiste en una decisión de participar en una investigación, tomada por un individuo competente que ha recibido la información necesaria, la ha comprendido adecuadamente y después de considerar la información, ha llegado a una decisión sin haber sido sometido a coerción, intimidación ni a influencias o incentivos indebidos. El consentimiento informado siempre debe estar complementado por la evaluación ética independiente de las propuestas de investigación. La obtención de este es un proceso que comienza con el contacto inicial con el potencial sujeto y continúa durante el estudio. Los investigadores solicitan el consentimiento mediante la información, repetición y explicación a los potenciales sujetos, respondiendo a sus preguntas a medida que surjan y asegurando que cada individuo entiende todos los procedimientos. Con esto, los investigadores manifiestan respeto por la dignidad y autonomía de las personas (p.76).

Para cada uno de los participantes, se redactó una carta de consentimiento informado en la cual fueron debidamente notificados sobre el título, objetivo o propósito de la presente investigación. Del mismo modo, se indicó que la participación era voluntaria y los resultados serían publicados sin tener en cuenta los nombres de forma confidencial. Esta situación fue debidamente informada a la escuela de negocios Centrum Graduate Business School para su validación y verificación.

3.5 Instrumento de Investigación

En esta investigación se utilizó el instrumento La Escala de Felicidad de Lima (Alarcón, 2009), compuesto de 27 ítems y construido según una escala tipo Likert de cinco alternativas (ver Apéndice B): (a) totalmente de acuerdo, (b) acuerdo, (c) ni acuerdo ni desacuerdo, (d) desacuerdo, (e) totalmente en desacuerdo. Al extremo positivo se le otorgó cinco puntos y al extremo negativo un punto (Alarcón, 2006). El motivo por el cual se utilizó una encuesta es porque permitió obtener información de una gran cantidad de sujetos dentro

de una investigación (Grasso, 2006).

El instrumento de La Escala de la Felicidad de Lima asocia las preguntas en cuatro dimensiones: (a) sentido positivo de la vida, el cual refleja actitudes y experiencias positivas hacia la vida; (b) satisfacción con la vida, el cual refleja satisfacción con lo alcanzado y cuán cerca de alcanzar el ideal en la vida; (c) realización personal, que considera un estado de satisfacción plena o hace sentir a una persona realizada como si no le faltara nada y (d) la alegría de vivir, referente a lo maravilloso que es vivir y a las experiencias positivas de la vida (Alarcón, 2006). La clasificación se muestra a continuación (ver Tabla 9). Muñiz (citado por Alarcón, 2006) indicó que la validez del constructo felicidad en el instrumento fue evaluado por análisis factorial, garantizando cierta coherencia entre los ítems que integran cada una de las dimensiones que dan forma al constructo.

Tabla 9

Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de la Felicidad según Alarcón

Dimensión de felicidad	Preguntas
Sentido Positivo de la vida (F1)	02. Siento que mi vida está vacía. 07. Pienso que nunca seré feliz. 11. La mayoría del tiempo no me siento feliz. 14. Me siento inútil. 17. La vida ha sido injusta conmigo. 18. Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad. 19. Me siento un fracasado. 20. La felicidad es para algunas personas, no para mí. 22. Me siento triste por lo que soy. 23. Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos. 26. Todavía no he encontrado sentido a mi existencia.
Satisfacción con la vida (F2)	01. En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal. 03. Las condiciones de mi vida son excelentes. 04. Estoy satisfecho con mi vida. 05. La vida ha sido buena conmigo. 06. Me siento satisfecho con lo que soy. 10. Me siento satisfecho porque estoy donde tengo que estar.
Realización Personal (F3)	08. Hasta ahora he conseguido las cosas que para mí son importantes. 09. Si volviera a nacer no cambiaría casi nada de mi vida. 21. Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado. 24. Me considero una persona realizada. 25. Mi vida transcurre plácidamente. 27. Creo que no me falta nada.
Alegría de vivir (F4)	12. Es maravilloso vivir. 13. Por lo general, me siento bien. 15. Soy una persona optimista. 16. He experimentado la alegría de vivir.

3.6 Recolección de Datos

Para el proceso de recolección de datos, se ha seguido la técnica de encuestas a los participantes de la investigación. El procedimiento para la recolección de datos en esta investigación fue el siguiente:

1. Se realizó un trabajo de campo por conveniencia visitando a los principales centros comerciales en cada zona según la propuesta de zonificación. Los centros comerciales elegidos para la investigación fueron: Centro Comercial Jockey Plaza (Lima Centro), Mall del Sur (Lima Sur), Plaza Lima Norte (Lima Norte), Mall Aventura Santa Anita (Lima Oeste). Al iniciar la encuesta, el entrevistador mostro su carné de estudiante de Centrum Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú y se entrevistó a cada persona comprendida dentro del rango de edad utilizando el instrumento de la Escala de Felicidad de Lima (ver Apéndice B).
2. Se informó a los participantes sobre el objetivo del estudio, la no obligatoriedad del llenado de encuestas, al igual que el consentimiento informado y la confidencialidad de la información brindada.
3. Las personas que aceptaron fueron encuestadas de forma individual.
4. Debido a la lejanía de los lugares, el instrumento de la Escala de Felicidad de Lima fue aplicado en horas de la mañana durante el mes de agosto.

3.7 Análisis de Datos

Para procesar la información obtenida a través del instrumento Escala de Felicidad de Lima mediante las encuestas realizadas, se tabularon las respuestas obtenidas en un archivo de Microsoft Excel para luego ser importadas al SPSS, que es un *software* estadístico diseñado por la empresa IBM. Adicionalmente, se utilizaron las técnicas de estadísticas descriptivas para estudiar los objetivos específicos e identificar el efecto de la variable

felicidad en: (a) género, (b) estado civil, (c) situación laboral, (d) nivel educativo y (e) NSE.

También se realizaron las siguientes pruebas:

1. Se analizó la frecuencia para obtener la cantidad de respuestas por cada pregunta del cuestionario y por cada dimensión en los grupos. Esto se complementó con la media y la desviación estándar.
2. Se aplicó la prueba de Kolmogorov – Smirnov y Shapiro Wilk para verificar si el puntaje final del nivel de Felicidad y los diferentes grupos a contrastar tenían o no una distribución normal.
3. Se aplicaron las pruebas de Levene para verificar la homogeneidad de las varianzas en los diferentes grupos.
4. Se aplicaron pruebas de hipótesis para comparar grupos (Test de medias, Mann-Whitney-Wilcoxon y ANOVA).

3.8 Validez y Confiabilidad

La confiabilidad es calculada y evaluada a todo el instrumento de medición. Un procedimiento para determinar la confiabilidad es a través de la consistencia interna, conocida como alfa de Cronbach. Si se obtiene 0.25 en el coeficiente, este indica baja confiabilidad; si se obtiene 0.50, la fiabilidad es regular; en cambio, si es mayor que 0.75 el instrumento es aceptable (Hernández et al., 2014a). La investigación utilizó un instrumento conocido como la Escala de Felicidad de Lima, el cual ha mostrado poseer alta consistencia interna de 0.916 de coeficiente (Alarcón, 2006). La evidencia de la validez del constructo felicidad se obtiene mediante el análisis de factores. Este valor indica el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir (Hernández et al., 2014a). El análisis factorial identificó cuatro componentes independientes, encontrando coherencia factorial entre todos los ítems integrantes de cada uno de los factores. Por ello, la Escala de Felicidad de Lima posee una adecuada validez factorial, garantizando coherencia o

convergencia entre los ítems que miden la felicidad (Alarcón, 2006).

3.9 Resumen

El capítulo presentó las estrategias, metodología y planes para el estudio de la investigación, que tomó como herramienta de análisis para medir el nivel de felicidad en los millennials de la ciudad de Lima Metropolitana en el año 2018. La investigación tuvo una metodología con un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, no experimental transversal. La población de la investigación está conformada por millennials del rango de edad de 20 a 35 años en la ciudad de Lima Metropolitana; y la zonificación se hizo en cuatro sectores de Lima: Norte, Sur, Este y Centro. La muestra fue de tipo no probabilística y se utilizó un nivel de confianza 95% con un margen de error del 5%; teniendo como resultado 385 personas.

El instrumento utilizado en la investigación fue la Escala de Felicidad de Lima, compuesto por 27 ítems y construido según una escala tipo Likert; en el cual se asocian las preguntas a cuatro factores o dimensiones: (a) sentido positivo de la vida, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal y (d) alegría de vivir. El trabajo de campo fue realizado en los principales centros comerciales de cada una de las zonas propuestas en la zonificación. Se informó del propósito del estudio y se llenaron los consentimientos informados teniendo en cuenta la confidencialidad de la información.

Para el análisis de datos se utilizó el software SPSS diseñado por IBM; y, además, se realizaron técnicas de estadística descriptiva para identificar el efecto de la variable en los diferentes aspectos demográficos y de filtro de la población. La utilización del instrumento de la Escala de la Felicidad de Lima mostró poseer una alta consistencia interna de 0.916 como alfa de Cronbach y la evidencia de la validez del constructo felicidad se obtuvo mediante el análisis de los factores. La Escala de la Felicidad de Lima poseyó una adecuada validez factorial garantizando coherencia o convergencia entre los ítems que miden la felicidad.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos luego del trabajo de campo, el cual se realizó mediante encuestas dirigidas a una muestra de 385 millennials de los diversos distritos de Lima Metropolitana. Estos resultados fueron ordenados y analizados a través del software SPSS. En primer lugar, se exponen los aspectos demográficos y el perfil de la muestra; luego, se presentan los resultados del test de confiabilidad; y, por último, se realiza un análisis del nivel de felicidad para cada uno de los aspectos demográficos encontrados en los informantes. La información recabada de estas ha sido organizada según las preguntas de investigación y contrastada con los hallazgos de la revisión de la literatura. Luego, se mostraron los resultados de las entrevistas realizadas a uno de los grupos con menor nivel de felicidad para profundizar y complementar la información de las encuestas.

4.1 Perfil de la Muestra

A continuación la Figura 12 muestra la distribución de los encuestados por género; en ella se observa de manera predominante el género masculino, el cual suma 209 (54%), en comparación con el femenino que suma 176 (46%).

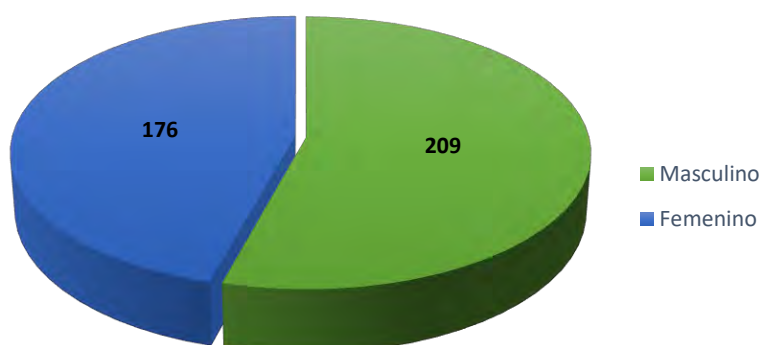


Figura 12. Composición de la muestra por género.

Además, se muestra el rango de edades de los encuestados; y se observa una mayor cantidad de personas con un rango de edad de 20 a 27 años con un valor de 234 (61%) en comparación con los que tienen 28 a 34 años que suman 151 (39%) (ver Figura 13).

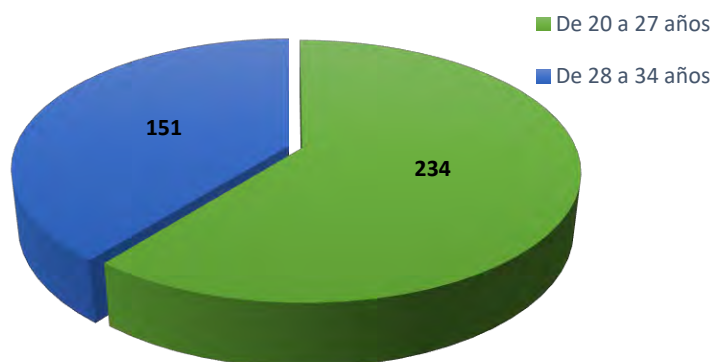


Figura 13. Composición de la muestra por rango de edad.

Por otro lado, la Figura 14 muestra la distribución de los encuestados por tener o no estudios superiores, en la cual se observa el predominio de los encuestados con estudios superiores con un valor de 229 (59%), en comparación con los que no cuentan con estudios superiores 156 (41%).

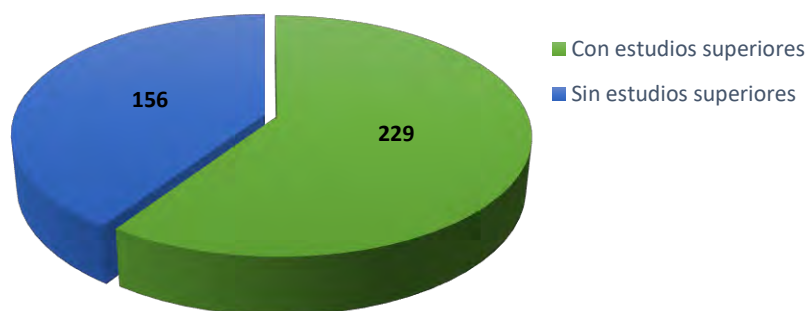


Figura 14. Composición de la muestra por nivel de estudios superiores.

Del gráfico anterior y solo analizando a aquellos que tuvieron estudios superiores, la Figura 15 muestra la distribución de aquellos que los culminaron, cuya suma es 127 (55%); en comparación de aquellos que no los concluyeron, cuya suma es 102 (45%).

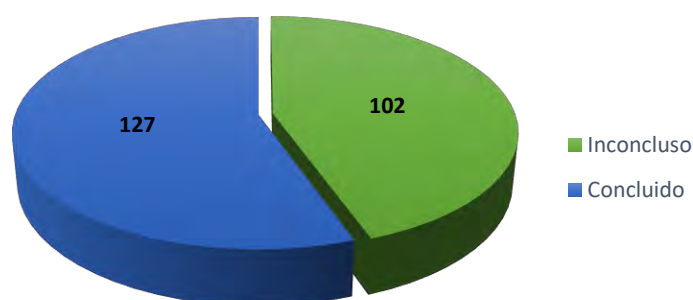


Figura 15. Composición de la muestra de los estudiantes con estudios superiores

Respecto al estado civil de los encuestados, se muestra la composición donde predominan los solteros con un valor de 243 (63%); seguido de los convivientes con un valor de 88 (23%); luego, los casados con un valor de 50 (13%) para al final tener a los divorciados con 3 personas (0.8%) y 1 viudo (0.2%) (ver Figura 16).

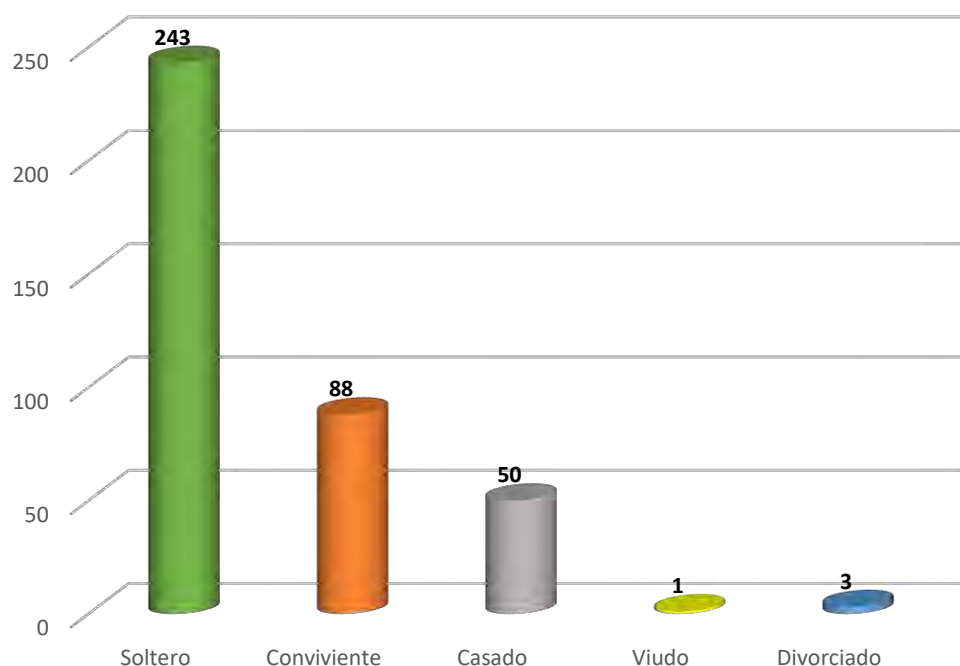


Figura 16. Composición de la muestra por estado civil.

Además, se muestra la situación laboral de los encuestados y se puede observar que predominan las personas que únicamente trabajan 280 (73%) sobre las que trabajan y estudian 47 (12%) y existe un bajo porcentaje que solo estudian 31 (8%) y los que no trabajan ni estudian cuya suma asciende a 27 (7%) (ver Figura 17).

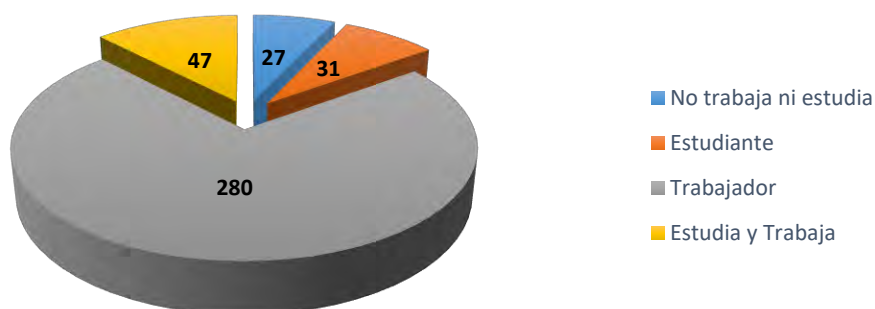


Figura 17. Composición de la muestra por ocupación actual.

Para el análisis del NSE de los encuestados, se entrevistó a una mayor cantidad de personas del NSE C y D, los cuales representaron el 83% del total; el NSE B representa el 12%, NSE E que tiene 4% y el NSE A que tiene el 1% del total, como se muestra a continuación (ver Figura 18).

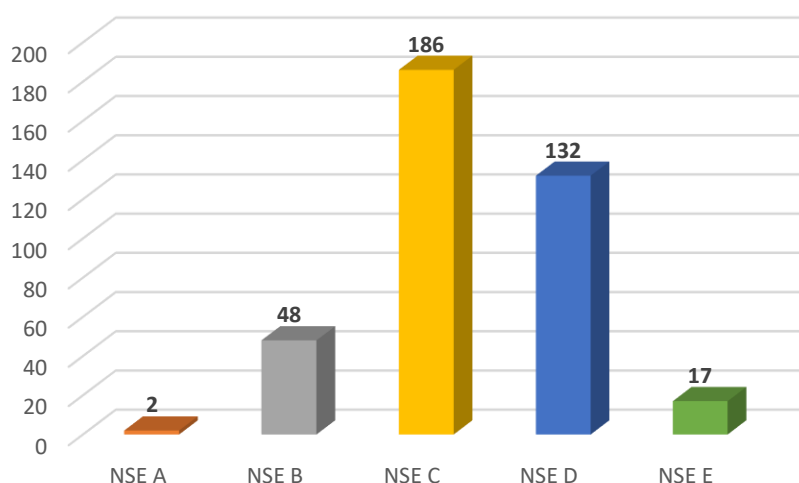


Figura 18. Composición de la muestra por NSE.

4.2 Test de Confiabilidad

Para hallar la confiabilidad del instrumento en el presente estudio y, tal como se mencionó en el capítulo III, se utilizó el Alfa de Cronbach con la siguiente fórmula, donde N (385) es igual al número de ítems y r (0.247) es la correlación media entre ellos.

$$\alpha = \frac{N \times r}{1 + (N - 1) \times r}$$

Reemplazando los datos y usando la herramienta del SPSS, se llega al resultado de un Alfa de Cronbach de 0.9

$$\alpha = \frac{385 \times 0.247}{1 + (385 - 1) \times 0.247} = 0.9$$

Cada una de las dimensiones tiene los siguientes resultados de Alfas de Cronbach, con lo cual se demuestra que el instrumento es confiable para la investigación que busca hallar el nivel de Felicidad en los millennials de Lima Metropolitana; y además, son similares a los resultados Alfas de Cronbach encontrados en el estudio de Alarcón (ver Tabla 10).

Tabla 10

Resultados de Alfa de Cronbach

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Nº de Preguntas
Sentido Positivo de la Vida - D1	0.871	11
Satisfacción con la Vida - D2	0.880	6
Realización Personal - D3	0.801	6
Alegría de Vivir - D4	0.796	4

Además, se muestra qué sucedería con el Alfa de Cronbach del instrumento si se eliminara cada pregunta del instrumento. Con ello, se nota que, así se elimine cualquier de estas, la variación es casi nula (ver Tabla 11).

Tabla 11

Alfa de Cronbach si el Elemento se Suprime

Pregunta	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido	Pregunta	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 1	0.893	Pregunta 15	0.896
Pregunta 2	0.896	Pregunta 16	0.896
Pregunta 3	0.893	Pregunta 17	0.896
Pregunta 4	0.894	Pregunta 18	0.897
Pregunta 5	0.893	Pregunta 19	0.899
Pregunta 6	0.895	Pregunta 20	0.902
Pregunta 7	0.9	Pregunta 21	0.899
Pregunta 8	0.893	Pregunta 22	0.898
Pregunta 9	0.897	Pregunta 23	0.899
Pregunta 10	0.894	Pregunta 24	0.894
Pregunta 11	0.898	Pregunta 25	0.895
Pregunta 12	0.897	Pregunta 26	0.899
Pregunta 13	0.896	Pregunta 27	0.896
Pregunta 14	0.897		

Por último, en la Figura 19 se muestra que hay cuatro preguntas (7, 19, 20 y 26) de las 27 que están correlacionadas con el instrumento con un valor menor a 0.35, con lo cual los ítems-total con valores menores a 0.35 deben ser descartados o reformulados (Cohen & Manion, 1990). Para esta investigación, se mantuvieron los ítems indicados, ya que, si se eliminaran, el nuevo Alfa de Cronbach sería de 0.901, descartando cualquier modificación porque no es el objetivo de esta investigación. Además, si se elimina cada pregunta de manera independiente, el instrumento tendría casi el mismo coeficiente de Alfa Cronbach.

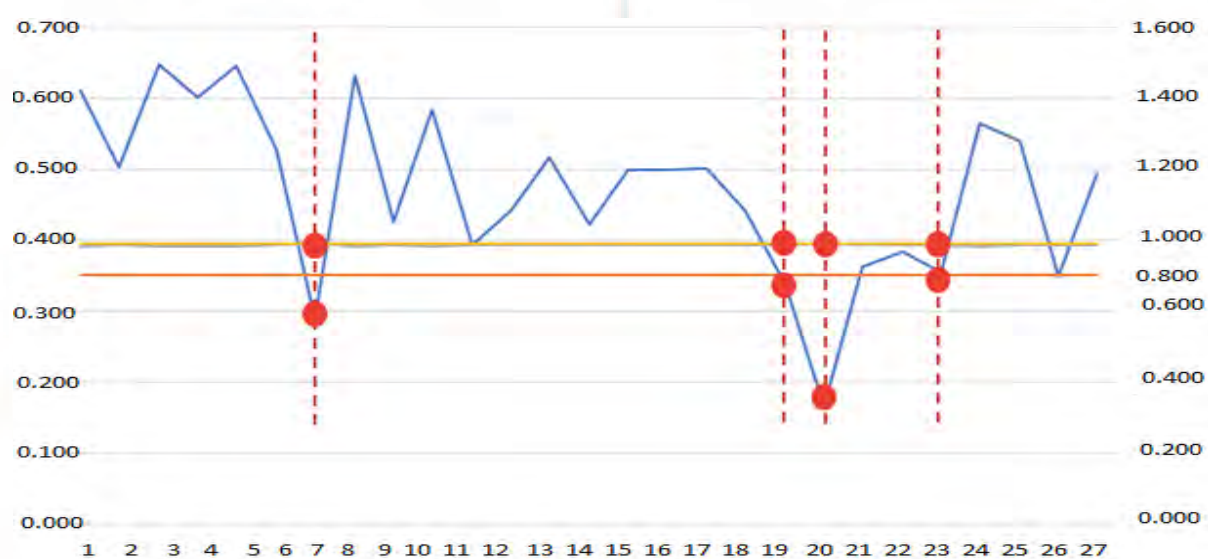


Figura 19. Correlación de ítems.

4.3 Análisis de Resultados

A continuación se presenta el análisis de la información recolectada de la encuesta La Escala de la Felicidad aplicada en los millennials, para ello se utiliza la estadística descriptiva e inferencial.

4.3.1 Estadística Descriptiva

Para responder la pregunta principal de la presente investigación, se utilizaron las siguientes valoraciones considerando el total de las preguntas del instrumento y por cada dimensión (ver Tabla 12). La Tabla 13 muestra los resultados de la media de las 385 encuestas. Además, se muestran a continuación los resultados de la media de las 385

encuestas. Y, en adición a esto, se muestra de manera gráfica la distribución normal de los resultados (ver Figura 20).

Tabla 12

Rango de Valoración Total

Rango	Valoración
27 - 49	Muy Bajo
50 - 71	Bajo
72 - 93	Regular
94 - 115	Alto
116 - 135	Muy Alto

La Tabla 13 muestra los resultados de la media de las 385 encuestas.

Tabla 13

Resultados Estadísticos

Parámetros normales	Puntaje	Parámetros normales	Puntaje
N	385	Mínimo	80
Media	104.75	Máximo	134
Desviación Estándar	11.38	Asimetría	0.09
Varianza	129.6	Curtosis	-0.41
Rango	54	Sig. Asintótica (bilateral)	0,187

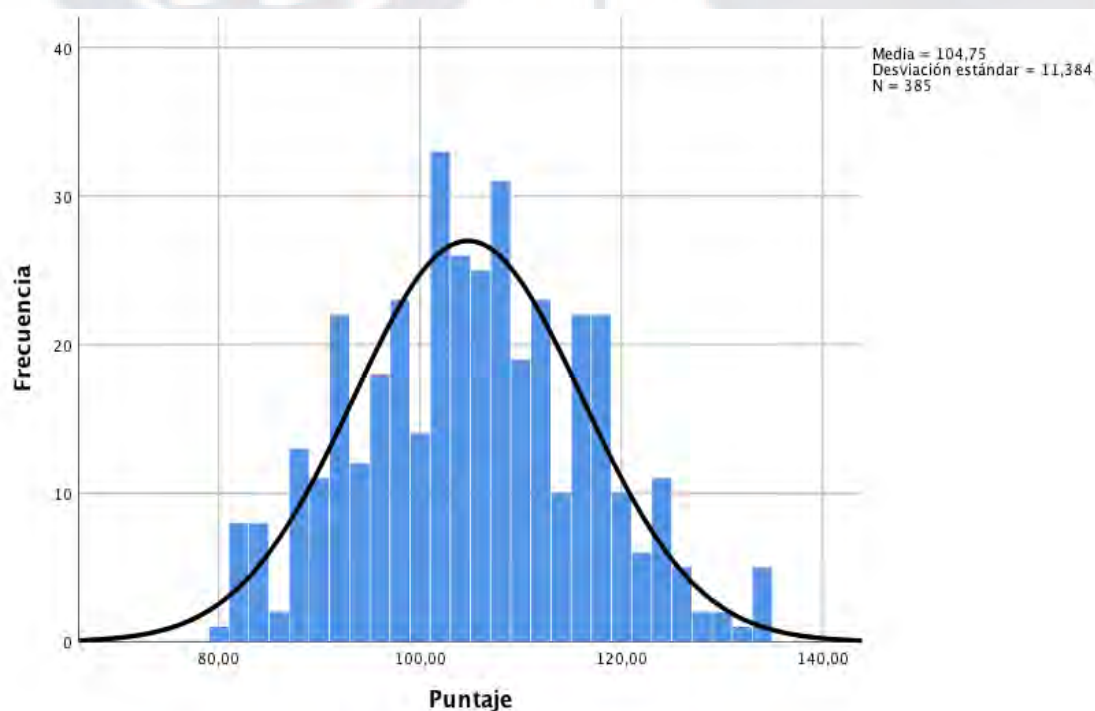


Figura 20. Distribución normal de los resultados.

Mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov y, tal como se observa, los resultados de las encuestas poseen una distribución normal; además, se indica que el nivel de felicidad de los millennials en la ciudad de Lima Metropolitana tiene una media de 104.75 y, según lo presentado anteriormente, corresponde a un nivel Alto. Además, en la Figura 21 se muestra el nivel de felicidad general de los encuestados por dimensiones, donde se observa que la dimensión del sentido positivo de la vida (D1) presenta un mayor valor que sus pares, debido a que esta dimensión contiene 11 preguntas, a diferencia de las otras (D2 y D3) que tienen seis y la última dimensión (D4) con cuatro preguntas.

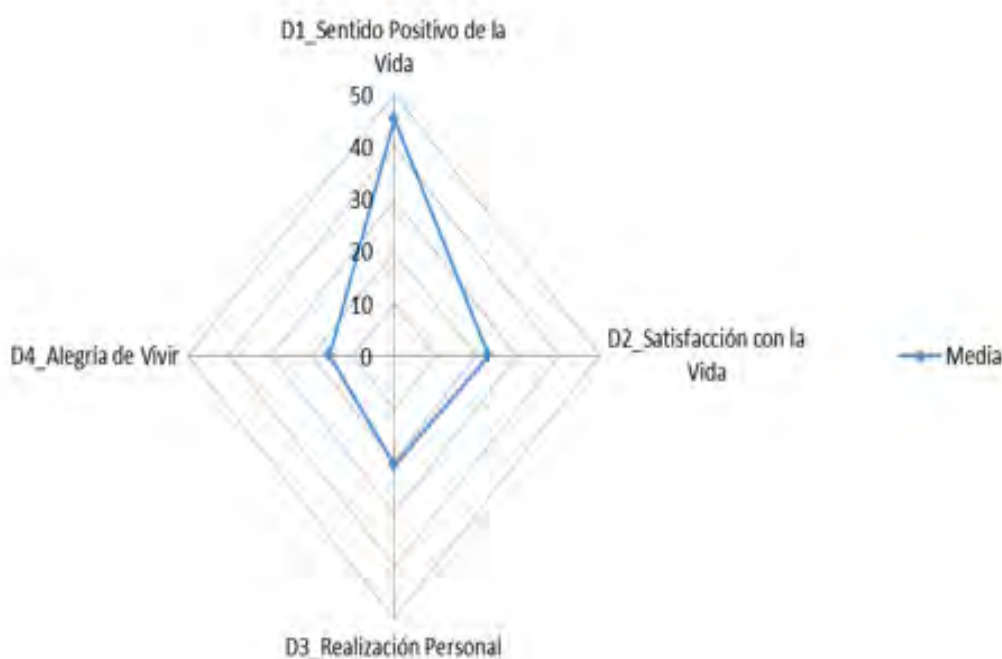


Figura 21. Nivel de felicidad por dimensión.

Para responder a los objetivos secundarios de la presente investigación, se procedió a analizar el nivel de felicidad de los millennials en Lima Metropolitana sobre la base de los aspectos demográficos de la muestra. Con esto, se observa el nivel de felicidad por segmento geográfico, donde se determina que el segmento Lima Sur presenta un mayor nivel de felicidad con un puntaje de 109 en comparación con sus pares que presentaron valoraciones más bajas (ver Figura 22).

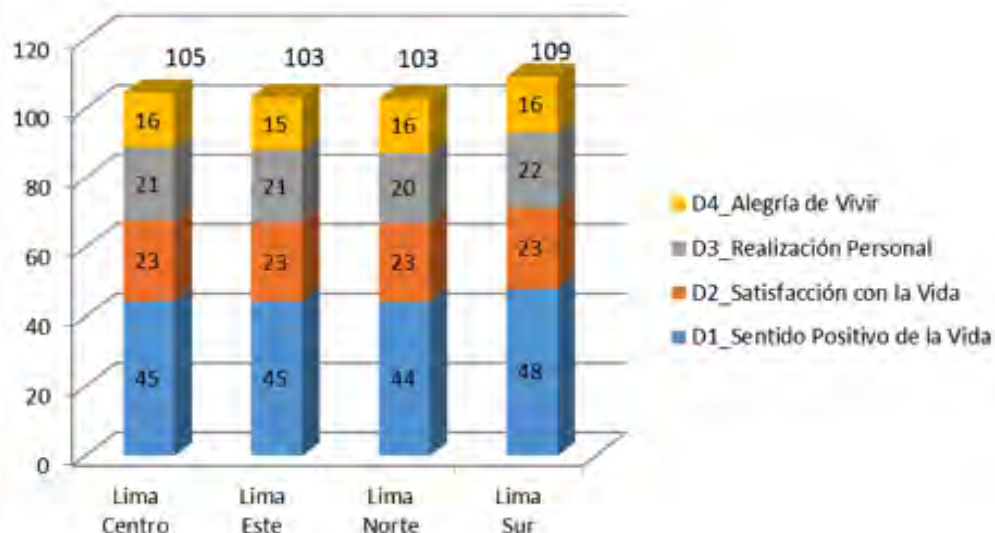


Figura 22. Nivel de felicidad por segmento geográfico.

Además, se muestra el nivel de felicidad según la edad de los encuestados, en la cual se observa que los millennials con un rango de edad de 20 a 27 años presentan un nivel de felicidad mayor en comparación con lo que se encuentran en el rango de 28 a 34 años (ver Figura 23).

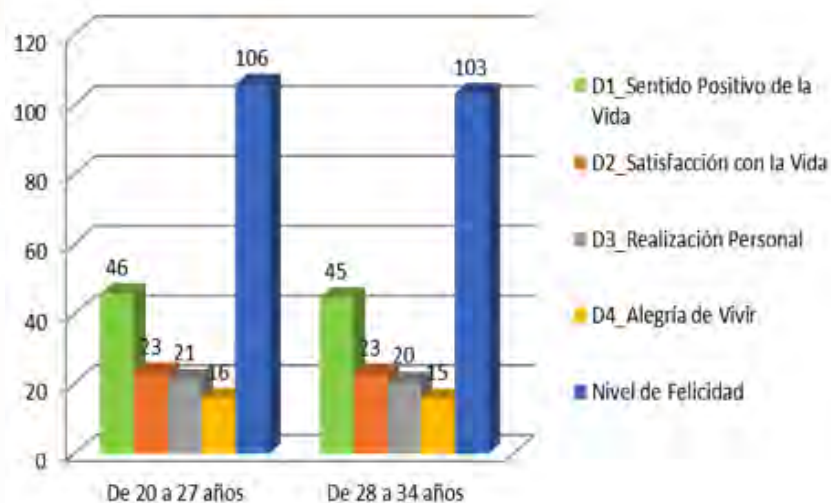


Figura 23. Nivel de felicidad por edad.

Por otro lado, en la Figura 24 se muestra el nivel de felicidad de acuerdo al estado civil de los encuestados donde las personas en estado de viudez, así como las que han experimentado o experimentan un proceso de divorcio, son las que tienen menores niveles de felicidad con valores de 99 y 100, en comparación con los casados, solteros y convivientes con valores de 105 y 104.

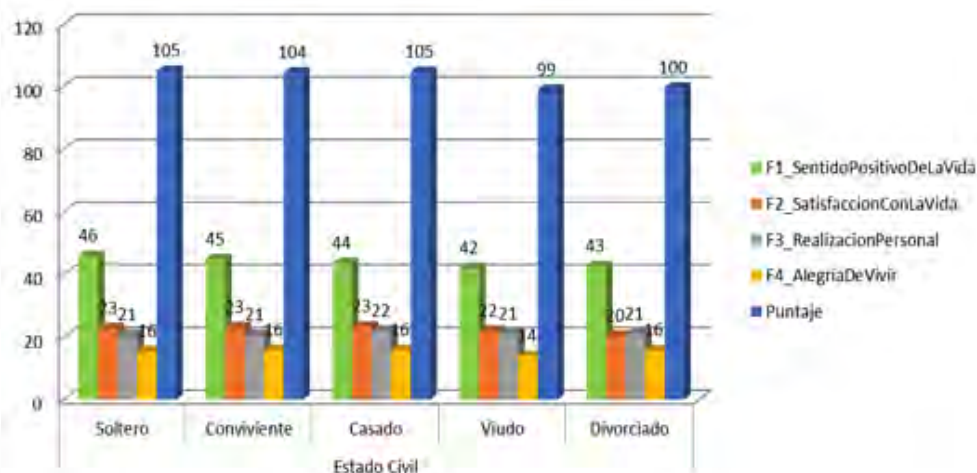


Figura 24. Nivel de felicidad por estado civil.

En adición a ello, se presenta el nivel de felicidad según el NSE, según el cual las personas con menores niveles de felicidad pertenecen al NSE A, con un valor de 83; seguido de las personas que pertenecen al NSE E, con un valor de 95. Las personas con mayores niveles de felicidad corresponden al NSE B y C, con valores de 106 y 107 respectivamente. Estos resultados demuestran que no necesariamente tener un mayor ingreso genera mayor felicidad en las personas (Parodi, 2018) (ver Figura 25).

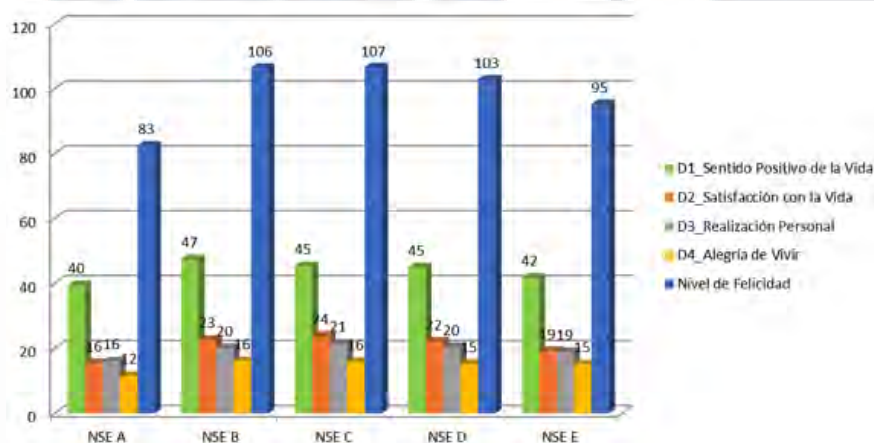


Figura 25. Nivel de felicidad por NSE.

Además, se presenta el nivel de felicidad según la ocupación actual de los encuestados y se observa que aquellas personas que estudian y trabajan experimentan mayores niveles de felicidad con un valor de 107, seguido de las personas que trabajan con un valor de 105 y las que estudian con un valor de 103. Cabe precisar que las personas que no trabajan ni estudian, son las que poseen menores niveles de felicidad con un valor de 98 (ver Figura 26).

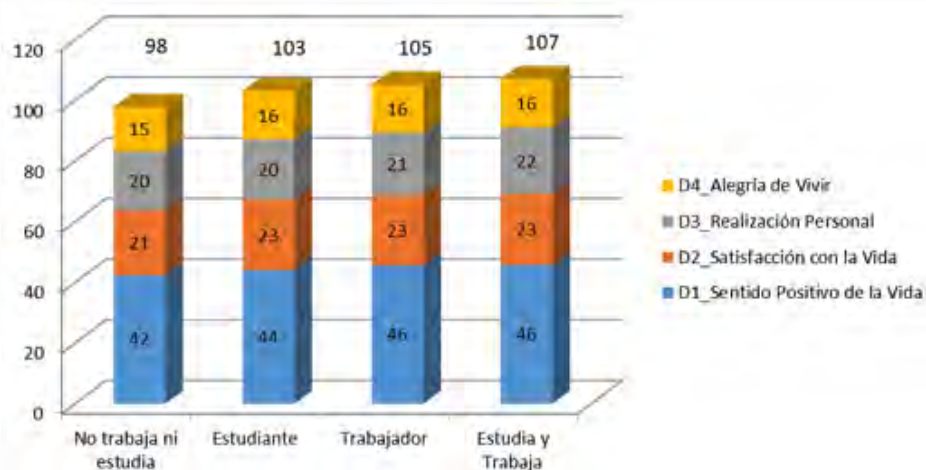


Figura 26. Nivel de felicidad por ocupación actual.

Se muestra, también, el nivel de felicidad por género, donde se evidencia que tanto los hombres, como las mujeres experimentan altos niveles de felicidad, con una ligera superioridad para los hombres con un valor de 105 frente a las mujeres con un valor de 104 (ver Figura 27).

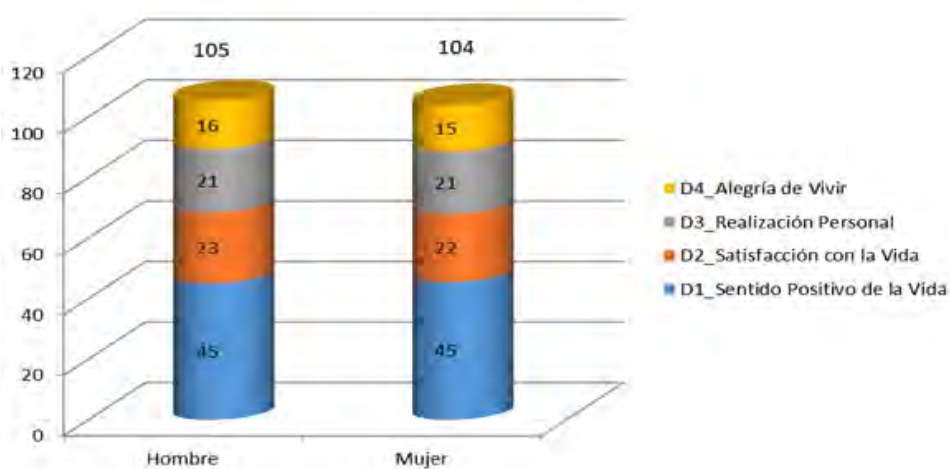


Figura 27. Nivel de felicidad por género.

Al comparar los niveles de felicidad de los hombres y de las mujeres teniendo en consideración los rangos de edades de 20 a 27 años y de 28 a 34 años, se observa que los primeros poseen mayores niveles de felicidad, pero este decrece conforme van pasando los años, lo cual se evidencia al obtener el valor de 102. En el caso de las mujeres, el valor por rango de edad de 20 a 27 años y de 28 a 34 años es similar (ver Figura 28).

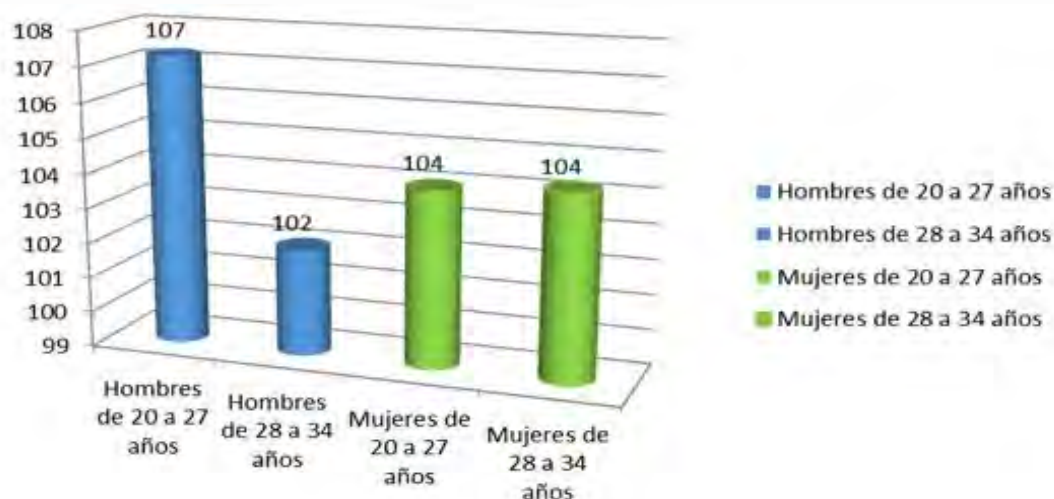


Figura 28. Nivel de felicidad por género y edad.

Al analizar el nivel de felicidad por Género y NSE, existe similitud en los resultados si los comparamos por género; caso contrario sucede al comparar el NSE, donde las personas del NSE B y C experimentan mayores niveles de felicidad en comparación a las personas del A y E que poseen menores niveles de felicidad (ver Figura 29).

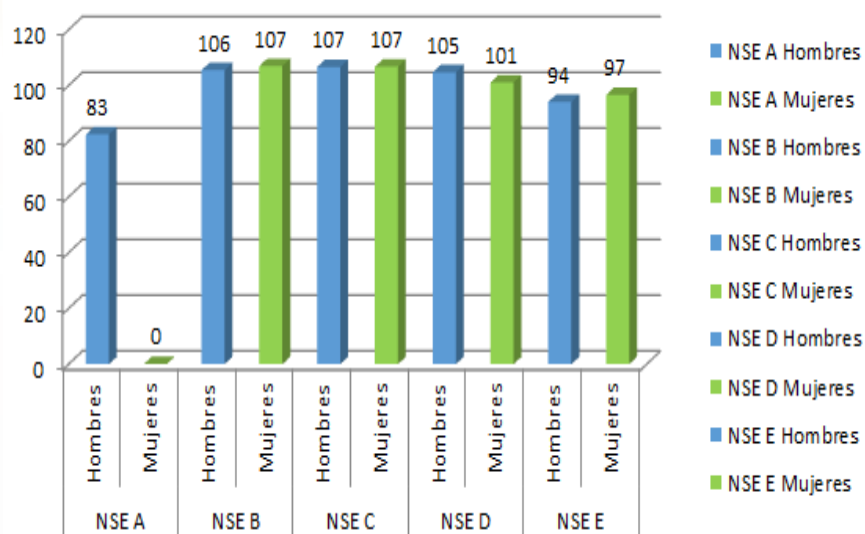


Figura 29. Nivel de felicidad por género y NSE.

Además, se presenta el nivel de felicidad según el género y el estado civil al que pertenecen los encuestados; en la cual se evidencia que el nivel de felicidad de los hombres solteros es similar al de los casados y lo mismo sucede para las mujeres. Cabe mencionar que las mujeres convivientes son las que poseen mayores niveles de felicidad (ver Figura 30).

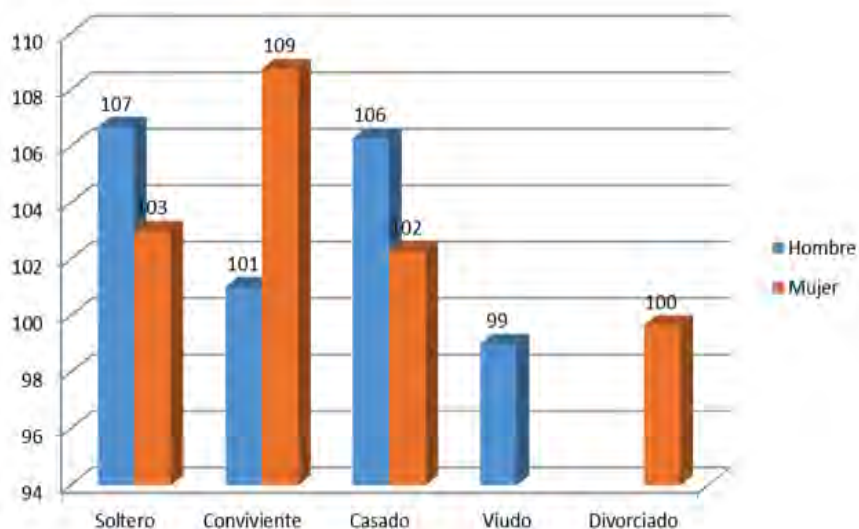


Figura 30. Nivel de felicidad por género y estado civil.

A continuación, se muestra el nivel de felicidad de las personas según su género y su ocupación actual, del cual se extiende que no existe mayor diferencia por género; es decir, la diferencia se presenta por el tipo de ocupación de los encuestados, ya que aquellos que no trabajan ni estudia son los que reflejan menores niveles de felicidad (ver Figura 31).

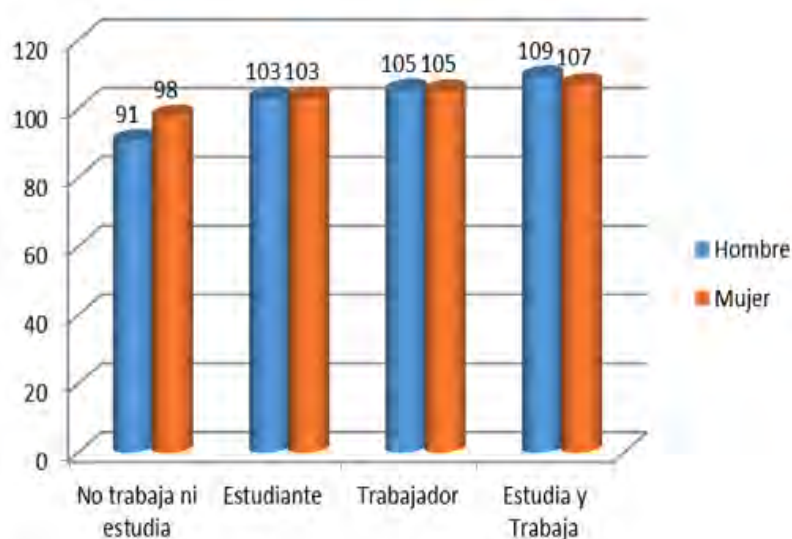


Figura 31. Nivel de felicidad por género y ocupación actual.

Adicionalmente, se muestra el nivel de felicidad por género, NSE y ocupación (no trabajan ni estudian), donde los del NSE B y D son aquellos que tienen menor nivel respecto a los otros. Este hallazgo recomienda la elaboración de una entrevista para tener más información que permita elevar el nivel de felicidad (ver Figura 32).

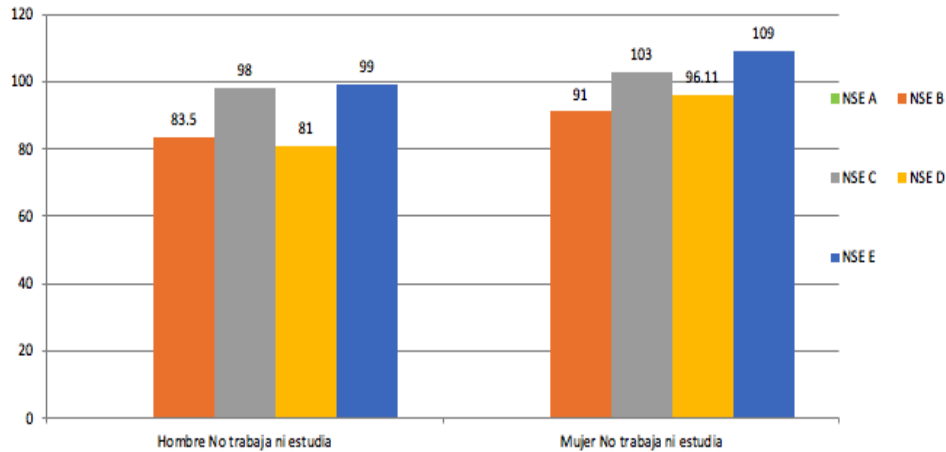


Figura 32. Nivel de felicidad por género, NSE y ocupación (no trabajan ni estudian).

4.3.2 Pruebas de Hipótesis

A continuación, se presenta el flujograma de las pruebas estadísticas, donde la línea en rojo muestra el flujo de pruebas realizadas en el presente estudio de investigación para los datos recolectados (ver Figura 33). Además, se procedió a realizar la prueba de Kolmogorov-Smirnof, con el propósito de identificar si los datos de los grupos presentan una distribución normal (ver Tabla 14). En ese sentido, se planteó la siguiente hipótesis y se determinó lo siguiente:

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos no tienen una distribución normal

- El nivel de felicidad de los hombres no presenta una distribución de normal
- El nivel de felicidad de las mujeres sí presenta una distribución normal
- El nivel de felicidad por rango de edad sí presenta una distribución normal
- El nivel de felicidad de los millennials con estudios superiores sí presenta una distribución normal.
- El nivel de felicidad de los millennials sin estudios superiores no presenta una distribución normal.

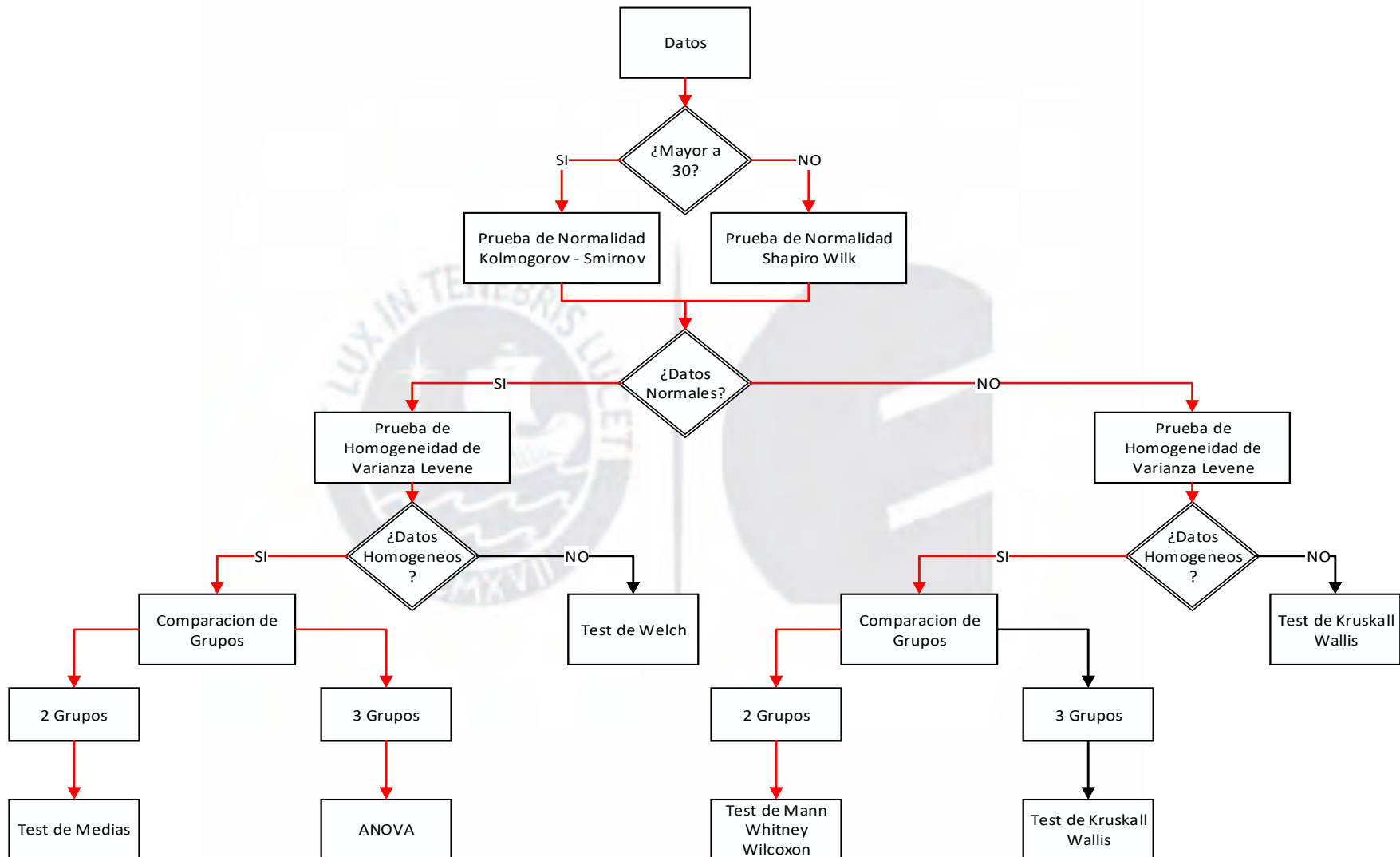


Figura 33. Flujograma de pruebas estadísticas.

Tabla 14

Resultados de Prueba de Normalidad para Grupos de dos Variables Cualitativas

Datos	Aspectos Demográficos	P-Value	Nivel de significancia	Prueba de Normalidad		
				Contraste de hipótesis de Normalidad	Prueba realizada	Resultado de Distribución normal
209	Masculino	0.009	0.05	Rechazo H0	Kolmogorov	No
176	Femenino	0.079	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
234	De 20 a 27 años	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
151	De 28 a 34 años	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
229	Con estudios superiores	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
156	Sin estudios superiores	0.037	0.05	Rechazo H0	Kolmogorov	No

Adicionalmente, se presentan los resultados de la prueba de Levene que se realizó a cada uno de estos grupos, con el fin de identificar la homogeneidad de su varianza (ver Tabla 15). Es por ello que se planteó la siguiente hipótesis y se determinó lo siguiente:

H0: Los datos tienen una homogeneidad de varianzas

H1: Los datos no tienen una homogeneidad de varianzas

- El nivel de felicidad de los hombres sí presenta una homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad de las mujeres sí presenta homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad por rango de edad sí presenta homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad por nivel de estudio sí presenta homogeneidad de varianzas.

Tabla 15

Resultados Prueba de Levene para Grupos de dos Variables Cualitativas

Datos	Aspectos Demográficos	P-Value	Nivel de significancia	Varianza		
				Contraste de hipótesis de Normalidad	Prueba realizada	varianzas iguales
209	Masculino	0.250	0.05	Acepta H0	Levene	Si
176	Femenino	0.250	0.05	Acepta H0	Levene	Si
234	De 20 a 27 años	0.698	0.05	Acepta H0	Levene	Si
151	De 28 a 34 años	0.698	0.05	Acepta H0	Levene	Si
229	Con estudios superiores	0.115	0.05	Acepta H0	Levene	Si
156	Sin estudios superiores	0.115	0.05	Acepta H0	Levene	Si

En la Tabla 16, se procedió a realizar la prueba de Kolmogorov-Smirnof con el propósito de identificar si los datos de los grupos presentaban una distribución normal. Solo

en los casos del Nivel Socio-Económico E (NSE) y la actividad actual no trabaja ni estudia (NINI) se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk, porque estos presentan datos menores a 30. En ese sentido, se planteó la siguiente hipótesis y se determinó lo siguiente:

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos no tienen una distribución normal

- El nivel de felicidad por nivel socio-económico presenta una distribución de normal
- El nivel de felicidad del estado civil sí presenta una distribución normal
- El nivel de felicidad por actividad actual sí presenta una distribución normal

Tabla 16

Resultados Pruebas de Normalidad para más de dos Variables Cualitativas

Datos	Aspecto Demográfico	Normalidad			Prueba realizada	Resultado de Distribución normal
		P-Value	Nivel de significancia	Contraste de hipótesis de Normalidad		
2	NSE A		0.05		Sólo hay dos dato	
48	NSE B	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
186	NSE C	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
132	NSE D	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
17	NSE E	0.079	0.05	Acepta H0	Shapiro Wilk	Si
243	Soltero	0.090	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
88	Conviviente	0.029	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
50	Casado	0.200*	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
3	Divorciado	0.253	0.05	Acepta H0	Shapiro Wilk	Si
1	Viudo		0.05		Sólo hay un dato	
27	No trabaja ni estudia	0.051	0.05	Acepta H0	Shapiro Wilk	Si
31	Estudiante	0.344	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
280	Trabajador	0.099	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si
47	Estudia y Trabaja	0.185	0.05	Acepta H0	Kolmogorov	Si

Adicionalmente, se presentan los resultados de la prueba de Levene que se realizó a cada uno de estos grupos, con el fin de identificar la homogeneidad de su varianza (ver Tabla 17). Es por ello, que se planteó la siguiente hipótesis y se determinó lo siguiente:

H0: Los datos tienen una homogeneidad de varianzas

H1: Los datos no tienen una homogeneidad de varianzas

- El nivel de felicidad por nivel socio económico sí presenta una homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad de las mujeres sí presenta homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad por estado civil sí presenta homogeneidad de varianzas.
- El nivel de felicidad por actividad actual sí presenta homogeneidad de varianzas.

Tabla 17

Resultados Pruebas de Levene para Más de Dos Variables Cualitativas

Datos	Aspecto Demográfico	P-Value	Nivel de significancia	Varianza		Resultado
				Contraste de hipótesis de Homogeneidad	Prueba realizada	
2	NSE A	0.479	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
48	NSE B	0.479	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
186	NSE C	0.479	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
132	NSE D	0.479	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
17	NSE E	0.479	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
243	Soltero	0.391	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
88	Conviviente	0.391	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
50	Casado	0.391	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
3	Divorciado	0.391	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
1	Viudo	0.391	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
27	No trabaja ni estudia	0.827	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
31	Estudiante	0.827	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
280	Trabajador	0.827	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas
47	Estudia y Trabaja	0.827	0.05	Acepta H0	Levene	Homogéneas

Luego de analizar los datos, hacer las pruebas de normalidad y homogeneidad de varianza, se procedió a realizar comparaciones de los diferentes grupos para lo cual se plantearon las siguientes hipótesis:

Género.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los hombres millenials respecto a las mujeres millenials
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los hombres millenials respecto a las mujeres millenials

Rango de edad.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials de 20 a 27 años respecto a los millennials de 28 a 34 años
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials de 20 a 27 años respecto a los millennials de 28 a 34 años

Nivel de estudios.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials con estudios superiores respecto a los que no los tienen
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials con estudios superiores respecto a los que no los tienen.

Nivel Socioeconómico.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos del NSE
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos del NSE

Estado Civil.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos del estado civil
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos del estado civil

Ocupación Actual.

- H0: Existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos de ocupación actual
- H1: No existe una igualdad de las medias del nivel de felicidad de los millennials en los grupos de ocupación actual

A continuación, se observa el resultado de las pruebas del test de medias para la comparación de dos grupos con distribución normal y la prueba de Mann-Whitney-Wilcoxon para los datos que no tienen una distribución normal, así como la prueba de ANOVA para las comparaciones de tres a más grupos (ver Tabla 18). Como resultado de estas pruebas se tiene:

Tabla 18

Resultados de Comparaciones de Grupos

Aspectos Demográficos	Descripción	P-Value	Nivel de significancia	Contraste de hipótesis	Resultado
Género	Masculino	0.241	0.05	Se acepta la H0	Hay igualdad de medias
	Femenino				
Edad	De 20 a 27 años	0.022	0.05	Se rechaza la H0	No hay igualdad de medias
	De 28 a 34 años				
Nivel de Estudios	Con estudios superiores	0.000	0.05	Se rechaza la H0	No hay igualdad de medias
	Sin estudios superiores				
NSE	NSE A	0.000	0.05	Se rechaza la H0	No hay igualdad de medias
	NSE B				
	NSE C				
	NSE D				
	NSE E				
Estado Civil	Soltero	0.911	0.05	Se acepta la H0	Hay igualdad de medias
	Conviviente				
	Casado				
	Divorciado				
Nivel de Ocupación	Viudo	0.005	0.05	Se rechaza la H0	No hay igualdad de medias
	No trabaja ni estudia				
	Estudiante				
	Trabajador				
	Estudia y Trabaja				

Género. Se utilizó la prueba no paramétrica de Mann-Whitney-Wilcoxon y se encontró el siguiente hallazgo:

- No hay asociación entre el nivel de felicidad y el género; es decir, la media del nivel de felicidad es iguales para los hombres y para las mujeres.

Edad. Se utilizó la prueba de test de medias y se encontró el siguiente hallazgo:

- Si hay asociación entre el nivel de felicidad y la edad; es decir, no hay igualdad significativa entre la media del nivel de felicidad entre 20 a 27 años y 28 a 34 años.

Nivel de Estudios. Se utilizó la prueba no paramétrica de Mann-Whitney-Wilcoxon y se encontró el siguiente hallazgo:

- Si hay asociación entre el nivel de felicidad y el nivel de estudios; es decir, no hay igualdad significativa entre la media del nivel de felicidad entre los que tienen estudios superiores y los que no tienen.

NSE. Se utilizó la prueba de ANOVA y se encontró el siguiente hallazgo:

- Si hay asociación entre el nivel de felicidad y el NSE; es decir, la media del nivel de felicidad no es igual en los grupos del NSE.

Estado Civil. Se utilizó la prueba de ANOVA y se encontró el siguiente hallazgo:

- No hay asociación entre el nivel de felicidad y el estado civil; es decir, la media del nivel de felicidad es iguales en los grupos del estado civil.

Nivel de Ocupación. Se utilizó la prueba de ANOVA y se encontró el siguiente hallazgo:

- Si hay asociación entre el nivel de felicidad y el nivel de ocupación; es decir, la media del nivel de felicidad no es igual en los grupos de nivel de ocupación.

Tal como se mencionó y luego de analizar los datos recolectados, se halló que uno de los grupos con menor nivel de felicidad son las personas que no trabajan ni estudian. Es por esa razón que se presenta un resumen de las entrevistas realizadas a fin de producir que motiva a estas personas y podría elevar su nivel de felicidad.

Joel Esquivel dijo:

Necesito estar cerca a mi hijo y a mi familia; además, siento que me falta encontrar estabilidad emocional para conseguir un trabajo estable y poder ser responsable conmigo mismo. Lo más importante que me sucedió fue el ser padre y por eso

considero que la vida ha sido buena conmigo ya que eso me llena de muchas emociones al igual que mi familia. Las cosas que me gustaría cambiar son: el ser responsable, madurar y encontrar un equilibrio a nivel emocional. Las cosas que me faltan lograr son: estudiar, tener independencia y ejercer mi paternidad. Lo que me da más felicidad es el estar el mayor tiempo posible con mi familia y mi hijo, con ellos experimento mis mayores alegrías ya que mi círculo de amistades no comparte la manera en que llevo mi vida. Me gustaría realizar actividades para sentirme más feliz; por eso recomiendo que la municipalidad debería dar facilidades para estudiar temas técnicos sobre computación, ensamblaje, talleres de orientación vocacional, de emprendimiento. Además, debería construir losas deportivas, desarrollar campeonatos de fútbol y oratoria, yo podría participar en estas actividades, pero ganando dinero.

Nicolás Bravo dijo:

Me gusta estar con las personas que realmente quiero y valoro compartiendo el día a día, siendo mis padres lo más importante para mí por cómo me criaron y todo lo que aprendí de ellos. Siento que me falta culminar algunos proyectos en lo laboral y personal; además, para que mi vida sea como mi ideal necesito tiempo, paciencia y tener habilidades. Me gustaría cambiar algunas cosas de mi vida ya que mi falta de madurez y experiencia me han ocasionado algunos problemas. Muchas veces no nos damos cuenta de los momentos vividos, el tiempo pasa y no nos damos cuenta de lo maravilloso que tenemos a nuestro alrededor y por eso no lo disfrutamos con intensidad.

Con las personas que experimento mayores alegrías son con mis amigos, porque con ellos puedo ser tal como soy y ellos también lo son conmigo; y como las ideas son mutuas, puedo compartir mi felicidad con ellos. Para sentirme más feliz, me gustaría viajar más seguido, porque puedo hacer diversas actividades y es placentero recordar

esos lindos momentos. Yo quisiera realizar estas actividades y si me pagaran por eso sería más feliz.

Marcelino Baldeón dijo:

Para sentirme feliz todo el tiempo necesito tener buena salud y siempre ver a mi familia unida; y para encontrarle sentido total a mi vida debo recuperar mi salud y tener un trabajo estable. Ahora yo sí me siento útil, pero sí necesito un complemento que sería trabajar con mi profesión a tiempo completo. Lo más importante que me sucedió es haber tenido los padres que tengo, nunca me dieron la espalda por más errores que haya cometido; por ello, la vida ha sido buena conmigo. Me gustaría cambiar solo una cosa, el mes número siete del primer año de mi vida (ahí fue mi accidente). Todavía no he logrado todo lo que me he propuesto a mi edad, me falta realizarme en el ámbito profesional y en lo personal, tener un negocio propio donde pueda desempeñarme con la profesión elegida. Pienso que es maravilloso vivir porque para empezar solo uno de los miles que compiten llega a la meta y se gana el derecho de gozar de todo lo que Dios puso en la tierra, de sentir el amor de los padres, de los hermanos, el sentir la amistad, el amor hacia tu pareja y descubrir lo que es el amor sobre un hijo. A mí me gustaría pertenecer a una ONG, donde pueda ayudar a los más necesitados para poder sentirme feliz, esto lo realizaría de forma voluntaria.

Sergio Pinedo:

Para sentirme feliz todo el tiempo necesito un trabajo y una carrera. Me falta tiempo y dinero para realizar mis propósitos como estudiar y aún no le encuentro sentido total a mi vida. Necesito tener ingresos y saber que lo que estoy haciendo me está dando frutos para sentirme completamente útil, y para que mi vida sea como mi ideal necesito retroceder el tiempo para retomar las cosas que en su debido momento no pude hacer como estudiar, conseguir un buen trabajo y vivir en un lugar mejor. Lo

más importante que me sucedió es tener un lugar donde vivir y tener a mi familia, pienso que aún no he logrado nada a mi edad. También pienso que es maravilloso vivir porque cada día tengo una oportunidad para experimentar cosas nuevas y lo que me da mayor alegría son los momentos familiares y reuniones con amistades. Mi círculo de amistades no comparte mis ideas, pues he tratado de que mis amigos cambien, ya que son conformistas. Las actividades que me gustaría realizar para sentirme más feliz son trabajar en algo que sea bueno, algo técnico o donde vaya aprendiendo con el pasar del tiempo y sí deben ser remuneradas.

4.4 Discusión

Luego de analizar los datos encontrados en las encuestas realizadas a los millennials de Lima Metropolitana, se halló que su nivel de la felicidad tiene un puntaje de 104.75 de un total de 135. Al analizar el nivel de felicidad por aspectos demográficos de manera descriptiva, se observa que, según la Tabla 12, hay una valoración similar en el puntaje por: (a) segmento geográfico, (b) rango de edad y (c) género. Si bien no hay consenso sobre el rol que ocupan los aspectos sociodemográficos en la felicidad de las personas, hay investigaciones que concluyeron que los aspectos sociodemográficos solo influyen entre un 8% y 20% al nivel de felicidad del individuo (Argyle, 2001; DeNeve & Cooper, 1998). En relación con la edad, el nivel de felicidad de las personas tiene un comportamiento en forma de U; es decir que el nivel es alto cuando una persona es muy joven, luego desciende en la adultez y se incrementa en la vejez (Schnettler et al., 2014; Vera-Villaruel et al., 2012; Wunder, Wiencierz, Schwarze & Küchenhoff, 2013). Por lo tanto, el nivel de felicidad de los millennials sería el mismo independientemente o no de dividir la generación por rangos. En relación con el género, la diferencia podría estar dada no por la cantidad de veces en que los hombres o mujeres son felices sino por nivel de intensidad con que experimentan sus emociones (Lucas & Gohm, 2000). Con lo cual los aspectos demográficos no determinarían

el nivel de felicidad de los millennials, sino que va a depender de los aspectos personales.

Respecto al estado civil, se evidenció una diferencia en el puntaje, según la Tabla 12, en el nivel de felicidad de los solteros y casados respecto a los convivientes, viudos y divorciados. Son los casados quienes tienen un mayor nivel de felicidad que los demás; y esta teoría aplica a sociedades colectivistas (Vanassche, Swicegood & Matthijs, 2013; Diener, Gohm, Suh, & Oishi, 2000). Cabe resaltar que, siendo una investigación de la generación millennials, no se encontraron hallazgos relevantes en personas viudas y divorciadas. No obstante, al comparar el nivel de felicidad por NSE, se evidenció una diferencia en los sectores A y E, respecto a los B, C y D, porque es un grave error confundir el ingreso económico con la felicidad; ya que puede contribuir a incrementarla, pero no garantizarla (Rojas, 2016). Además, el nivel de felicidad es similar entre pobres y ricos; donde el incremento en el nivel del PBI per cápita, es un indicador que no garantiza un aumento en la felicidad (Carrillo et al., 2017). También, se evidenció una diferencia por ocupación donde los que no trabajan ni estudian tienen menor nivel de felicidad respecto a los demás porque se podría asociar que a un mayor nivel educativo, se eleva la probabilidad de conseguir empleo, hecho que contribuye a elevar el nivel de felicidad (Cuñado & Pérez de Gracia, 2012). Adicionalmente, se combinaron tres aspectos demográficos (género, NSE y ocupación); y dio como resultado que los hombres que pertenecen al NSE B y D son los que muestran el puntaje más bajo en comparación con las demás. La falta de demanda laboral en el país y políticas públicas que estimulen su inserción en el mercado laboral hacen que su nivel de felicidad sea muy bajo.

Luego de analizada la estadística descriptiva, se procedió a realizar las pruebas de normalidad e igualdad de varianzas a los diversos aspectos demográficos; se hicieron pruebas paramétricas y no paramétricas para realizar comparaciones entre los diversos grupos, encontrando que existe igualdad de medias en el nivel de felicidad de los hombres y las

mujeres, así como en los diversos estados civiles; sin embargo, para aspectos como el rango de edad, el nivel de estudios, el NSE y el nivel de ocupación, no hay igualdad de medias en su nivel de felicidad.

4.5 Resumen

El análisis realizado a la muestra de 385 millennials de Lima Metropolitana brinda resultados muy interesantes, siendo predominante el género masculino representado por el 54% de la muestra. Además, está compuesto en su mayoría por personas con el rango de edad de 20 a 27 años con estudios superiores, solteros y del NSE C y D. Cabe precisar que la muestra presenta un coeficiente de confiabilidad (alpha de Cronbach) de 0.90, por lo que es altamente confiable y con una distribución normal de los datos.

El nivel de felicidad general de la muestra presenta una media con un valor de 104 y una desviación estándar con un valor de 11, lo que evidencia que los datos obtenidos no presentan mucha dispersión. Con respecto al nivel de felicidad se puede precisar que tanto los hombres como las mujeres experimentan casi lo mismo; a diferencia del segmento demográfico, donde es importante mencionar que la zona Lima Sur presenta un nivel de felicidad mayor que las zonas Lima Norte, Lima Centro, Lima Este; el rango de edad de 20 a 27 años del total de encuestados muestra un mayor nivel de felicidad que el rango de 28 a 34 años. Además, los solteros y casados presentan mayores niveles de felicidad en comparación con los viudos y divorciados. En lo referente al NSE, se evidencia que los NSE A y E presentan menores niveles de felicidad que los NSE B y C. Es importante mencionar que las personas que no trabajan ni estudian del total de encuestados son las que experimentan menores niveles de felicidad. En lo concerniente a la estadística inferencial, se aplicaron las pruebas de Kolmogorov-Smirnof, Shapiro-Wilk, Levene, Test de medias, Mann-Whitney-Wilcoxon y Anova para identificar si los aspectos demográficos presentaban una distribución normal, igualdad de varianzas y comparación de grupos. Este último evidenció que no hay

asociación entre el nivel de felicidad de los millennials con el género y el estado civil. En contraste, se encontró que sí hay asociación entre el nivel de felicidad con el rango de edad, el nivel de estudios, el NSE y el nivel de ocupación actual.



Capítulo V: Plan de Acción

El presente capítulo tiene como objetivo elaborar un plan de acción que permita elevar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana; para lo cual se realizó la siguiente estructura, teniendo en cuenta los hallazgos encontrados en el Capítulo IV; así como las características, gustos y preferencias de los millennials descritos en el Capítulo 2.12 (ver Figura 34).

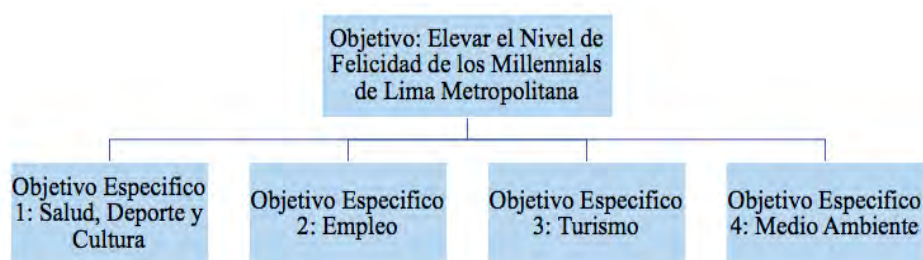


Figura 34. Objetivos para elevar el nivel de Felicidad de los Millennials en Lima Metropolitana

5.1 Objetivo Principal

Elevar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana considerando cuatro objetivos específicos como: (a) salud, deporte y cultura; (b) empleo; (c) turismo; y (d) medio ambiente.

5.2 Objetivo Específico: Salud, Deporte y Cultura

A continuación se presenta la estrategia, actividades, responsables, plazo, indicadores y costos propuestos para el factor Salud, Deporte y Cultura.

5.2.1 Estrategia

Concesionar centros deportivos municipales, reparar y habilitar las ciclovías e incentivar deportes al aire libre. Estas estrategias estarán alineadas para elevar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana en base a la salud, el deporte y la cultura.

5.2.2 Actividades

El plan de acción propone incentivar la vida saludable y el deporte en los millennials de Lima Metropolitana mediante actividades que les permitan tener mayor lugar para

practicar actividades deportivas y consecuentemente tener una vida sana. Esto les permitirá aumentar su autoestima y mejorar su apariencia física (“La onda sana,” 2017).

La primera actividad propuesta es concesionar piscinas y canchas de la municipalidad ofreciendo clases de natación, fútbol y básquet con precios reducidos respecto a las academias particulares. Además, se podrán obtener descuentos y, en otros casos, becas para aquellos que sean considerados deportistas destacados por cada disciplina. Esta concesión tendrá como principal interés que las academias particulares puedan generar ingresos para sus negocios en los periodos de verano; pero dictarán clases gratuitas a los vecinos de la comunidad en la época de menor afluencia de público.

También, se propone un plan de reparación y habilitación de ciclovías abandonadas que permitan actividades de esparcimiento familiar los fines de semana; para lo cual, las Municipalidad deberán retirar a los comerciantes ambulantes informales quienes ocupan actualmente estas vías (Aquino, 2014; Barreto, 2017).

Además, se deberá ampliar espacios seguros que permitan parquear bicicletas en más estaciones del Metropolitano y Metro de Lima, como se ha hecho en el paradero de la Plaza de Flores del Metropolitano (“Metropolitano: parqueo de,” 2017) y tal como sucede en las grandes metrópolis. De esta forma, disminuirá el impacto ambiental debido al uso de transporte convencional de los millennials hacia las estaciones centrales; Además, se propone incentivar el acceso a clases de artes marciales gratuitas y deportes de contacto en parques mediante la subvención de estas.

5.2.3 Responsables

Los responsables de la implementación de cada una de estas actividades serán los funcionarios de la gerencia de educación y deportes de La Municipalidad de Lima Metropolitana, ya que dentro de sus funciones está el organizar, supervisar y evaluar actividades o programas relacionados para mejorar el deporte y la cultura (Municipalidad de

Lima, s.f.a).

5.2.4 Plazo

El plazo sugerido para la actividad de la concesión de los centros deportivos con diferentes academias particulares será de cinco meses para la implementación y un mes para la difusión. La reparación y el reordenamiento del comercio ambulatorio informal que lleva a habilitar las ciclovías requieren de un periodo más extenso debido a la complejidad de sus sistemas y a la inversión en la misma. Se estima el plazo de seis meses para la reubicación del comercio ambulatorio; y un año para la reparación de las ciclovías y construcción de parqueaderos. La creación de talleres en parques y zonas públicas de las diferentes municipalidades de Lima Metropolitana requieren de un tiempo aproximado de tres meses.

5.2.5 Indicadores

Se proponen los siguientes indicadores para las actividades mencionadas

Efectividad de programa de la concesión de los centros deportivos, el cual permitirá medir el alcance de los millennials inscritos en cada disciplina.

$$\% \text{ Efectividad de Programa} = 100 \times \frac{\text{Millennials beneficiados con descuentos}}{\text{Cantidad Total de Inscritos en el año}}$$

Disponibilidad ciclovías en metros cuadrados disponibles, reparadas y habilitadas para el uso de los millennials.

$$\% \text{ Disponibilidad Ciclovias (m2)} = 100 \times \frac{\text{Metros cuadrados de ciclovias habilitadas}}{\text{Ciclovias de Lima Metropolitana (m2 Total)}}$$

Uso de espacios utilizados en cada parqueadero construido por la Municipalidad de Lima Metropolitana, considerando que la construcción de cada uno será de 200 bicicletas.

$$\% \text{ Bicicletas Parqueadas} = 100 \times \frac{\text{Bicicletas Parqueadas}}{\text{Numero de Parqueaderos disponibles}}$$

Considerando que, en promedio, una persona recorre diariamente dos kilómetros en bicicleta para llegar a su trabajo o a una estación de transporte público, la cantidad de CO₂

que no contamina al medio ambiente sería de 32 g. Si los cuatro parqueaderos estuvieran llenos, la cantidad de CO₂ que dejaría de contaminar el medio ambiente sería de 25,600 gramos por día.

5.2.6 Costos

Se estima tener un impacto de 2.5% en los millennials de Lima para la actividad de difundir los centros deportivos concesionados. A continuación, se muestra el costo anual en el que incurriría la Municipalidad de Lima por difundir y publicitar sus academias (ver Tabla 19).

Tabla 19

Costo de Difusión de Centros Deportivos Concesionados

Partida		Costo Anual
Publicidad	S/	24,000
Difusión	S/	3,600
Personal Administrativo	S/	25,200
Total	S/	52,800

Se estima tener un impacto de 9% en los millenials de Lima para la actividad de reparar y habilitar las ciclovías de Lima y se muestra el costo para tal operación (ver Tabla 20). En Lima hay 150 km lineales de ciclovías (Municipalidad de Lima, s.f.g.) y se toma en cuenta un 15% del total de ciclovías para reparación lo cual asciende a 22.5 km lineales, considerando que el ancho de una ciclovía es de 2m y el costo de reparar la ciclovía por m² es de S/ 500 (precio del mercado). Adicional a ello, se ha considerado el costo por m² para el mantenimiento de ciclovías por S/ 10 (precio de mercado).

Tabla 20

Costo de Reparar y Habilitar las Ciclovías de Lima

Partida		Costo Anual
Reparación de Ciclovías	S/	22,500,000
Mantenimiento de Ciclovías	S/	12,000,000
Total	S/	34,500,000

Además, se muestra el costo de construir cuatro parqueaderos de bicicletas en diferentes paraderos del Metropolitano y Metro de Lima. Para esto se consideró construir estacionamientos para cada tres bicicletas formados por estructuras de tubos de acero zincado bicromatado de 40 mm de diámetro y 2 mm de espesor, de 1,00x0,75 m, fijado a una base de concreto $f_c=210 \text{ kg/cm}^2$ (21 MPa) y fijado a una base de concreto. Según el simulador de costos (www.peru.generadordeprecios.info, 2018), se obtuvo un precio de S/ 690.40. Considerando que cada parqueadero tendrá una capacidad de 200 bicicletas se llega a la siguiente estructura de costos (ver Tabla 21).

Tabla 21

Costo de Construcción Parqueaderos

Partida		Costo
Materia Prima	S/	172,732
Mano de Obra	S/	16,789
Herramientas	S/	3,791
Total	S/	193,312

Por otro lado, se estima tener un impacto de 5% en los millennials de Lima para la actividad de implementar clases gratuitas en 1 parque por cada distrito de la ciudad y, a continuación, se muestra el costo. Se considera para ello la contratación de cinco profesores con un sueldo mensual de S/ 3,000 los cuales se cuantificarán por 14 sueldos al año agregándose un 45% por concepto de costo laboral para la empresa. En adición a ello, se considera como implementos la compra de materiales para las clases de Crossfit y artes marciales (ver Tabla 22).

Tabla 22

Costo de Implementación de Clases Gratuitas en Parques

Partida		Costo Anual
Contratación de Profesores	S/	304,500
Implementos	S/	15,000
Total	S/	319,500

5.3 Objetivo Específico: Empleo

A continuación se presenta la estrategia, actividades, responsables, plazo, indicadores y costos propuestos para el factor Empleo.

5.3.1 Estrategia

Fomentar la inserción de los millennials en el mercado laboral potenciando su nivel técnico y el trabajo *part-time* con el objetivo de reducir su nivel de desocupación y hacerlos más atractivos para las empresas. Además, promover el emprendimiento en los millennials quienes están muy interesados en ser sus propios jefes (De la Cruz, s.f.).

5.3.2 Actividades

Se proponen dos actividades principales con el propósito de incrementar la cantidad de millennials al mercado laboral. La Municipalidad implementará un programa en conjunto con empresas privadas de renombre ubicadas en cada distrito e invitará a los principales jefes de áreas técnicas con el propósito de capacitar a los millennials en actividades propias de la industria. Asimismo, continuará con la realización de ferias laborales dirigidas a quienes buscan trabajo técnico y operario. Además, aumentará su capacidad de atención y asesoría en temas de Outplacement para profesionales millennials que buscan reinsertarse laboralmente (“Municipalidad de Lima,” 2017). Esta actividad será coordinada e implementada con los diferentes distritos de la ciudad de Lima.

También, se mejorará el programa actual “Manos Solidarias”, la cual busca capacitar a jóvenes que quieren emprender con ideas creativas, conceptos para crear, fortalecer, medir y validar proyectos para concretizar ideas de negocios válidos y sostenibles (Municipalidad de Lima, s.f.b), a través de la descentralización con las diferentes municipalidades de la ciudad de Lima. Además, se hará el contacto con empresas que deseen invertir en las ideas de los jóvenes de Lima y, de esta forma, lanzar productos novedosos al mercado. En paralelo, la Municipalidad creará una plataforma virtual; donde se podrán dar asesorías virtuales con

especialistas en emprendimiento y se fomentará el newtorking empresarial y laboral por sector profesional. Todos estos programas de emprendimiento serán coordinados con Startup Perú, que le pertenece al Estado Peruano y es liderado por el Ministerio de la Producción.

5.3.3 Responsables

Los responsables de la implementación de cada una de estas actividades serán los funcionarios de la gerencia de desarrollo económico de la Municipalidad de Lima Metropolitana, quienes son los encargados de las actividades relacionadas con la promoción y el desarrollo empresarial, el comercio, las industrias y servicios profesionales (Municipalidad de Lima, s.f.c.).

5.3.4 Plazo

El plazo estimado para la los programas de capacitación es de seis meses, tiempo en el cual la Municipalidad coordinará con las distintas municipalidades para acondicionar auditorios o espacios que permitan la difusión de estos talleres y el mismo tiempo servirá para la invitación a los principales jefes para el dictado de los cursos. También, se estima un plazo de seis meses para el inicio de las Ferias laborales en los diferentes Municipios de la ciudad de Lima, dando como resultado cuatro ferias al año. La propuesta de brindar asesorías con empresas de Outplacement y coordinar las mismas descentralizándolas en los diferentes municipios de Lima tiene un plazo estimado de tres meses. Además, el plazo para mejorar el programa actual “Manos Solidarias” con las actividades descritas tiene una duración estimada de seis meses.

5.3.5 Indicadores

Se proponen los siguientes indicadores para las actividades mencionadas:

La cantidad de millennials inscritos en los programas de concesión de canchas deportivas para poder medir la efectividad del programa.

$$\% \text{ Millennials Inscritos} = 100 \times \frac{\text{Numero de Milenials Inscritos}}{\text{Total de Millenials}}$$

Asimismo, para poder comprobar la efectividad de los programas de inserción laboral y apoyo a los millennials se proponen tres indicadores.

$$\% \text{ Efectividad Laboral} = 100 \times \frac{\text{Numero de Millennials Insertados en el Mercado Laboral}}{\text{Numero de Miennials egresados del Programa}}$$

$$\% \text{ Efectividad Feria} = 100 \times \frac{\text{Numero de Milenials Insertados en el Mercado Laboral}}{\text{Asistentes a la Feria}}$$

$$\% \text{ Efectividad Programa} = 100 \times \frac{\text{Asesorados con Proyectos Aprobados por Empresas}}{\text{Cantidad de Asesorados}}$$

5.3.6 Costos

Se estima tener un impacto de 2.4% en los millennials de Lima para las actividades mencionadas. A continuación, se muestra el costo anual en el que incurriría la Municipalidad de Lima por implementar talleres de capacitación laboral con jefes de empresas de renombre. Para ello se considera un espacio de 100m² para el dictado de clases a un precio de alquiler de S/ 1,000 mensuales (precio de mercado). En relación con los materiales, se considera todos los implementos necesarios para la enseñanza como la pizarra, plumones y economato. También se considera el precio de la publicidad en redes sociales y en la página web de la municipalidad (ver Tabla 23).

Tabla 23

Costo de Implementar Talleres de Capacitación Laboral

Partida		Costo Anual
Alquiler del local	S/	6,000
Materiales	S/	24,000
Publicidad	S/	5,000
Total	S/	35,000

Se estima tener un impacto de 3% en los millennials de Lima para la actividad de mejorar el programa “Manos Solidarias” y a continuación, se muestra el costo. Para ello se consideró compartir el local con la propuesta anterior y organizar cuatro ferias al año con 50 stands para que los millennials puedan presentar sus ideas de negocios a los diferentes inversionistas. Para la publicidad, está también será a través de las redes sociales y la página

de la Municipalidad de Lima (ver Tabla 24).

Tabla 24

Costo de Mejora para Talleres de Emprendimiento Manos Solidarias

Partida		Costo Anual
Alquiler de local	S/	6,000
Costo de stands	S/	50,000
Publicidad	S/	20,000
Total	S/	76,000

5.4 Objetivo Específico 3: Turismo

A continuación se presenta la estrategia, actividades, responsables, plazo, indicadores y costos propuestos para el factor turismo.

5.4.1 Estrategia

Implementar y desarrollar el comercio con tecnologías de información, puesto que para los millennials lo tecnológico es algo muy natural (BBVA, 2015). Además, la estrategia va relacionada con la comunicación e información eficiente que les permita tener acceso a las diferentes opciones ofertadas.

5.4.2 Actividades

Los millennials prefieren tener toda la información posible y a la mano. La mayoría de ellos busca experiencias relacionadas con la cultura local y una buena relación calidad-precio evitando los shows para turistas (García, 2018). Para contribuir con el sector turismo y elevar el nivel de la felicidad de los millennials, se propone promoverlo de manera vivencial en las provincias y distritos de Lima; donde se pueda aprender de costumbres, prácticas y gastronomía local. Actualmente, no se tiene mucha información de este tipo de turismo; y la poca que existe, es gracias a aportes de bloggers y videos en Internet. Es por ello que se propone que la Municipalidad de Lima en conjunto con las municipalidades distritales puedan promover el turismo a través de descuentos en paquetes de fin de semana y *full-day* a las zonas cercanas, para que puedan vivir una experiencia real con los pobladores. Además, la

Municipalidad de Lima creará una aplicación virtual en la cual los visitantes y millennials puedan subir fotos, videos y compartir sus experiencias para incentivar el turismo vivencial dado que ellos valoran más las recomendaciones basadas en experiencias que las de un agente de viajes (García, 2018).

5.4.3 Responsable

La entidad responsable de crear estas políticas de promoción de turismo vivencial será La Municipalidad Metropolitana de Lima a través de la Subgerencia de Turismo ya que dentro de sus funciones está generar mecanismos articulados entre las instituciones público y privadas que deseen fomentar el desarrollo del turismo (Municipalidad de Lima, s.f.d.).

5.4.4 Plazo

El plazo de creación de la aplicación será de aproximadamente dos meses y la promoción e incentivo de la idea será de un mes adicional.

5.4.5 Indicadores

Una forma de medir la efectividad de los programas es revisando el número de millennials visitantes a las ciudades que han influenciado las visitas a la aplicación virtual creada por la Municipalidad de Lima.

$$\% \text{ Visitantes Millenials a la ciudad} = 100 \times \frac{\text{Numero de Visitantes Milenials}}{\text{Cantidad Total de Visitantes}}$$

$$\% \text{ Millenials influenciados por App} = 100 \times \frac{\text{Millenials que entra a la Aplicacion}}{\text{Cantidad Total de Visitantes}}$$

5.4.6 Costos

Se estima tener un impacto de 2.4% en los millennials de Lima para las actividades propuestas en Turismo y se muestra el costo. Se consideró el desarrollo de una aplicación móvil con un precio de USD 5,000 (“Esto cuesta desarrollar,” 2017). Además, un mantenimiento mensual de usd 100 y una subvención en el transporte del 80% del costo de

un bus que en promedio cuesta S/ 1,000 (precio de mercado a las diferentes ciudades cercanas de Lima Metropolitana) (ver Tabla 25).

Tabla 25

Costo Anual para Creación de Aplicación y Subvención de Transporte en Turismo Vivencial

Partida		Costo Anual
Desarrollo Aplicación	S/	15,000
Mantenimiento	S/	3,600
Subvención de Transporte	S/	200,000
Total	S/	218,600

5.5 Objetivo Específico 4: Medio Ambiente

A continuación se presenta la estrategia, actividades, responsables, plazo, indicadores y costos propuestos para el factor Medio Ambiente.

5.5.1 Estrategia

Implementar centros de acopio que permitan el reciclaje de diversos productos que afectan el medio ambiente. Esta estrategia está relacionada con la preocupación que tienen los millennials por el cuidado del planeta (“La onda sana,” 2017).

5.5.2 Actividades

Los millennials son agentes de cambio y están comprometidos con el cuidado del planeta (“La onda sana,” 2017); para lo cual se proponen principalmente campañas de reciclaje. Una de ellas está enfocada en la disminución de la tala de árboles, con lo cual los millennials participarían activamente en campañas para donar cuadernos con hojas sobrantes. Estos a su vez serán reciclados para luego ser donados a niños y estudiantes de bajos recursos en las distintas zonas de Lima Metropolitana. A medida que el programa se masifique, la donación de los cuadernos reciclados se hará hacia las zonas más alejadas del país. La Municipalidad buscaría que las empresas puedan solventar el costo del reciclaje con una retribución y disminución en arbitrios; haciendo que los millennials sean parte del cuidado del medio ambiente elevando su nivel de felicidad.

A través de la Municipalidad de Lima, se implementarán centros de acopio de productos tecnológicos usados por la comunidad en general. Esta campaña se realizará de forma conjunta con empresas privadas, quienes las repararán y acondicionarán para que posteriormente sean donadas en campañas educativas.

Adicionalmente, las municipalidades podrán utilizar las laptops donadas en buen funcionamiento para que sean utilizadas en talleres de computación para adultos mayores. Estos talleres serán dictados por millennials contratados por la Municipalidad que tengan conocimiento del tema.

El cuidado del medio ambiente también está asociado con el reciclaje del plástico; el cual es un material orgánico que tarda en degradarse 150 años (Nonino, s.f.). Ante ello, se propone la adquisición de seis máquinas recicladoras de botellas de plástico; las cuales estarán ubicadas estratégicamente en las estaciones del Metropolitano y el Tren Eléctrico. Los millennials podrán ingresar las botellas en ellas y obtener recargas de dinero en sus tarjetas para los siguientes viajes. El retorno para la Municipalidad será la venta de plástico y para los millennials con descuento en transportes.

5.5.3 Responsables

La entidad responsable de crear estas políticas del cuidado del medio ambiente será la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental de la Municipalidad de Lima porque se encargan de formular, coordinar y supervisar las medidas de materia ambiental y, además, promueve la participación ciudadana en este ámbito (Municipalidad de Lima, s.f.e.).

5.5.4 Plazo

El plazo para la implementación de las dos primeras campañas será de tres meses y para la difusión dos meses adicionales. En relación con las máquinas recicladora, el tiempo para la compra, importación y puesta en marcha será de seis meses, ya que se requiere de más entidades involucradas como el Ministerio de Transporte y los concesionarios.

5.5.5 Indicadores

Para poder realizar una medición de las campañas de reciclaje se proponen los siguientes indicadores.

$$\% \text{ Cuadernos reciclados} = 100 \times \frac{\text{Cuadernos donados por millenials}}{\text{Cantidad Total de Cuadernos donados}}$$

$$\% \text{ Efectividad Programa} = 100 \times \frac{\text{Saldo recargado por reciclaje}}{\text{Saldo recargado en tarjetas de millenials}}$$

5.5.6 Costos

Se estima tener un impacto de 2% en los millennials de Lima para la actividad de implementar programas de reciclaje de cuadernos y a continuación, se muestra el costo. Para ello se considera un precio de alquiler mensual de S/1,000, el cual servirá como centro de acopio para el reciclaje de cuadernos. Asimismo, se considera un costo mensual de S/1,375 mensual, lo cual involucra publicidad en las redes sociales, gigantografías en la Municipalidad de Lima y en las municipalidades distritales. También, se toma en cuenta el transporte de los cuadernos reciclados a las empresas recicladoras con camiones tipo furgón (ver Tabla 26).

Tabla 26

Costo de Implementación Programa de Reciclaje de Cuadernos

Partida	Costo Anual
Alquiler Local	S/ 12,000
Publicidad	S/ 16,500
Transporte de Cuadernos	S/ 23,100
Total	S/ 51,600

Se estima tener un impacto de 2% en los millennials de Lima para la actividad de implementar programas de reciclaje de artefactos electrónicos en desuso y talleres de computación para adultos mayores, en la Tabla 26 se muestra el costo de esta propuesta. Para ello, se tuvo en cuenta el contratar a un docente millennials con un sueldo de S/ 2,000 (más el 45% correspondiente al costo laboral), la compra de mobiliario para un aula de diez personas,

el transporte en camión del tipo furgón que será compartido con la propuesta anterior y la publicidad será de acuerdo a las consideraciones ya mencionadas en las propuestas anteriores.

Tabla 27

Costo de Implementar Programa de Reciclaje de Artefactos Electrónicos y Dictado de Talleres de Computación

Partida	Costo Anual	
Pago a Docentes Talleres Computo	S/	40,600
Mobiliario	S/	4,290
Transporte de Artefactos Electrónicos	S/	23,100
Publicidad	S/	13,200
Total	S/	81,190

Además, se estima tener un impacto de 10% en los millennials de Lima para la compra de máquinas recicladoras de botellas de plástico y se muestra el costo. Para ello, se considera un costo por máquina de 14,000 euros teniendo en cuenta que el precio varía de 3000 a 20,000 euros según el tamaño (“La empresa que,” 2017) y se considera un factor de importación marítimo de 1.2 llegando al importe de S/ 268,800 por cuatro máquinas (ver Tabla 28).

Tabla 28

Costo de Compra de Maquinas Recicladoras de Plástico

Partida	Costo Anual	
Compra de Maquinas	S/	268,800
Mantenimiento	S/	19,800
Transporte	S/	16,500
Total	S/	305,100

5.6 Actividades Específicas para Potenciar la Felicidad de los Millennials que no Trabajan ni Estudian

Como se mencionó en el capítulo IV, se escogió un grupo con el menor nivel de Felicidad con la finalidad de entrevistarlos, identificar sus necesidades y problemas para elaborar propuestas que potencien su felicidad. Por ello, se realizaron cuatro entrevistas a personas que cumplieron con las características de ser hombres que pertenecen al NSE B y D;

y que no trabajan ni estudian. En estas entrevistas se identificó que ellos disfrutan y valoran el tiempo con su familia y amigos debido a que estos pertenecen a su círculo social más cercano.

5.6.1 Estrategia

Promover actividades de integración familiar. Esta estrategia incentivará a que las familias encuentren un espacio donde puedan compartir momentos de sano esparcimiento. Es importante mencionar que la familia juega un rol fundamental en la felicidad y en el desarrollo de los jóvenes (“Los millennials son,” 2016).

5.6.2 Actividades

Para lograr la integración familiar es importante articular un trabajo conjunto con los padres de familia y la municipalidad mediante sus programas sociales; estableciendo retiros familiares. Estos retiros permitirán integrar a todos los miembros de la familia con actividades como almuerzos y conciertos al aire libre, ferias de nutrición y actividades lúdicas.

5.6.3 Responsables

La entidad responsable de promover estas iniciativas será la gerencia de desarrollo social de la Municipalidad de Lima porque se encargan de la promoción y gestión de planes, acciones de intervención en materia de salud y mejoramiento de las condiciones de vida (Municipalidad de Lima, s.f.)

5.6.4 Plazo

El plazo para la implementación, difusión y puesta en marcha de los retiros familiares será de 3 meses; para la segunda propuesta el plazo para convocar a profesionales de la materia y desarrollo del contenido será de cuatro meses.

5.6.5 Indicadores

Este indicador permitirá realizar una medición del porcentaje de millennials que no estudian y no trabajan que participan en las actividades de integración.

$$\% \text{ Familias Inscritas} = 100 \times \frac{\text{Familias Inscritas con un integrante no est. no trab.}}{\text{Cantidad Total de Familias inscritas}}$$

5.6.6 Costo

Se estima tener un impacto de 2% en los millennials de Lima por la participación en programas de retiros familiares, y, a continuación, se muestra el costo por la implementación de dicho programa (ver Tabla 29).

Tabla 29

Costo Anual de Implementación de Jornadas Familiares

Partida	Costo Anual
Transporte	S/ 412,800
Juegos	S/ 96,000
Alquiler Local	S/ 120,000
Total	S/ 628,800

5.7 Balance Scorecard del Plan de Acción

El Tablero de Control Balanceado tiene como finalidad medir, cuantificar y comparar el desempeño de la implementación de los objetivos estratégicos. En ese sentido, se han definido los indicadores de control que van a ayudar a medir dichos objetivos. De esta manera, es totalmente viable generar acciones de contingencia oportuna, a fin de cumplir los objetivos trazados (ver Tabla 30).

Tabla 30

Balance Scorecard Plan de Acción

Objetivos Estratégicos	Actividades	Responsable	Metas a conseguir Plazo	Fecha Limite	Indicadores Medición	Indicadores anuales Impacto (Efecto)
Salud, Deporte y Cultura	Concesionar piscinas municipales	Gerencia de Educación y deportes de la Municipalidad de Lima Metropolitana	06 meses	28.06.2019	% de millennials inscritos en actividades deportivas	Con la habilitación de 43 piscinas se pretende cubrir un total de 58,050 millennials, es decir un 2.5% de la población objetivo total
	Reparación y Habilidadación de ciclovías		06 meses para a reubicación y 12 meses para la reparación	28.06.2019 y 29.03.2019	% de metros cuadrados de ciclovías operativas y bicicletas parqueadas	Con la Habilidadación e interconexión de ciclovías se pretende favorecer el desplazamiento de 200,000 millennials, es decir un 9% de la población millennials de lima Metropolitana
Empleo	Talleres de artes marciales y deportes de contacto al aire libre	Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Lima Metropolitana	03 meses		% de millennials inscritos en los talleres	Se estima cubrir un 5% de la población millennials de Lima con los talleres al aire libre, es decir llegar a impartir clases a un aproximado de 117,000 jóvenes millennials
	Programa de cooperación y capacitación con empresas privadas		06 meses	28.06.2019	% de millennials inscritos en los programas y % efectividad del programa	En los programas de capacitación empresarial se busca cubrir el 2.4% de la población total
Turismo	Potenciar las ferias laborales	Sub gerencia del Turismo de la Municipalidad de Lima Metropolitana	03 meses	29.03.2019	% de efectividad de las ferias	El potenciar las ferias laborales permitirá cubrir un 10% de la población millennials de Lima Metropolitana mediante el ingreso masivo en diversos distritos
	Mejorar el funcionamiento del programa "Manos Solidarias"				% Efectividad del programa	El mejoramiento del programa "Manos Solidarias" permite llegar a un 3% de la población millennials de Lima Metropolitana
Medio Ambiente	Implementar y desarrollar tecnologías de información para fomentar el turismo vivencial	Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental de la Municipalidad de Lima	05 meses	30.05.2019	% de visitantes millennials a zonas destinadas	Se espera captar un 2.4% de la población millennials para el turismo vivencial
	Campañas de reciclaje de papeles				% de visitantes que utilizaron la aplicación	La aplicación permitirá llegar a un 5.1% de la población objetivo, es decir tener una aplicación para 120,000 millennials
	Implementación de zonas de acopio para productos tecnológicos				% de cuadernos donados por millennials	Se tiene como objetivo el poder llegar a un 2% de la población millennials en la captación de cuadernos y papeles
	Implementación de 6 zonas de acopio para botellas de plástico.				% de talleres realizados por millennials	Con los centros de acopio de productos electrónicos se espera llegar al 2% de la población objetivo
					% de plástico reciclado	para el caso de los centros de acopio de botellas de plástico, se espera llegar al 10% de la población

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

El capítulo VI presenta las respuestas a la pregunta de investigación, sobre la base del marco teórico que se mostró en el capítulo II, la metodología de investigación realizada en el capítulo III, el análisis de los resultados obtenidos del capítulo IV con respecto a la aplicación de la encuesta la escala de felicidad de Lima realizada a los millennials de Lima Metropolitana y al plan de acción propuesto en el capítulo V. El propósito de esta investigación es medir el nivel de felicidad en los millennials de Lima Metropolitana como se realizó en el capítulo IV. Estos resultados servirán como base para futuras investigaciones sobre el nivel de felicidad, no solo de los millennials, sino que se puede extender a otros grupos generacionales de Lima Metropolitana para en un futuro involucrar a todo el país.

6.1 Conclusiones

Debido a que no existen estudios previos de la felicidad en los millennials de Lima Metropolitana, la presente investigación es el primer estudio que se realizó para describir su nivel de felicidad. En este contexto, las conclusiones que se obtuvieron del análisis de los resultados fueron:

1. Como respuesta a la pregunta general de investigación sobre cuál es el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana, el puntaje obtenido fue de 104.75 de un total de 135, lo cual se puede considerar como un nivel alto de acuerdo a la Tabla 12 de valoración propuesta por el estudio.
2. Como respuesta a la pregunta específica de investigación que involucra las comparaciones entre los diversos aspectos demográficos, se encontró lo siguiente:
Segmento Geográfico. Se halló que, en base a la zonificación realizada, el segmento Lima Sur presentó un mayor nivel de felicidad con un puntaje de 109 considerado como alto en comparación con los segmentos de Lima Este, Lima Centro y Lima Norte que presentaron valoraciones más bajas. Esto debido a que la

dimensión sentido positivo de la vida obtuvo el mayor puntaje respecto a las demás mostrando rechazos a sentimientos depresivos, de intranquilidad y fracaso.

Edad. Se encontró que los Millennials cuyas edades oscilan entre 20 a 27 años presentaron un nivel de felicidad mayor con un puntaje de 106 considerado como alto en comparación con los que se encuentran dentro del rango de 28 a 34 años. Esto porque presentaron mayores experiencias positivas, sintiéndose generalmente bien según la dimensión alegría de vivir.

Estado Civil. Se notó que las personas en estado de viudez, así como los que han experimentado o experimentan un proceso de divorcio son los que tienen menores niveles de felicidad con puntajes de 99 y 100 respectivamente. Es el sentido positivo de la vida, la cual está asociada a mostrar rechazo a ideas pesimistas y al fracaso; y realización personal, la cual está asociada a sentimientos de tranquilidad emocional, son las dimensiones que mostraron menores puntajes en comparación con los casados, solteros y convivientes con puntajes de 105 y 104 respectivamente.

Nivel Socioeconómico. Se halló que los niveles de felicidad del NSE A que obtuvo un valor de 83 considerado como regular según la tabla de valoración del presente estudio y el NSE E con un puntaje de 95 considerado como Alto, son menores respecto a lo que están en el NSE B, C y D, los cuales tienen un puntaje de 106, 107 y 103 respectivamente. Todas las dimensiones de los NSE A y E tienen menores puntajes que los demás, donde son resaltantes las dimensiones satisfacción con la vida y alegría de vivir.

Ocupación Actual. Se encontró que las personas que estudian y trabajan son aquellas quienes obtuvieron mayores niveles de felicidad con un puntaje de 107 considerado como alto, en comparación con las personas que solo trabajan quienes

obtuvieron un valor de 105 y las que solo estudian con un valor de 103. La diferencia de este puntaje se debe a las dimensiones realización personal y sentido positivo de la vida. Es importante mencionar que el grupo que posee el menor nivel de felicidad está conformado por las personas que no trabajan ni estudian, quienes arrojaron un valor de 98, cuyo menor puntaje se obtuvo en las dimensiones alegría de vivir y satisfacción con la vida.

Género. Se halló un similar nivel de felicidad para los hombres y las mujeres; observándose una ligera superioridad para los hombres con un valor de 105 frente a las mujeres con un valor de 104; ambos considerados como Alto según la Tabla de valoración del presente estudio. Con respecto a las dimensiones, los puntajes son similares excepto para las dimensiones alegría de vivir y satisfacción con la vida.

3. Para responder la tercera pregunta, se concluyó que para incrementar el nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana se propuso la implementación de un plan de acción basado en cuatro factores: (a) salud, deporte y cultura, (b) empleo, (c) turismo y (d) medio ambiente. Además, las políticas relacionadas a estos factores están alineadas a los gustos, las preferencias y los patrones de comportamiento de los millennials.
4. Para complementar y en adición a las respuestas de las preguntas específicas de investigación, se halló que el nivel de felicidad de las personas que no trabajan ni estudian y que pertenecen a los NSE B y D son los que mostraron menores niveles de felicidad con puntajes de 83.5 y 81 respectivamente, los cuales están considerados como un nivel de felicidad regular según la tabla de valoración del presente estudio. Esto es interesante porque en el Perú hay una gran cantidad de personas con este problema debido a la falta de empleo que los han llevado a estar

en esa situación. Ante ello, la Municipalidad de Lima Metropolitana tiene la gran oportunidad de atacar este problema y elevar el nivel de felicidad en los millennials.

6.2 Recomendaciones

Las principales recomendaciones mencionadas en el plan de acción están basadas en cuatro factores que tienen las siguientes estrategias, las cuales están relacionadas a los gustos y preferencias de los millennials con la finalidad de elevar su nivel de felicidad.

1. La estrategia recomendada para la salud, el deporte y la cultura está enfocada en concesionar centros deportivos municipales, reparar y habilitar las ciclovías e incentivar deportes al aire libre. Estas recomendaciones buscan incrementar el Nivel de Felicidad de los Millennials de Lima Metropolitana teniendo en cuenta su preocupación y gusto por comer saludable y cuidar su cuerpo. Dichas concesiones y clases al aire libre serán coordinadas con las diferentes Municipalidad distritales de la ciudad con la finalidad de descentralizar los servicios. Por otro lado, la reparación y habilitación de las ciclovías se podrá hacer con las diferentes organizaciones involucradas en el tema.
2. En relación al empleo, la estrategia recomendada será fomentar la inserción de los millennials en el mercado laboral con trabajos *part-time* potenciando su nivel técnico, convirtiéndolos en recursos atractivos para las empresas y combatiendo el grado de desocupación y delincuencia. Además, se recomienda potenciar los programas ya existentes como “Manos Solidarias” y asesorías a emprendedores para mejorar el nivel de felicidad de las personas que no estudian ni trabajan. Esta estrategia toma en consideración que los millennials tiene un alto nivel de rotación laboral y que siempre están buscando su independencia queriendo ser sus propios jefes.

3. La estrategia recomendada para el sector turismo teniendo en cuenta el gusto de los millennials por viajar y tener nuevas experiencias está relacionada con promover el desarrollo de negocios en este sector basados en tecnología de información y comunicación eficiente al alcance de sus manos. Las actividades propuestas deberán ser coordinadas con las diferentes municipalidades de las ciudades a ser visitadas para que los millennials conozcan y disfruten del turismo vivencial, contribuyendo con generar ingresos económicos a estas localidades. Además, los millennials podrán compartir sus experiencias a través de una aplicación virtual que les permita tener toda la información que necesiten para poder masificar esta alternativa de turismo. Este plan puede servir para replicarse a todo el Perú como un modelo de negocio sostenible.
4. En relación al medio ambiente y teniendo en cuenta que los millennials se preocupan y consumen productos de empresas que cuidan el planeta, se propone implementar centros de acopio que faciliten el reciclaje de diversos productos que afectan el medio ambiente. Actividades como el reciclaje de cuadernos, artefactos electrónicos y botellas de plástico son propuestas que les dan beneficios como empleo y transporte que podría ser subvencionado por la Municipalidad de Lima cuando se donen este tipo de productos. Además, esto les permitirá elevar su nivel de felicidad ya que estarán viviendo en una comunidad que respeta y cuida el medio ambiente.
5. En adición a ello, y para complementar las propuestas del plan de acción, se identificó al grupo de millennials que no trabajan ni estudian con un menor nivel de felicidad. Ante ello, se realizaron entrevistas donde se evidencio que, a pesar de las carencias económicas, su felicidad radica en el tiempo que pasan con sus familias. Es por ello que se recomienda promover actividades de integración

familiar en la cual encuentren un espacio donde puedan compartir momentos de sano esparcimiento. De ese modo, la Municipalidad de Lima coordinará actividades en centros recreacionales para que las familias puedan compartir momentos juntos y así incrementen su nivel de felicidad mientras pasan por un periodo de recolocación laboral.

6. Es importante mencionar que algunas empresas transnacionales tienen estructuras organizacionales con organigramas cada vez más horizontales, en comparación con las empresas tradicionales que presentaban organigramas verticales o jerárquicos. En Lima Metropolitana para el 2030, se estima un PEA compuesta en un 70% por millennials; y es por ese motivo que, las empresas deben establecer políticas adecuadas que permitan atraer y cautivar a esta generación con políticas como: (a) horarios flexibles, (b) espacios recreativos, (c) trabajo en equipo, (d) plataformas digitales, (e) líneas de carrera y (f) equilibrio vida trabajo.

6.3 Investigaciones Futuras

El equipo de investigación, tomando en cuenta los resultados y las conclusiones, presenta las siguientes recomendaciones para futuras investigaciones:

- En el presente estudio se ha realizado una medición del nivel de felicidad de los millennials de Lima Metropolitana, por lo que se considera que esta medición se puede ampliar a otros grupos generacionales.
- Además, se puede extender el uso de esta herramienta para encontrar el nivel de felicidad por distrito o departamento; y así, llegar a obtener un nivel de felicidad del país.
- También, se recomienda que se desarrollen investigaciones con enfoque cualitativo sobre el nivel de felicidad, lo cual permitirá conocer que otras variables tendrían

impacto en el nivel de felicidad; y así, recomendar políticas que ayuden a incrementarlo.

- En futuras investigaciones, se puede evaluar y encontrar correlaciones de factores que permitan elevar el nivel de felicidad.



Referencias

- Alarcón, R. (2002). Fuentes de felicidad: ¿Qué hace feliz a la gente? *Revista de Psicología de la PUCP*, 20(2), 171-196
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40(1), 95-102
- Alarcón, R. (2009). *Psicología de la felicidad. Introducción a la psicología positiva*. Lima, Perú: Universitaria
- Ambrus, S. (2018, 18 de mayo). *Como los países latinoamericanos pasaron a ser campeones del mundo en felicidad*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/Ideasquecuentan/2018/05/18/como-los-paises-latinoamericanos-pasaron-a-ser-campeones-del-mundo-en-felicidad/>
- Ansedo, M. (2016, 17 de julio). El hombre que tiene la receta para ser feliz. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/07/13/ciencia/1468437657_783090.html
- Aramayo, R. (2017). A la búsqueda del sosiego interno: Una felicidad formal a priori e independiente de la fortuna. *International Journal of Philosophy*, 5, 394-427.
- Argyle, M. (2001). *The psychology of happiness (2da. ed.)*. Londres: Routledge
- Argyle, M., Martin, M., & Crossland, J. (1989). Happiness as a function of personality and social encounters. En J.P. Forgas, & J.M. Innes(Eds.). *Recent advances in social psychology: An international perspective* (pp. 189- 203).
- Árraga, M., & Sanchez, M. (2010). Validez y confiabilidad de la escala de felicidad de Lima en adultos mayores venezolanos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 381-393.
- Aquino, R. (2014, 11 de febrero). Ciclovía inconclusa en Larco pone riesgo a los usuarios. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/ciclovía-inconclusa-larco-pone-riesgo-usuarios-292317>
- Astudillo, E. (2007). Los monos y el largo viaje hacia la felicidad. *Astrolabio: Revista*

internacional de filosofía, (4), 151-155.

Atherton, J., Graham, E., & Steedman, I. (2010). *The practice of happiness: Political economy, religion and wellbeing*. London and New York: Taylor & Francis.

Avolio, B. (2015). *Métodos cualitativos de investigación: una aplicación al estudio de caso*. México DF, México: Cengage Learning.

Barreto, C. (2017, 28 de octubre). La decepción de las ciclovías. *El Peruano*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-la-decepcion-de-ciclovias-60620.aspx>

BBVA. (2015). *Generación Millennials*. Recuperado de <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2015/08/ebook-cibbva-innovation-trends-generacion-millennials-bbva.pdf>

Begazo, J., & Fernández, W. (2015). Los millennials peruanos: características y proyecciones de vida. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas UNSM*, 18(2), 9-15

Boehm, J., Lyubomirsky, S., & Liberman, V. (2009). Happiness and memory: Affective significance of endowment and contrast. *American Psychological Association*, 9(5), 666-680.

Bojanowska, A., & Zalewska, A. (2016). Happy temperament? Four types of stimulation control linked to four types of subjective well being. *Springer*, 18, 1403-1423.

Boulnois, O. (2016). ¿Qué hay de nuevo? La edad media. *Universitas Philosophica*, 33(67), 321-350.

Cano, F., Sanduvete, S., Chacón, S., Rodríguez, L., García, J. Antuña, M., & Perez, J. (2015). Estructura factorial de la versión española del Test de Orientación Vital Revisado (LOT-R): comprobación de varios modelos. *International Journal Of Clinical And Health Psychology*, 15(2), 139-148.

- Carrillo, S., Feijoo, M., Gutierrez, A., Jara, P., & Schellekens, M. (2017). El papel de la dimensión colectiva en el estudio de la felicidad. *Colombiana de Psicología*, 26(1), 115-129.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública. (2017). *Perú: Población 2017*. Recuperado de <http://cpi.pe/banco/market-report.html>
- Cohen, L., & Mansión, L. (1990). *Métodos de Investigación Educativa*. Madrid, España: La Muralla.
- Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas [CIOMS]. (2002). *Pautas éticas internacionales para la investigación biomédica en seres humanos*. Recuperado de http://www.cioms.ch/publications/guidelines/pautas_eticas_internacionales.htm
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Campeche, México: Universidad Autónoma de México.
- Cubeiro, J. (s.f.). *La felicidad es una ciencia*. Recuperado de <http://vivoenarmonia.cl/posts/laciencia-de-la-felicidad-segun-sonja-lyubomirsky/>
- Cuñado, J. & Pérez de Gracia, F. (2012). Does education affect happiness? Evidence for Spain. *Social Indicators Research*, 108, 185–196. <http://dx.doi.org/10.1007/s11205-011-9874-x>
- De la Cruz, C. (s.f.). *Millennials en el Perú: Una generación con grandes oportunidades laborales*. Recuperado de <https://btpucp.pucp.edu.pe/archivo-reportajes/millennials-en-el-peru-una-generacion-con-grandes-oportunidades-laborales/>
- De los Ríos Giraldo, A. (2016). Felicidad y economía: la felicidad como utilidad en la economía. *Equidad & Desarrollo*, (26), 115-143.
- Denegri, M., García, C., & Gonzales, N. (2015). Definición de bienestar subjetivo en adultos jóvenes profesionales chilenos. Un estudio con redes semánticas naturales. *CES*

Psicología, 8(1), 77-97.

DeNeve, K., & Cooper, H. (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124, 197–229.

<http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.124.2.197>

Díaz, D., Rodríguez, R., Blanco, A. Moreno, B., Gallardo, I. Valle, C., & Van Dierendonck, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff.

Psicothema, 18(3), 572-577.

Diener, E., Gohm, C., Suh, E. & Oishi, S. (2000). Similarity of the relations between marital status and subjective well-being across cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*,

31, 419–436. <http://dx.doi.org/10.1177/0022022100031004001>

Diener, R., Emmons, R., Larsen, R. & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale.

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

Duran, J., Velasco, J., Iza, B., & Laguia, B. (2017). Deporte y felicidad. *Apuntes Educación Física y Deportes*, 130(4), 18-28.

Esto cuesta desarrollar una aplicación móvil en distintos países del mundo. (2017, 13 de septiembre). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/esto-cuesta-desarrollar-aplicacion-movil-distintos-paises-mundo-noticia-457779?foto=1>

Fernández, P. & Extremera N. (2009). La inteligencia emocional y el estudio de la felicidad.

Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 66(23), 85-108.

Flórez, J. (2013). Felicidad, suicidio, riqueza y desempeño estatal. *Revista Derecho Del Estado*, (30), 125-155

García, R. (2018, 07 de enero). *Los Millennials, turistas que transforman la industria de los viajes*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/los-millennials-turistas/>

Gehlen, A. (2017). A felicidade evadida. Uma interpretação da nostalgia. *História Da*

Historiografia: International Journal of theory and history of historiography, (23), 142-

152.

- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la Investigación Científica*. Córdoba, Argentina: Brujas
- Gonzales, A., & Mercado, H. (2014). Gerenciando la generación Y o el reto Millennials. *Administración*, (24), 7-8
- Gonzalez, J., & Marrero, R. (2017). Determinantes sociodemográficos y personales del bienestar subjetivo y psicológico en población mexicana. *Suma Psicológica*, 24(1), 59-66. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumpsi.2017.01.002>
- Grajales, D. (2015, 08 de mayo). *La felicidad según Veenhoven*. Recuperado de http://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/la_felicidad_segun_veenhoven.php#.WyQjaC1DkdU
- Grant Thornton. (2016). *Factores de atracción del nuevo talento*. Recuperado de https://www.grantthornton.es/globalassets/___spain___/insights/factores-de-atraccion-del-nuevo-talento.pdf
- Grasso, L. (2006). *Encuestas: Elementos para su diseño y análisis*. Córdoba, Argentina: Encuentro.
- Harrison, M., Mercier, R., Pika, J., & Chopra, N. (2017). Four ways to attract and develop Millennials. *Journal of Government Financial Management*, 66(4), 18-23.
- Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J. (2018). *World Happiness Report*. Recuperado de <http://worldhappiness.report/ed/2018/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014a). *Metodología de la Investigación (6a ed.)*. México DF, México: Mc Graw Hill.
- Hernández, C. (2014b, 06 de febrero). Re: La Felicidad también se estudia [Web log messages]. Recuperado de <http://www.carolinahernandezcoaching.es/la-felicidad-tambien-se-estudia/>

Hills, P. & Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073-1082.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. [INEI]. (2017). *Lima tendría 9 millones 111 mil habitantes*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/91/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. [INEI]. (2018). *Comportamiento de los indicadores de mercado laboral a Nivel Nacional*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/biblioteca-virtual/boletines/empleo-a-nivel-nacional-9721/1/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. [INEI]. (s.f.a). *Población total al 30 de junio de cada año, según género y grupo de edad*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. [INEI]. (s.f.b). *Población total al 30 de junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Keeling, S. (2003). Advising the Millennial generation. *NACADA Journal*, 23(1&2), 30-36.

Kerlinger, F. (2002). *Foundations of behavioral research*. (4th ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.

La empresa que aspira vender las máquinas de reciclaje de Catalunya financia a entidades para que defiendan su sistema. (2017, 05 de agosto). *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/natural/20170804/43327065801/sddr-sistema-envases-reciclado-implantacion-catalunya-tomra.html>

La onda sana de los millennials: ¿moda o tendencia a largo plazo? (2017, 04 de agosto). *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/entremujeres/belleza/onda-sana-millennials-moda-tendencia-largo-plazo_0_SyqzYNGv-.html

Lepoutre, E. (2015, 08 de setiembre). La felicidad sintética. *Gestión*. Recuperado de

<https://gestion.pe/blog/felicidadenlosnegocios/2015/09/la-felicidad-sintetica.html>

Lyubormisky, S. (2008). *La ciencia de la felicidad*. Un método probado para conseguir la felicidad. Madrid, España: Urano.

Lyubormisky, S. (2018). *Sonja Lyubormisky*. Recuperado de <http://sonjalyubomirsky.com>

Lyubormisky, S., Layous, K., Chancellor, J., & Nelson, S. (2015). Thinking about rumination: The scholarly contributions and intellectual legacy of Susan Nolen-Hoeksema, *The Annual Review of Clinical Psychology*, 11, 1-22

Lyubormisky, S., & Ross, L. (1997). Hedonic Consequences of social comparison: A contrast of happy and unhappy people. *Journal of personality and social Psychology*, 73(6), 1141-1157.

Lombardo, M. (2017, 20 de octubre). ¡Trabaje sin sufrir!, el mensaje de la “coach” Sylvia Ramírez. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/carrusel/felicidad-a-prueba-de-oficinas-un-libro-de-sylvia-ramirez-sobre-el-trabajo-143216>

López, M., Jiménez, M., & Guerrero, D. (2017). Estudio de la percepción del profesorado sobre el bienestar-felicidad. *Profesorado: Revista De Curriculum y Formación Del Profesorado*, 21(2), 463-486

Los millennials son la generación que mayor predisposición muestra por ayudar a la familia. (2016, 28 de agosto). *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-millennials-generacion-mayor-predisposicion-muestra-ayudar-familia-201608241222_noticia.html

Lucas, R. & Gohm, C. (2000). Age and sex differences in subjectivewell-being across cultures. En E. Diener, & E. M. Suh (Eds.). *Culture and subjective well-being* (pp. 291–317). Cambridge, MA:MIT Press.

Marey, M. (2017). El rol de la felicidad ajena en la filosofía practica de Kant. *Dianoia*, 62(78), 119-145.

- Margot, J. (2007). La Felicidad. *Praxis Filosófica*, (25), 55-79.
- Martínez, J. (2017). Dimensiones semánticas de la felicidad. *Revista Académica de La Universidad Católica Del Maule*, (53), 115-131.
- McMahon, D. (2006). *Una historia de la felicidad*. Madrid, España: Taurus
- Mesa, D. (2017). Elementos formales de la felicidad una lectura no comprensiva de Aristóteles. *Filosofía UIS*, 16(2), 20-42.
- Metropolitano: parqueo de bicicletas en Plaza de Flores. (2017, 09 de mayo). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/metropolitano-parqueo-bicicletas-plaza-flores-fotos-419339?foto=4>
- Millán, A., & D'Aubeterre, A. (2011). Validación de la Escala de Bienestar Psicológico en una muestra multiocupacional venezolana. *Revista CES Psicología*, 4(1), 52-71.
- Moccia, S. (2016). Felicidad en el trabajo. *Psychologist Papers*, 37(2), 143-151
- Morán, M., Finez, M., & Fernandez, E. (2017). Sobre la felicidad y su relación con tipos y rasgos de personalidad. *Clínica y Salud*, 28, 59-63.
- Moyano, E., Páez, D., & Torres, M. (2016). Propiedades psicométricas del cuestionario para medir estrategias de aumento de la felicidad (HIS) en versión castellana (CEA-EAP). *Terapia Psicológica*, 34(2), 143-154.
- Municipalidad de Lima realizará gran feria laboral. (2017, 01 de octubre). *La Republica*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1105158-municipalidad-de-lima-realizara-gran-feria-laboral>
- Municipalidad de Lima. (s.f.a.). *Gerencia de educación y deportes*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/gerencia-de-educacion-y-deportes>
- Municipalidad de Lima. (s.f.b.). *MML capacita a jóvenes emprendedores para potenciar idea de negocio*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/36851-mml-capacita-a-jóvenes-emprendedores-para-potenciar-idea-de-negocio>

- Municipalidad de Lima. (s.f.c.). *Gerencia de desarrollo económico*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/gerencia-de-desarrollo-economico>
- Municipalidad de Lima. (s.f.d.). *Subgerencia de turismo*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/27732-subgerencia-de-turismo>
- Municipalidad de Lima. (s.f.e.). *Gerencia de Servicios a la ciudad y gestión ambiental*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/gerencia-de-servicios-a-la-ciudad-y-gestion-ambiental>
- Municipalidad de Lima. (s.f.f.). *Gerencia de desarrollo social*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/gerencia-de-desarrollo-social>
- Municipalidad de Lima. (s.f.g.) *Se implementará 200 nuevos kilómetros de ciclovías de cara a panamericanos 2019*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/33165-se-implementar%C3%A1-200-nuevos-kil%C3%B3metros-de-ciclov%C3%ADas-de-cara-a-panamericanos-2019>
- Nakata, A. (2017). Work to live, to die, or to be happy? *Industrial Health*, 55, 93-94.
- Nielsen. (2015). Estilo de vida generacionales. Recuperado de http://www.nielsen.com/pe/es/search.html?q=estilo+de+vida+generacional&sp_cs=UTF-8
- Nonino, M. (s.f., 14 de junio). *¿Cuánto tarda en degradarse el plástico o el vidrio? ¿y el cartón o el papel?*. Recuperado de <https://www.laredhispana.org/actualidades/cunto-tarda-en-degradarse-el-plstico-o-el-vidrio-y-el-cartn-o-el-papel>
- Oblitas, L. (2008). Psicología de la Salud: Una ciencia del bienestar y la felicidad. *Avances en Psicología*, 16(1), 9-38.
- Parodi, C. (2018, 23 de marzo). *¿Qué tan felices somos los peruanos?* *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2018/03/que-tan-felices-somos-los-peruanos.html>

- Pasco, M. & Ponce, M. (2015). *Guía de investigación en Gestión*. Lima: Vicerrectorado de Investigación PUCP. Recuperado de http://cdn02.pucp.education/investigacion/2015/11/23144937/GUI%C3%ACA-DE-INVESTIGACIO%C3%ACN-EN-GESTIO%C3%ACN_LISTO_2X2_16nov_f2.pdf
- Penagos, T., & Rubio, E. (2015). *Millennials y Millennials peruanos. Realidad, expectativas y proyecciones*. Recuperado de <http://ronald.com.pe/wp/wp-content/uploads/Junio-2015-Millennials-y-Millennials-peruanos-Realidad-expectativas....pdf>
- Poveda, O. (2015). Felicidad en América Latina; algunos determinantes socioeconómicos. *Revista de Antropología y Sociología: Virajes*, 17(1), 253-273
- Pozos, J., Rivera, S., Reyes, I., & López, M. (2013). Escala de Felicidad en la Pareja: Desarrollo y Validación. *Acta de Investigación Psicológica*, 3(3)1280-1297
- ¿Quieres ser feliz? Aquí te decimos cómo lograrlo. (2016, 25 de mayo). *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/suplemento/contratado/iniciativa-jovenes/formula-felicidad-segun-jorge-yamamoto-1002101/m>
- Ramírez, S. (s.f.). *Conferencias y Seminarios de Felicidad. ¿Encontrar o decidir la felicidad?* Recuperado de (<http://www.sylviaramirez.com.co/port1.html>)
- Real Academia Española [RAE]. (2018). *Felicidad*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Hj4JtKk>
- Ribera, X. (2016, 06 de marzo). El Profesor de Felicidad. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/gente/20160305/40204891764/tal-ben-shahar-profesor-felicidad-universidad-harvard.html>
- Rodríguez, G., Domínguez, G., & Escoto, M. (2017a). Evaluación psicométrica de la escala de felicidad de Lima en una muestra mexicana. *Universitas Psychologica*, 16(4), 1-10.
- Rodríguez, J., García, M., & Chicaiza, L. (2017b). Felicidad en la política pública: Una revisión de literatura. *Cuadernos de Economía*, 37(73), 95-119.

- Rojas, M. (2016, 26 de mayo). La economía de la felicidad. *Foreign Affairs Latinoamerica*.
Recuperado de <http://revistafal.com/la-economia-de-la-felicidad/>
- Rojas, M. (2018). *Happiness in Latin America has social foundations*. Recuperado de <http://worldhappiness.report/ed/2018/>
- Rojas, M. (s.f.). *Investigadores Planta Académica. Mariano Rojas*. Recuperado de http://www.flacso.edu.mx/investigacion/planta_academica/Rojas-Mariano
- Román, J. (2018). La gestión de los millennials: ¿niños mal criados? *Capital Humano*, 31(327), 19
- Ruiz, M. (2011). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacan, Sinaloa, México*. (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México).
Recuperado de http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html
- Sánchez, A. (2015). Los millennials y lo que deben hacer las empresas para adaptarse a ellos. *Capital Humano*, 26(301), 74-77.
- Segura, M., & Ramos, V. (2009). Psicología de la felicidad. *Avances en Psicología*, 17(1), 9-22.
- Schnettler, B., Miranda, H., Sepúlveda, J., Orellana, L., Denegri, M., Mora, M., & Lobos, G. (2014). Variables que influyen en la satisfacción con la vida de personas de distinto nivel socioeconómico en el sur de Chile. *Suma Psicológica*, 21, 54-62. [http://dx.doi.org/10.1016/S0121-4381\(14\)70007-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0121-4381(14)70007-4)
- Strauss, W., & Howe, N. (2007). *The next 20 years: How customer and workforce attitudes will evolve*. Recuperado de <https://hbr.org/2007/07/the-next-20-years-how-customer-and-workforce-attitudes-will-evolve>
- Timmermann, F. (2018). El padecimiento de la felicidad neoliberal, algunas perspectivas del terror sociopolítico. *Aposta*, 1(76), 108-139.

- Toro, I., & Parra, R. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y de la metodología de la investigación cuantitativa/cualitativa*. Bogotá, Colombia: Fondo Editorial EAFIT.
- Torres, A. (2014, 19 de marzo). A propósito del día Internacional de la Felicidad. La Felicidad y la Política. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/felicidad-politica-alfredo-torres-302917>
- Vanassche, S., Swicegood, G., & Matthijs, K. (2013). Marriage and children as a key to happiness? Cross-national differences in the effects of marital status and children on well-being. *Journal of Happiness Studies*, 14, 501–524.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10902-012-9340-8>
- Veenhoven, R. (2009). Medidas de la felicidad nacional bruta. *Intervención Psicológica*, 18(3), 279-299
- 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), 127-133.
- Vera-Villaruel, P., Celis-Atenas, K., Pavez, P., Lillo, S., Bello, F., Díaz, N. & López, W. (2012). Dinero, edad y felicidad: asociación del bienestar subjetivo y variables sociodemográficas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44, 155–164.
- Vilcachagua, P. (2018, 20 de marzo). Día Internacional de la felicidad: ¿Cómo construyen su felicidad los peruanos? *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/peru/dia-internacional-felicidad-construyen-felicidad-peruanos-entrevista-400250>
- Villanueva, R. (s.f.). *¿En qué se diferencian los millennials del Perú?* Recuperado de <http://www.datum.com.pe/estudios>
- Watson, D., Clark, L., & Teilegen, A. (1988). Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social*

Psychology. 54(6), 1063-1070.

Williams, L. (2018). Dirigiendo el consumo de alimentos y bebidas a los Millennials.

Industria Alimentaria, 29(4), 31-32

Wunder, C., Wiencierz, A., Schwarze, J., & Küchenhoff, H. (2013). Well-being over the life span: Semiparametric evidence from British and German longitudinal data. *Review of Economics and Statistics*, 95, 154–167. <http://dx.doi.org/10.1162/REST a 00222>

Yamamoto, J. (2013). Bienestar, gestión de recursos humanos y desarrollo social. *Tiempo de opinión*, (6), 14-25

Yamamoto, J. (2015). *Un modelo de bienestar subjetivo para Lima* (Tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7682>

Ziapour, A., Khatony, A., Jafari, F., & Kianipour, N. (2018). Correlation of personality traits with happiness among university students. *Journal of Clinical and Diagnostic Research*, 12(4), 26-29.

Apéndice A: Consentimiento Informado

MODELO DE FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Título:

Ciudad y fecha: _____

Yo, _____ una vez informado sobre los propósitos, objetivos que se llevarán a cabo en esta investigación, autorizo a brindar información sobre mis características sociodemográficas.

Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico. Los resultados del estudio estarán disponibles en la biblioteca de la PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. El archivo del estudio se guardará en la Escuela de Negocios de CENTRUM CATÓLICA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ bajo la responsabilidad de los investigadores.

Puesto que toda la información en este proyecto de investigación es llevada al anonimato, los resultados personales no pueden estar disponibles para terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas.

Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad de manera libre y espontánea.

Firma

Documento de identidad (No)._____

Huella:



Apéndice B: Preguntas Filtro y Calculo NSE para Encuesta

DATOS PERSONALES			
NOMBRES Y APELLIDOS			
DIRECCIÓN			
SEXO:			
DNI:			
TELÉFONO FIJO		TELEFONO CELULAR	

A1. ¿Cuántos años tiene? años

Menos de 20 años	1	TERMINAR
De 20 a 27 años	2	CONTINUAR
De 28 a 34 años	3	CONTINUAR
Más de 34 años	4	TERMINAR

A2. ¿Dónde reside?.....si no reside en Lima Metropolitana

TERMINAR

A3. ¿Cuál es su estado Civil?

Soltero Conviviente Casado Viudo Divorciado

A4. ¿Tiene estudios superiores? (Llámesse superiores técnicos o universitarios)

SI NO

A5. Indicar su nivel de estudios superiores

Inconclusos Concluidos

A6. ¿Cuál es su ocupación actual?

No trabaja ni estudia Estudiante Trabajador Estudia y Trabajo

CALCULO NSE

N1. Datos del o la Jefe de Familia (responsable o persona encargada de tomar las decisiones y/o aportar económicamente en casa):

Ocupación Actual: _____

N2. Parentesco con el Jefe de Familia:

. Padre/ Madre () . Esposa(o) () . Hermano(a) () . Hijo(a) ()

. Ella misma () . Otros _____

1A. GRADO DE INSTRUCCIÓN		2B. ATENCIÓN MEDICA	
Hasta secundaria incompleta	1	Centro de Salud/ Posta Médica/ Farmacia / Naturista	1

Secundaria completa /Superior No universitaria incompleta	2
Superior No Univ. Completa / Univ. Incompleta	3
Universitaria completa	4
Post-grado/Maestría /Doctorado	5

Hospital Ministerio de Salud / Hospital de la Solidaridad	2
Seguro Social/ Hospital FFAA/ Hospital de Policía	3
Médico particular en consultorio	4
Médico particular en clínica privada	5

N3. ¿Cuál de estos bienes tiene en su hogar que actualmente se encuentren en uso?

BIENES EN EL HOGAR	PONER UN "1" (POR CADA UNO)	TOTAL SUMA DE BIENES
Computadora en funcionamiento		
Lavadora en funcionamiento		
Teléfono fijo en funcionamiento		
Refrigeradora en funcionamiento		
Cocina o primus en funcionamiento (leña inclusive)		

N4.a. ¿Cuántas personas viven permanentemente en el hogar? (Sin incluir el servicio doméstico) _____

b. ¿Cuántas habitaciones tiene en su hogar que actualmente use exclusivamente para dormir (incluir la del servicio doméstico)?

HABITACIONES EN EL HOGAR (exclusivamente para dormir)	MIEMBROS DEL HOGAR	
	1 a 3 personas	4 a más
0 habitaciones		
1 habitaciones		
2 habitaciones		
3 habitaciones		
4 habitaciones		
5 habitaciones		

N5. ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda?

MATERIAL PREDOMINANTE			
Tierra/ arena/ tablonces sin pulir (selva)		Mayólica/ loseta/ mosaico/ vinílico/ cerámicos	
Cemento sin pulir		Parquet/ madera pulida/ alfombra/ laminado (tipo madera)/ mármol/ terrazo	
Cemento pulido/ Tapizón/ Tablonces (costa y sierra)			

SUMAR PUNTAJES DE N1A, N1B, N2, N3 y N4 - ANOTAR RESULTADO Y MARCAR NSE:

De 1 a 8 puntos	NSE E
-----------------	-------

TERMINAR

De 18 a 19 puntos	NSE B2
-------------------	--------

CONTINUAR

De 9 a 12 puntos	NSE D	TERMINAR
De 13 a 14 puntos	NSE C2	TERMINAR
De 15 a 17 puntos	NSE C1	TERMINAR

De 20 a 21 puntos	NSE B1	CONTINUAR
De 22 a 23 puntos	NSE A2	CONTINUAR
De 24 a 25 puntos	NSE A1	CONTINUAR



Apéndice C: Entrevista

1. Profundizar la dimensión el sentido positivo de la vida
 - 1.1 ¿Qué necesitas para sentirte feliz todo el tiempo?
 - 1.2 ¿Qué cosas sientes que te faltan para poder encontrarle sentido total a tu vida?
 - 1.3 ¿Que necesitas para sentirte completamente útil?
2. Profundizar la dimensión satisfacción con la vida
 - 2.1 ¿Qué necesitas para que tu vida sea como tu ideal?
 - 2.2 ¿Qué es lo más importante que te sucedió para que consideres que la vida ha sido buena contigo?
 - 2.3 ¿Qué cosas de tu vida te gustaría cambiar?
3. Profundizar la dimensión realización personal
 - 3.1 ¿Consideras que a tu edad has logrado todo lo que te has propuesto?
 - 3.2 ¿Qué crees que te falta lograr en la vida?
4. Profundizar la dimensión alegría de vivir
 - 4.1 ¿Consideras que es maravilloso vivir? ¿Por qué?
 - 4.2 ¿Qué situaciones consideras que te dan mayor alegría?
 - 4.3 ¿Con qué personas experimentas una mayor alegría?
 - 4.4 ¿Sientes que tu círculo de amistades comparte tus ideas?
 - 4.5 ¿Qué actividades te gustaría realizar para sentirte más feliz?
 - 4.6 ¿Te gustaría que estas actividades sean remuneradas?