

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
Escuela Profesional de Psicología



Una Institución Adventista

Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de ventas de
una organización empresarial de Lima

Por:

Maria Elena Anchapuri Chambilla

Sandra Dalila Requena Ruiz

Asesora:

Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto

Lima, febrero de 2018

Como citar:

Estilo APA

Anchapuri, M. y Requena, S. (2018). *Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima* (Tesis para licenciatura). Universidad Peruana Unión, Lima.

Estil Vancouver

1. Anchapuri, M. & Requena, S. 2018. Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima. (Tesis para licenciatura). Lima: Universidad Peruana Unión, 2018.

Estilo Turabian

Anchapuri Chambilla M, Requena Ruiz S. Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima. (Tesis para licenciatura). Lima: Universidad Peruana Unión. Facultad de Ciencias de la Salud: 2018.

Ficha catalográfica

Anchapuri Chambilla Maria Elena

Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de ventas de una organización empresarial de Lima/Autores: Maria Elena Anchapuri Chambilla y Sandra Requena Ruiz; Asesora: Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto – Lima, 2018.
97 páginas: anexos, tablas.

Tesis (Licenciatura). Universidad Peruana Unión. Facultad Ciencias de la Salud. EP. Psicología, 2018.

Incluye referencias y resumen.

Campo del conocimiento: Psicología.

1. Rasgos de personalidad. 2. Felicidad. 3. Personal de ventas. 4. Satisfacción con la vida.

ANEXO 07 DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

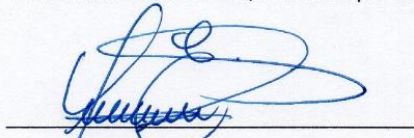
Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto, de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de Psicología, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **“Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima”** constituye la memoria que presenta la **Bachiller María Elena Anchapuri Chambilla y Sandra Requena Ruiz** para aspirar al título de Profesional de licenciadas en psicología ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, 15 de marzo del 2018.



Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto

“Felicidad y rasgos de personalidad en el personal de ventas de una organización empresarial de Lima”

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Psicólogo(a)

JURADO CALIFICADOR

Psic. Lindsey Wildman Vilca Quiro
Presidente

Psic. Isaac Alex Conde Rodríguez
Secretario

Psic. Sara Domenica Hidalgo Anchiraico
Vocal

Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto
Asesora

Ñaña, 13 de febrero de 2018

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mi pequeña hija Lía y a mi amado esposo Raúl quienes fueron mi inspiración para seguir luchando, a mis padres Sergio y Elena que gracias a sus esfuerzos he logrado terminar esta etapa de mi vida profesional.

Maria Elena

Principalmente a Dios por haberme permitido llegar a este momento tan importante de mi vida profesional, a mis padres por ser el pilar más importante de mi formación y a mi novio por su apoyo incondicional.

Sandra

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios por su gran amor hacia nosotras, a nuestra querida Universidad Peruana Unión, por darnos una excelente formación académica.

Agradecemos a nuestros padres y seres queridos por su gran apoyo y motivación para la elaboración de este proyecto.

A los asesores de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de esta tesis.

Agradecemos a la Organización, en especial a la Gerente de Gestión del talento por habernos permitido que este proyecto se cumpla con satisfacción.

Índice general

Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Capítulo I: El Problema.....	2
1. Planteamiento del problema	2
2. Pregunta de investigación.....	4
2.1. Pregunta general.....	4
2.2. Problemas específicos.....	4
3. Justificación.....	5
4. Objetivos de la Investigación	6
4.1. Objetivo General.....	6
4.2. Objetivos específicos.....	6
Capitulo II: Marco Teórico.....	7
1. Presuposición Filosófica.....	7
2. Antecedentes de la investigación.....	8
3. Marco conceptual	14
3.1. Felicidad.....	14
3.2. Rasgos de personalidad.....	28
3.3. Marco teórico referente a la población de estudio.....	40
4. Definición de términos	46
5. Hipótesis de la investigación	46
5.1. Hipótesis general.....	46
5.2. Hipótesis Específicas.....	47
Capitulo III: Materiales y Métodos.....	48
1. Diseño y tipo de investigación.....	48
2. Variables de investigación.....	48
2.1. Definición conceptual de las variables	48
2.2. Operacionalización de las variables.....	49
3. Delimitación geográfica y temporal	51
4. Participantes	51
4.1. Características de la muestra.....	51

4.2. Criterios de inclusión y exclusión.....	52
5. Instrumentos	52
5.1. Cuestionario de la felicidad de Alarcón.....	52
5.2. Inventario psicológico NE-O-P-I-R.....	53
6. Proceso de recolección y análisis de datos	53
7. Procesamiento y análisis de datos	54
Capítulo IV: Resultados y Discusión.....	55
1. Resultado	55
1.1. Análisis descriptivo.....	55
1.2. Prueba de normalidad.....	61
1.3. Correlación entre las variables.....	62
2. Discusión	63
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones.....	68
1. Conclusiones.....	68
2. Recomendaciones	68
Referencias	70

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Definición operacional de la escala factorial del Felicidad</i>	50
Tabla 2: <i>Definición operacional del inventario de Personalidad NEO PI-R</i>	50
Tabla 3: <i>Datos sociodemográficos de los participantes</i>	51
Tabla 4: <i>Niveles de las dimensiones de felicidad de los participantes</i>	55
Tabla 5: <i>Niveles de las dimensiones de felicidad según sexo de los participantes</i>	56
Tabla 6: <i>Niveles de las dimensiones de felicidad según edad de los participantes</i>	57
Tabla 7: <i>Niveles de las dimensiones de felicidad según tiempo laborable de los participantes</i>	58
Tabla 8: <i>Niveles de rasgos de personalidad en trabajadores retail de 18 a 40 años</i>	59
Tabla 9: <i>Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según sexo de los participantes</i>	59
Tabla 10: <i>Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según edad de los participantes</i>	60
Tabla 11: <i>Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según tiempo laborable de los participantes</i>	61
Tabla 12: <i>Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio</i>	62
Tabla 13: <i>Coefficiente de correlación entre rasgos de personalidad y dimensiones de felicidad</i>	63

Índice de anexos

Anexo 1: <i>Fiabilidad de la escala de felicidad</i>	83
Anexo 2: <i>Validez de la escala factorial de felicidad EFF</i>	84
Anexo 3: <i>Fiabilidad del inventario de personalidad</i>	85
Anexo 4: <i>Validez del inventario de personalidad NEO PI-R (de forma S)</i>	86

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo investigar la correlación entre los rasgos de personalidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima. El modelo de los rasgos de personalidad sobre el cual se trabajó, es el modelo propuesto por McCrae y Costa. Para la medición de la primera variable se utilizó el Inventario de Personalidad NEO PIR Revisado, planteado por Mc Crae y Costa (1992) la cual contiene cinco dimensiones: Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad. El test que se utilizó para la medición de las dimensiones de felicidad fue la Escala Factorial de Felicidad propuesto por Alarcón (2006), compuesto por cuatro dimensiones: Sentido positivo con la vida, Satisfacción con la vida, Realización personal y Alegría de vivir. La muestra estuvo conformada por 249 participantes. Se encontró que los rasgos de personalidad si se correlacionan con las dimensiones de felicidad ($p < 0.05$).

A excepción de Neuroticismo con la dimensión realización personal y el rasgo Apertura con satisfacción con la vida y realización personal. Por lo tanto, se concluye que los rasgos de personalidad del personal de ventas es un factor que se relaciona con su felicidad, a pesar de las particularidades que puede tener cada uno de ellos.

Palabras claves: Rasgos de personalidad, Felicidad, Personal de ventas, Satisfacción con la vida.

Abstract

The present study has as aim investigate the correlation between the features of personality and the dimensions of happiness in the personnel of sale of a managerial organization of Lima. The model of the features of personality on whom one worked, is the model proposed by McCrae and Coast. For the measurement of the first variable there was in use the Inventory of Personality NEO PIR Checked, raised by Mc Crae and Coast (1992) which contains five dimensions: Neuroticismo, Extraversión, Opening, Amiability and Responsibility. The test that was in use for the measurement of the dimensions of happiness was the Scale Factorial of Happiness proposed by Alarcón (2006) composed by four measure: positive Sense with the life, Satisfaction with the life, personal Accomplishment and Happiness of living. The sample was shaped by 249 participants. One found that the features of personality if they are correlated by the dimensions of happiness ($p < 0.05$).

With the exception of Neuroticismo with the dimension personal accomplishment and the feature Opening with satisfaction with the life and personal accomplishment. Therefore, one concludes that the features of personality of the personnel of sales it is a factor that relates to his happiness, in spite of the particularities that there can have each of them

Key words: Features of personality, Happiness, Personnel of sales, Satisfaction with the life

Capítulo I

Problema

1. Planteamiento del problema

En la actualidad es común encontrarse con personas que viven continuamente en la amargura, angustia, tristeza y desinterés. Vivir en un mundo globalizado propicia que uno de los problemas de estos tiempos sea que las personas se encuentren atrapadas con una sensación de falta de sentido en busca de paz (Eugenio, Lachuma y Flores, 2016). A causa de esta realidad en la que se vive se ha desarrollado estudios que evidencian lo siguiente

El reporte anual de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre la felicidad mundial, señala que de 155 Países, Noruega es el primer país en la escala de la felicidad, siguiéndoles Dinamarca, Islandia y Suiza. Dando evidencia que la felicidad es consecuencia de la creación de fuertes bases sociales como la confianza, compañerismo de trabajo, generosidad con los demás y menos percepción de corrupción. Asimismo, esta investigación resalta que los países menos satisfechos con sus vidas fueron: Tanzania ocupando lugar 153, Burundi en el 154 y República Centroafricana en el 155. En Sudamérica, Perú está entre los países menos felices ocupando el puesto 63, semejante a Paraguay 70 y Venezuela en el 82. En esta dirección, Yamamoto (2016) menciona; que de todas las ciudades de Perú, Huancayo es la ciudad más feliz por el equilibrio que tiene la población entre el trabajo y diversión. Asimismo, el Instituto de Opinión Pública de la PUCP (2015) refiere que de 9 millones 752 mil habitantes sólo un 35 % de la población de Lima vive feliz y el 65 % son infelices debido a la delincuencia y falta de servicios básicos.

Por otro lado, Perdiguero, Herencias y Paradela (2016) señala que de 2400 profesionales, el 41.1% indican que ser su propio jefe influye en su felicidad, porque disfrutan más libertad para organizar su tiempo, el 37,8% opina que no se obtiene mayor felicidad puesto que el emprendimiento encamina demasiadas obligaciones y responsabilidades y un 21,1% no sabe si realmente se es más o menos feliz dirigiendo un negocio, considerándose esto que emprender no es sinónimo de mayor felicidad.

Según Alarcón (2006) la felicidad es un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente la persona en posesión de un bien anhelado. Del mismo modo, Morán, Finez y Fernández (2016) señala que algunos de los factores que originan la felicidad es, contar con acceso a los servicios de salud, tener un buen nivel de educación, vivienda, contar con pareja, tener un empleo formal y el tipo de personalidad de cada persona. En este sentido, la felicidad es un proceso dinámico generado por la interacción de distintas variables que actúan en el individuo induciendo a respuestas terminales de naturaleza positiva (Caycho, 2010). Estas variables pueden agruparse en dos componentes. Primero es lo biológico que consta de género, salud, sociocultural conformado por matrimonio, ingreso económico y familia. Segundo es lo psicológico que involucra autoestima, valores, creencias y rasgos de personalidad (Alarcón, 2009). El Instituto Nacional de Estadística Informática (INEI, 2014) notifica que un 45% de 1500 colaboradores admiten no sentirse feliz en su centro de labores por los problemas vinculados con el tipo de personalidad de sus jefes y esto no les motiva tener actitud positiva a sus responsabilidades. Luego el 52% afirmaron que sus y opiniones son poco valoradas en su lugar de trabajo. El 7% considera muy valoradas sus propuestas y muestran felicidad ante su trabajo. Por ende, Costa y McCrae (1992) definen a la personalidad como conjunto de atributos relativamente permanentes y amplios que influyen en la forma de percibir, relacionarse, pensar y actuar en una forma determinada. En este contexto Valenzuela (2005) y Undurraga (2007) revelan que el

bienestar subjetivo (felicidad) está relacionado e influenciado por los factores de la personalidad, porque sufre un efecto rebote ante eventos muy relevantes de la vida.

Por otra parte, Canet y Torán (2002) afirman que un factor fundamental del éxito o fracaso de las empresas del mundo retail (ventas por menudeo), está en el personal de ventas por ser el principal generador de ingresos. En este sentido, Y. Díaz (Comunicación personal, 12 de agosto, 2017) refiere que los resultados de ventas son números bajos debido a posibles problemas con la fuerza de ventas como; la falta de empatía grupal, escasa actitud en la atención al cliente, la cual se observó por medio de un experimento donde un cliente incognito visita la tienda para evaluar la atención y halla personal con un gesto serio sin ningún rastro de alegría. Por ello las organizaciones Retail invierten mayores recursos con finalidad de retener a sus vendedores o incorporar a otros que tengan el perfil adecuado para desempeñarse eficientemente en su puesto de trabajo (Salazar, 2016).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente sobre el porcentaje de personas menos felices y la relación que se observa en los estudios señalados, se realiza la investigación sobre felicidad y rasgos de personalidad en el personal de ventas.

2. Pregunta de investigación

2.1. Pregunta general

¿Existe relación significativa entre los rasgos de personalidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?

2.2. Problemas específicos.

- ¿Existe relación significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?
- ¿Existe relación significativa entre el rasgo extraversión y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?

- ¿Existe relación significativa entre el rasgo apertura las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?
- ¿Existe relación significativa entre el rasgo amabilidad y las dimensiones de felicidad y en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?
- ¿Existe relación significativa entre el rasgo responsabilidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima?

3. Justificación

El presente estudio tiene por objetivo indagar e identificar las relaciones existentes entre los rasgos de personalidad y la felicidad en el personal de ventas de una organización empresarial.

La relevancia de esta investigación se encuentra en la necesidad de conocer acerca de la posible relación e influencia que presentan los rasgos de personalidad y felicidad en la vida cotidiana, a fin de mejorar la calidad de vida.

Los resultados del estudio servirán para respaldar la teoría de la Psicología Positiva, que se enfoca en mejorar los aspectos emocionales de la vida, teniendo cinco elementos relevantes, las cuales son: las emociones positivas, el compromiso, el propósito (algo que le brinde significado a nuestra vida), las relaciones positivas y los logros (realización personal).

Asimismo, generar diversos puntos de investigación, programas de intervención y charlas motivadoras para mejorar el bienestar psicológico en la población.

Del mismo modo, incentivar a realizar más estudio sobre las variables mencionadas, debido a que existe un déficit en cuanto a investigaciones relacionadas al tema, nuestro propósito es proporcionar información teórica y estadística para el soporte de un nuevo estudio

4. Objetivos de la Investigación

4.1. Objetivo General

Identificar si existe relación significativa entre los rasgos de personalidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.

4.2. Objetivos específicos.

- Identificar si existe relación significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Identificar si existe relación significativa entre el rasgo extraversión y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Identificar si existe relación significativa entre el rasgo apertura las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Identificar si existe relación significativa entre el rasgo amabilidad y las dimensiones de felicidad y en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Identificar si existe relación significativa entre el rasgo responsabilidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.

Capítulo II

Marco teórico

1. Presuposición Filosófica

En esta sección se presenta el fundamento teórico desde la cosmovisión cristiana respecto de la personalidad y felicidad.

La personalidad de un individuo puede ser afectada por el entorno en el que se desenvuelve. White (1991) afirma que “desde una edad muy tierna los niños están al alcance de influencias desmoralizadoras” (p.152). Los padres, también, juegan un papel importante en el desarrollo de la personalidad del sujeto, ya que ellos “son en gran medida responsables por la forma dada al carácter de sus hijos” (p.153). En consecuencia, los hábitos, los valores y demás capacidades serán básicamente influenciados por el entorno de la persona, “todo acto de la vida, por poco importante que parezca, ejerce su influencia en la formación del carácter” (White, 1993, p.565).

La Biblia, cuenta la historia de Jeremías en casa del alfarero, “Palabra de Jehová que vino a Jeremías, diciendo: Levántate y vete a casa del alfarero, y allí te haré oír mis palabras. Y descendí a casa del alfarero, y he aquí que él trabajaba sobre la rueda. Y la vasija de barro que él hacía se echó a perder en su mano; y volvió y la hizo otra vasija, según le pareció mejor hacerla. Entonces vino a mí palabra de Jehová, diciendo: ¿No podré yo hacer de vosotros como este alfarero, oh casa de Israel? dice Jehová. He aquí que, como el barro en la mano del alfarero, así sois vosotros en mi mano, oh casa de Israel” (Jeremías 18:1-6). A través de esta experiencia Jeremías aprendió que el ser humano puede moldear su personalidad, si se coloca en las manos de Dios. Asimismo, la Biblia en Romanos 12:2

menciona “No se amolden al mundo actual, sino sean transformados mediante la renovación de su mente. Así podrán comprobar cuál es la voluntad de Dios, buena, agradable y perfecta”. En otras palabras, Dios desea que las personas moldeen su carácter mediante un cambio de pensamiento. No dejándose influenciar por estereotipos y actitudes inadecuadas que se ve en la sociedad. En esta dirección, White (1993) refiere que una vida saludable es sumamente beneficiosa para la perfección del carácter”.

En cuanto a la felicidad, White (1993) señala que “la verdadera felicidad se encuentra solamente al ser buenos y al hacer el bien” (p.627). Esto quiere decir, que las personas que no albergan maleficios en sus intenciones y buscan servir a los demás, suelen experimentar la verdadera felicidad.

En este sentido, White (1993) sostiene que “cada uno posee en sí mismo la fuente de su propia felicidad o desgracia” (p.669). Esto significa entonces, que cada uno tiene la oportunidad de elegir su propia felicidad o infelicidad. pero debemos recordar el “premio de la soberana vocación de Dios en Cristo Jesús” (Filipenses 3:14), la vida eterna.

Ambas variables

En consecuencia, “la acción armoniosa y saludable de todas las facultades del cuerpo y la mente, produce felicidad” (White, 1993, p.668). Es decir, mientras más saludables sean estas facultades, el ser humano podrá experimentar la felicidad. La felicidad y la salud están íntimamente relacionadas, no se puede disfrutar de una sin disponer de la otra.

2. Antecedentes de la investigación

A continuación, se presenta investigaciones realizadas a nivel internacional y nacional respecto a rasgos de personalidad y felicidad.

En Bolivia, Roth y Pinto (2010) realizaron un estudio sobre la relación entre el burnout, la satisfacción laboral y los rasgos de personalidad en 215 enfermeras de 7 hospitales. La

investigación tuvo un diseño no experimental y de alcance descriptivo correlacional. Se utilizaron el Inventario de *Burnout* de Maslach y el Mini Test BFT de Brody y Ehrlichman. Las conclusiones indican que los componentes del síndrome de burnout se asocian con algunos factores de la personalidad. El agotamiento emocional se correlaciona con la extraversión y el neuroticismo, la despersonalización se relaciona negativamente con la amabilidad y positivamente con el neuroticismo. Finalmente, la realización personal se correlaciona positivamente con la apertura a la experiencia, la responsabilidad y la extraversión, la amabilidad no correlaciona con el neuroticismo.

En Irán, Pishva, Ghalehban, Moravi y Hoseini (2011) realizaron una investigación correlacional con el objetivo identificar las relaciones existentes entre los rasgos de personalidad y la felicidad. En una muestra de 150 adultos de ambos sexos. Se utilizaron el Cuestionario de Personalidad de Eysenck (EPQ-A) y el *Oxford Happiness Inventory* (OHI). Los resultados indican que la extraversión tiene una correlación significativamente positiva con la felicidad. Neuroticismo y psicoticismo tienen una correlación significativamente negativa con la felicidad.

Moyano, Cornejo y Gallardo (2011) buscaron identificar y analizar las creencias ambientales respecto de la conducta ambiental, el liberalismo económico, la religiosidad y la felicidad en la población joven urbana y rural de una región del valle central de Chile. Una muestra de 409 participantes de 33 años de edad promedio respondió una batería de instrumentos constituidos por el NEP-R que mide creencias acerca de la relación entre el hombre y la naturaleza por medio de dos dimensiones: antropocentrismo y ecocentrismo; la Escala de Conducta Ecológica (ECE); la Escala de Liberalismo Económico (ELE), y la de Felicidad Subjetiva (EFS). Los resultados indicaron que la procedencia urbana o rural no tienen efectos sobre ninguna de las variables evaluadas ($F_s = 1, 408, \leq 1,579; ps \geq 0,210$). Las creencias generales a favor del medio ambiente están relacionadas positivamente con la

conducta ecológica y la felicidad subjetiva, pero el liberalismo económico está correlacionado sólo con los aspectos de las creencias asociados al pensamiento anti antropocéntrico de modo que quienes tienen un pensamiento económicamente más liberal no creen en la supremacía del hombre sobre la naturaleza. En relación a la religión, sólo se observan efectos significativos sobre la creencia medioambiental, donde los que profesan una religión tienen una creencia más proambiental que quienes no la profesan ($M = 4,681$; $DS = 0,406$; $M = 4,568$; $DS = 0,360$; $F = 1,408$; $p = 0,023$).

En Chile, Veloso et al. (2013) realizaron un estudio sobre la relación entre inteligencia emocional, satisfacción vital, felicidad y resiliencia, en una muestra de 117 funcionarios de educación especial. La investigación tuvo un diseño no experimental y de alcance descriptivo correlacional. Se utilizaron los instrumentos *Trait Meta-Mood Scale* de Salovey y *Emotional Quotient Inventory* de Bar-On, ambos para medir inteligencia emocional; Escala de Satisfacción Vital de Diener; Escala de Felicidad Subjetiva de Lyubomirsky y Lepper; para medir resiliencia se utilizó la Escala de Resiliencia de Connor-Davidson. Los resultados evidenciaron que inteligencia emocional tiene correlación significativa ($p=0.01$) con satisfacción vital. Existe relación positiva y significativa ($p=0.01$) entre inteligencia emocional y felicidad. En Inteligencia emocional evidenció una correlación positiva ($p=0.01$) con resiliencia.

Del Carre (2014) realizó una investigación de diseño no experimental y de alcance descriptivo correlacional con el objetivo de indagar e identificar las relaciones existentes entre los rasgos de personalidad y la felicidad. En una muestra de 712 sujetos de ambos sexos. Se aplicaron el Cuestionario de Personalidad de Eysenck (EPQ-A) y la Escala de Felicidad de Alarcón. Los resultados indican que si existe relación significativa entre los rasgos de personalidad y felicidad ($p<0.05$), a excepción de extraversión ($p=0.07$).

En España, Valdiviezo (2015) realizó un estudio descriptivo con el objetivo de determinar los rasgos de personalidad en adolescentes y orientar su adaptación en el contexto: personal, familiar, escolar y social. La muestra estuvo conformada por 1558 adolescentes, 708 mujeres y 850 varones, con edades que oscilaban entre 13 y 18 años. Para esta investigación se empleó el Cuestionario Factorial de Personalidad 16 PF (Catell, 1988) y el Test Modos de Reacción y Adaptación MRA (García Mediavilla, Sánchez-Cabezudo e Izquierdo, 1989). Se encontró que el 70% de estudiantes de tercero de la Educación Secundaria Obligatoria (E.S.O) con frecuencia demuestran ser bastante organizados, responsables y capaces de alcanzar las metas propuestas, además son altamente extrovertidos a comparación del 30% de los alumnos del primer año de bachillerato, los cuales suelen tener bajos niveles de responsabilidad y organización respecto a las actividades planteadas, lo que dificulta alcanzar metas propuestas.

Antecedentes nacionales.

En una investigación nacional, Alarcón (2006) buscó identificar la relación entre felicidad y extraversión con un grupo de 709 universitarios, 333 hombres y 376 mujeres que cursaban estudios en universidades públicas y privadas de Lima, en diversas áreas profesionales, las edades variaban de 20 y 35 años. Se elaboraron 52 ítems para medir los indicadores; algunos ítems son de creación propia, y otros fueron elaborados usando fuentes de inventarios conocidos. Se encontró una correlación positiva y significativa entre felicidad y extraversión ($r=.378$; $p<.01$), con neuroticismo fue negativa y significativa ($r=-.450$; $p<.01$). Entre felicidad y afectos positivos la correlación fue positiva y significativa ($r=.48$; $p<.01$) y con afectos negativos fue negativa y significativa ($r=-.51$; $p<.01$).

Mamani y Quinteros (2014) estudiaron la relación entre los rasgos de personalidad y la actitud hacia la elaboración de tesis en estudiantes del cuarto año de Psicología. La muestra estuvo constituida por 17 estudiantes de Psicología, de ambos sexos, entre 17 y 21 años. Para

ello se utilizó el Inventario de Personalidad NEO PI-R forma S (Costa y McCrae, adaptado por Cassaretto, 1999) y la Escala hacia la Elaboración de Tesis (Mamaní y Quinteros, 2014). Los resultados revelaron que existe correlación entre el rasgo apertura, extraversión, conciencia y agradabilidad con la actitud hacia la elaboración de tesis ($p < 0.05$), mientras que en el rasgo neuroticismo no se halló correlación con la actitud hacia la elaboración de tesis ($r = -0.261$, $p < 0.05$).

Del mismo modo, Bermúdez y Ccancce (2015) realizaron un estudio sobre la relación entre rasgos de personalidad y felicidad en 210 estudiantes del 1er y 2do año de la Facultad de Ciencias de Salud de una universidad privada de Lima-este. El tipo de estudio es cuantitativo, de alcance descriptivo- correlacional y de corte transversal. Se utilizaron el Inventario de Personalidad reducido en Cinco Factores (NEOFFI) y la Escala de Asertividad (ADCA-1). Los resultados evidenciaron que si existe relación significativa entre las variables de estudio. Además, se halló relación significativa y moderada entre el rasgo extraversión y el rasgo responsabilidad con las dimensiones autoasertividad y heteroasertividad ($p < 0.05$).

Pinedo y Carlos (2016) realizó una investigación de diseño no experimental y de alcance descriptivo correlacional, con el objetivo de determinar la relación de la entre satisfacción sexual y felicidad en los estudiantes del programa de educación superior a distancia de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto. La muestra de estudio estuvo conformada por 200 estudiantes de ambos sexos, comprendidas entre las edades de 22 a 50 años. Los instrumentos utilizados fueron la nueva Escala de Satisfacción Sexual de Štulhofer, Buško y Brouillard adaptada por Pérez y la Escala de Felicidad de Lima de Alarcón (2006). Los resultados muestran que existe relación positiva y altamente significativa entre satisfacción sexual y felicidad ($r = 0.378^{**}$; $p = 0.00$) demostrando que, a mayor satisfacción sexual, mayor será la felicidad.

Mancisidor (2016) realizó una investigación de diseño no experimental y de alcance descriptivo correlacional, con el objetivo de determinar la relación de la percepción del clima organizacional con los rasgos de la personalidad en los empleados de una empresa privada. Participaron 80 trabajadores de ambos sexos con edades comprendidas entre 18 y 52 años, de una empresa privada de servicios turísticos de Lima. Se aplicó la Escala Clima Laboral (CL-SPC) de Palma y el Cuestionario Big Five de Caprara, Barbaranelli y Borgogni. En conclusión, se encontró que la percepción del Clima Organizacional se relaciona positivamente ($p < 0.05$) con los rasgos de personalidad de los trabajadores.

Strusberg (2017) realizó una investigación de diseño cualitativo de tipo fenomenológico donde se analizaron las experiencias de la felicidad en jóvenes peruanos con trabajo remunerado y trabajo voluntario. Participaron cuatro jóvenes peruanos residentes en Lima Metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 22 y 26 años, se aplicaron entrevistas semi-estructuradas sobre la experiencia de felicidad en el trabajo. Los resultados arrojan que para los participantes el trabajo se configura como un espacio proveedor de emociones y sentido a modo de recompensa emocional por encima de la retribución monetaria que obtienen. Cabe resaltar que en el trabajo voluntario las emociones asociadas a la felicidad se vivencian con mayor intensidad que en el trabajo remunerado.

Luna (2016) realizó un estudio descriptivo de corte transversal, con el propósito de determinar los rasgos de personalidad que podrían estar asociados a un mayor número de casos de Síndrome Burnout en el personal de salud del servicio del Hospital de Arequipa. La muestra estuvo conformada por 67 trabajadores del servicio Ginec Obstetricia. Se aplicó el Cuestionario de *Maslach Burnout Inventory* y el Cuestionario Salamanca para el *Screening* de Trastornos de la Personalidad. En conclusión, los rasgos de personalidad que presentaron los trabajadores del hospital fueron el tipo esquizoide con 23.7%, el tipo anancástico con 16.9% y el tipo histriónico con 11.9%. Se encontró un caso con síndrome

de burnout que representa el 1.7%. Finalmente, el único caso encontrado con síndrome de Burnout se trataba de un médico con rasgos de personalidad tipo inestabilidad emocional en sus subtipos límite e impulsivo.

3. Marco conceptual

3.1. Felicidad

3.1.1. Definición:

La felicidad puede recibir distintos significados en su definición de acuerdo a la perspectiva.

Segùn Shin y Johnson (1978) la felicidad es el producto positivo de una evaluación general de la calidad de vida de un individuo de acuerdo a los criterios de ellos mismos.

Asimismo, Veenhoven (2001) lo define como el grado en que la persona juzga de manera favorable su calidad de vida global. De igual manera Diener (2000) apela que el termino felicidad se entiende como un juicio cognitivo global resultado de la combinación entre satisfacción de la vida y el balance generado por la frecuencia de afecto positivo llamándolo también bienestar subjetivo.

Por otro lado, Fernández y Extremera (2009) señala que la felicidad es única y radica en nuestro interior y no necesariamente tiene que ver con la acumulación de bienes.

Conjuntamente Rodríguez y Sánchez (2001) especifican que la felicidad es un estado de ánimo subjetivo donde existe un paisaje interior a través del cual uno se encuentra contento consigo mismo por la alegría y paz interior

Sin embargo, Seligman (2006) indica que la felicidad está conformada por las bases genéticas que se obtiene de los padres y las circunstancias o condiciones de vida de cada persona. Y Lyubomirsky (2008) reseña que la felicidad es el sentido y la finalidad de la vida

como un objetivo serio y eterno. Por consiguiente, Rojas (2000) describe que la felicidad es la vocación universal del ser humano donde existe una tendencia metida en sus esencias, un deseo profundo que arrastra y empuja en esa dirección. En esta investigación se toma la definición de Alarcón (2006) quien define a la felicidad como un estado de satisfacción, más o menos duradero, que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien deseado.

3.1.2. Características

a) Según Fordyce (2016) las características de la felicidad son las siguientes:

- Ser más activo y pertenecer ocupado en distintas actividades como: Física, novedosa, en compañía, no triviales y de alta demanda física.
- Dedicar más tiempo a la vida social y ser productivo en un trabajo al que se conceda significado
- Tener mejor gestión del tiempo y detener las preocupaciones
- Adecuar las metas, expectativas y desarrollar un estilo de pensamiento positivo y optimista
- Estar centrado en el presente y trabajar en busca de una personalidad sana
- Desarrollar una personalidad sociable siendo uno mismo
- Eliminan los sentimientos negativos incluido los problemas y aprecian la felicidad.
- Fomentan y conservar las relaciones íntimas como primera fuente de felicidad
- Expresan gratitud, aprecio, practican la generosidad y aprenden a perdonar
- Se esfuerzan en pensar positivamente y toman consciencia e los momentos alegres
- Cultivan relaciones interpersonales y practican una religión
- Meditan y desarrollan actividad física

b) Asimismo, Howell y Colleen (2008) expresan que la felicidad se refleja en la persona por las siguientes características

Manejan bien su dinero. Realizan un presupuesto y rastrean sus transacciones financieras para que no hagan compras impulsivas, se efectúa esta característica cuando la persona tiene un objetivo claro en sus gastos: Se demuestra en las investigaciones que, si administran mejor su dinero hoy, será más feliz mañana.

Gastan su dinero en experiencias de vida. Las personas que habitualmente gastan su dinero en experiencias de vida son más felices que las personas que tienden a comprar artículos materiales.

La persona feliz piensa en el pasado con afecto. Las personas tienen la capacidad de viajar hacia atrás y hacia adelante en el tiempo, para usar el "presente engañoso" tanto para revivir eventos de vidas pasadas como para pensar en el futuro. Las personas felices parecen vivir en el pasado, reviviendo el éxtasis, pero ignorando la agonía de los días pasados. Cuando las personas felices piensan en su pasado, se enfocan en sus buenos recuerdos en lugar de concentrarse en las partes negativas.

La persona feliz identifica las emociones de los demás. Algunas personas son vulnerables y sensibles a identificar las emociones de los demás durante experiencias alegres y tristes. Las personas que sonrío afectuosamente a las personas felices, le devuelven la sonrisa y se siente abrigado por dentro. Por lo tanto, si se presta más atención a las emociones de otras personas, se es más feliz.

La persona feliz vive en una gran comunidad. Una persona es más feliz cuando se satisfacen tres necesidades psicológicas básicas: autonomía, competencia y relación. Estas necesidades psicológicas pueden ser satisfechas por la comunidad.

c) De la misma manera Myers (1993) indica las siguientes características de la felicidad:

- Optimistas. Personas que esperan experiencias positivas. Siempre están intentando dar sentido a los eventos de una manera optimista y positiva.

- Extrovertidas. No se sabe si la felicidad hace que las personas sean más extrovertidas o si la extroversión causa felicidad, pero estadísticamente se correlacionan (Eysenk & Himmelweit, 1961)

- Relaciones cercanas. Eso se ve más claramente en las conductas, que nos dicen que las personas casadas suelen ser más felices que las solteras. Pero no es una cuestión de matrimonio; Las relaciones cercanas y confiadas de cualquier tipo tienden a ayudar a las personas a ser felices más fácilmente de lo que serían sin ellas.

- Base espiritual. La espiritualidad es un sistema de creencias que se centra en elementos intangibles que agregan significado y vitalidad a las experiencias de la vida. Es una creencia en Dios, una vida dedicada a la oración o la comunión con la naturaleza no importa. Los estudios muestran que las personas altamente espirituales son dos veces más felices que las personas que no lo son (Domínguez & Ibarra, 2017).

- Vida Equilibrada. El tiempo en sus vidas dedicado al trabajo, el juego y la espiritualidad es suficiente para cada uno. Hacen tiempo para la reflexión y la relajación.

- Creativas. Miran los problemas desde tantos puntos de vista como sea posible y encuentran maneras creativas de manejar esos problemas. Siguen variables de interés produciendo nuevas ideas y aprendiendo cosas nuevas. No permiten que la vida se vuelva sedentaria (Myers, 1993).

3.1.3. Modelos Teóricos

Hay distintos modelos teóricos que tratan de explicar la felicidad de diferentes ángulos. A continuación, se presentan los más destacados.

a. Modelo filosófico

Desde la filosofía Epicuro expresa que por medio de la ausencia del dolor y ansiedad se consigue el placer pleno, a futuro esa ausencia será un placer mental. En el placer mental

implica los deseos naturales y necesarios que son para la supervivencia. Y la unión del placer pleno y mental es la felicidad (Alarcón, 2002).

De igual manera Aristóteles identificaba a la felicidad como el fin supremo, el sentido de la existencia, la virtud, el fruto de toda una vida moral. Su proposición se basa en que las conductas, habilidades y conocimientos influyen en la adquisición de la felicidad. Asimismo, asumía que cuando es hallada este fenómeno el ser humano disfruta de una plenitud y alta satisfacción sintiendo una gran conformidad consigo mismo y con el orden del cosmos (Margot, 2007).

b. Modelo de Francis Heylighen

La teoría biológica-cibernética de la felicidad

En este enfoque se conoce a la felicidad como pasajera y duradera. La primera como el sentimiento o experiencia agradable. La segunda corresponde al predominio de sentimientos agradables en un período prolongado. Afirmando de esta manera el grado en el que las personas se sienten satisfechas con sus vidas en general. (Heylighen, 1992). Biológicamente las emociones promueven la aproximación a situaciones positivas y guían al organismo ante las advertencias desagradables, por lo tanto, las emociones positivas de forma regular indicarán que el organismo se acerca al estado óptimo. Por este estado se puede evidenciar que la persona está biológicamente sana. (Segura & Ramos, 2009)

Desde el punto de vista cognitivo las emociones tienen un control por medio de tres elementos: Capacidad material; es tener los recursos y oportunidades necesarios para satisfacer las necesidades básicas. Capacidad cognitiva; es contar con recursos intelectuales como; el conocimiento, inteligencia y creatividad para solucionar problemas. Capacidad subjetiva; no es suficiente la presencia de los recursos, sino la capacidad de hallarlos y solucionarlos (Heylighen, 1992).

c. Modelo de Mihail Cikszentmihalyi

Según Cikszentmihalyi (1999) la verdadera felicidad se caracteriza por sensaciones en momentos excepcionales a causa de las experiencias intensas de alegría incluyendo placeres sensoriales o sexuales y vivencias *flow*.

Asimismo, menciona que la felicidad está relacionada con el *flow* llamado también flujo o fluir, esto es divertirse, apasionarte con la función o que haces en el día, Por ejemplo, las personas creativas fluyen de manera especial, porque asientan su concentración y atención en aquello que gozan hacer, absorben toda su capacidad de atención (Cikszentmihalyi,1999).

Este flujo es originado por una experiencia óptima que tiene algunas características como la concentración intensa, por la cual la atención está puesta en aquello que están realizando.

La conciencia ordenada permite a la persona utilizar sus habilidades con las oportunidades de forma cuidadosa. También permite que las personas se expresen de forma sorpresiva y obtenga experiencias que le aporte felicidad así estén llenas de gozo, satisfacción y disfrute (Kimball & Willis,2005).

Por lo tanto, si la persona fluye con algo que le apasione, tendrá sentimientos positivos, ya que transmitirán entusiasmo a otros y poseerán armonía en sus estados mentales y menos estrés y sufrimiento (Domínguez & Ibarra 2017).

d. Modelo Bienestar subjetivo de Diener

Diener (1984) sostiene que en general las personas alcanzan un grado de felicidad tan solo con creer que son felices porque en su ser hay un fuerte componente genético para la felicidad.

De igual manera describe cuatro componentes para una vida feliz

1. La riqueza psicológica es más que dinero. Porque incluyen en ella las actitudes, objetivos y actividades atractivas en el trabajo.

2. La felicidad no solo es sentirse bien, sino que es beneficiosa para las relaciones, el trabajo y la salud.

3. Es útil establecer expectativas realistas sobre la felicidad. Nadie es intensamente feliz todo el tiempo.

4. Pensar es un aspecto importante para la felicidad.

En efecto, Diener lo etiqueta a este fenómeno como; Bienestar subjetivo. La cual se puede medir con preguntas sencillas, por ello crea una evaluación de felicidad a base de tres componentes del bienestar subjetivo: afecto positivo (sentimientos placenteros), afecto negativo (sentimientos dolorosos) y satisfacción con la vida (Alarcón, 2000).

El componente afectivo universalmente se divide en afecto agradable y afecto desagradable (Diener & Emmons, 1984; Diener, 2000).

Satisfacción con la vida: Representa lo satisfechos que se pueden sentir las personas con su vida en general. En contraste con el efecto positivo (llamado felicidad), que representa como se sienten en un único punto de tiempo. Es decir; la satisfacción de la vida es donde involucra el pensamiento de la persona sobre su vida como un todo, incluyendo los factores tales como si están logrando sus metas, si están actuando tan bien como otras personas a su alrededor, y si son felices en general o infelices (Lyumbomirsky, Diener & King, 2005).

e. Modelo del Bienestar Subjetivo de Yamamoto

Yamamoto (2015) propone un nuevo modelo para explicar el Bienestar Subjetivo. A continuación, se describen los factores del modelo:

- El sentirse bien: Explica que en el sentirse bien intervienen los valores de empatía amigable, colectivismo latinoamericano y se presentan en tres indicadores; Trabajo y buenas relaciones con los seres queridos, el trabajo ayuda a la autoestima y el trabajo ayuda a hacer lo que a uno le gusta.

- Modelo de satisfacción con un buen lugar para vivir: Cuenta con dos indicadores: 1° el trabajo permite vivir en un lugar limpio y bonito. 2° el trabajo permite vivir en un barrio con buenos vecinos.
- Modelo de satisfacción con el Estatus: Está definido por el trabajo que permite tener buena ropa, y contar con movilidad apropiada.
- Modelo de satisfacción con el hogar: Está compuesto por el trabajo que permite tener vivienda y educación con sus hijos. En el caso de personas sin hijos, “educación para mis hijos” se reemplaza por “enseres domésticos.
- El modelo integrado: La naturaleza social del bienestar subjetivo, Expresa la importancia de las relaciones sociales con la autonomía y la competencia de las teorías del bienestar.

f. Modelo de Sonja Lyumbomirsky

Lyumbomirsky (2008) señala que la felicidad tiene implicaciones con la salud, porque el sistema inmunológico está estrechamente relacionado con las emociones positivas. Ya que las personas que se sienten más felices, presentan un sistema fortalecido y tienen menos riesgo de padecer ataques cardíacos o infartos.

Del mismo modo plantea dos componentes de felicidad: Emociones positivas que motivan a acostumbrarse a todo lo óptimo que le suceda. Y satisfacción con la vida que puede obtener al participar en algún tipo de evento confortable.

Luego, infiere que la felicidad no es un golpe de suerte que espera tener la persona, sino que se puede conseguir, debido a su composición genética y otros factores como pareja, riqueza, salud que pueden influir en ella (Lyumbomirsky, 2010).

A la par propone 12 actividades que debe de realizar la persona para contraer felicidad Inicia con: Expresar gratitud. Ser optimismo. Evitar pensar y hacer comparaciones sociales. Practicar la amabilidad. Cuidar las relaciones sociales para generar cinco emociones

positivas por cada negativa; admiración, agradecimiento y afecto. Desarrollar estrategias para decidir y afrontar situaciones difíciles. Aprender a perdonar. Fluir más, conversando y con trabajo inteligente. Conservar las alegrías de la vida. Comprometerte con tus objetivos. Practicar la religión y la espiritualidad. Ocuparte de tu cuerpo y de tu alma con distintas actividades como; física, actuar como una persona feliz (interacción facial).

g. Modelo de la psicología positiva

Seligman (2002) menciona que cada persona deberá de utilizar sus propias fortalezas en cada ámbito de su vida para conseguir gratificaciones abundantes y alcanzar la verdadera felicidad. Para este alcance de la felicidad inicialmente propone una teoría de tres vías para perseguir el camino a la felicidad. Estas vías son las siguientes:

- La vida placentera: está relacionada con las teorías hedonistas de la felicidad. Porque consiste en experimentar emociones positivas en el presente, el pasado y en el futuro de la vida (Seligman, 2011). Asimismo, esta vía promueve el aprendizaje de habilidades para desarrollar la intensidad y la duración de las emociones agradables, tanto pasadas, presentes y futuras. Por ejemplo, algunas de las emociones positivas sobre el pasado son la satisfacción por haber logrado un objetivo por medio de la responsabilidad, el orgullo y la serenidad. Al recordar estas emociones produce un estado de felicidad. Las emociones sobre o para el futuro son las siguientes; la esperanza, la fe, la confianza y el optimismo. Y las emociones positivas en relación con el presente son la satisfacción derivada de los placeres inmediatos para disfrutar de estos momentos placenteros las cuales aumenta la felicidad.

- La vida comprometida: Es buscar la participación y el compromiso en todas las circunstancias de la vida tanto en las relaciones personales, sociales, laborales y en actividades de ocio. Para lograr mejorar el compromiso se debe identificar en las personas sus competencias y aptitudes para una mejora personal y profesional en el área. Porque la

falta de compromiso en la persona puede ser el factor desencadenante de un trastorno relacionado a la tristeza o ansiedad.

- La vida significativa: Es duradera incluida en ella el desarrollo de objetivos que van más allá de uno mismo. Está vinculada con el desarrollo de nuestras fortalezas para contribuir con las instituciones, la democracia, familia, educación. (Seligman,2006).

h. Modelo de Ruut Veenhoven

Según Veenhoven (2006) la felicidad puede ser evaluada mediante dos medios de información. La primera es la observación donde se puede observar. La segunda es la crítica donde podemos juzgar en la cuestión que te parece la vida. Estas valoraciones de la vida pueden estar referidas a diferentes periodos de tiempo: como ha sido la vida, como es ahora y como será probablemente en el futuro (Garduño, Salinas & Rojas, 2005).

De la misma manera Veenhoven califica a la felicidad en cuatro cualidades

1) Habilidad del entorno: Tiene como significado las buenas condiciones sociales, materiales, ecológicas de cada vida humana. Esta cualidad se refiere explícitamente a una característica del medio ambiente. Considerada también como una condición para la felicidad e infelicidad no para la felicidad como tal. Uno puede vivir en excelentes circunstancias, pero aun así ser infeliz, debido a la incapacidad de aprovechar las oportunidades (Gómez & Ortiz, 2016).

2) Utilidad de la vida: Simboliza a la noción de una vida significativa porque tiene un valor más alto, como la preservación ecológica o el desarrollo cultural (Strack, Argyle & Schwarz,2011).

3) Habilidades personales para la vida: referido a los recursos biológicos que nos permiten enfrentar diferentes situaciones de vida. Estos recursos son las aptitudes y el potencial de adaptación.

4) Satisfacción con la vida: Se refiere al bienestar de la persona o percepción que el individuo tiene hacia su existencia (OMS, 2016).

i. Modelo de Reynaldo Alarcón

Alarcón (2006), Indica que la felicidad es interpretada por medio de cuatro elementos que evidencian comportamientos complejos. Los elementos son los siguientes

- **Sentido Positivo de la Vida:** Se refiere a los grados de felicidad, que reflejan actitudes y experiencias positivas hacia la vida. En este sentido, la felicidad significa estar libre de estados depresivos profundos, tener sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la vida. A lo contrario de la profunda depresión, fracaso, intranquilidad, pesimismo y vacío existencial. Las respuestas de rechazo, a lo que afirman las oraciones,
- **Satisfacción con la Vida:** Son las personas que expresan satisfacción por lo que se ha alcanzado y la persona cree que está donde tiene que estar, o porque se encuentra muy cerca de alcanzar el ideal de su vida. Expresiones como las condiciones de mi vida son excelentes, me siento satisfecho con lo que soy, o la vida ha sido buena conmigo, trasuntan estados subjetivos positivos de satisfacción de los individuos que son generados por la posesión de un bien deseado.
- **Realización Personal:** Se refiere a la autosuficiencia, autarquía, tranquilidad emocional, placidez, todas son condiciones para conseguir el estado de felicidad completa. El concepto de “realización personal” guarda correspondencia con la definición de felicidad que supone la orientación del individuo hacia metas que considera valiosas para su vida.
- **Alegría de vivir:** Indica a lo maravilloso que es vivir, refieren experiencias positivas de la vida y sentirse generalmente bien.

3.1.1. Variables que influyen en la Felicidad

De acuerdo a distintas investigaciones empíricas los posibles determinantes de felicidad son factores biológicos, variables culturales, la edad, genero, espiritualidad y otras (Ardila,2010). Asimismo, Veenhoven (1984) indica que los datos o variables asociadas con la felicidad como: la edad, género, raza, educación, ingresos, estatus conyugal son posibles determinantes del bienestar subjetivo. De igual manera Díaz (2001) señala que el bienestar subjetivo (felicidad) está determinado por diversos subsistemas económico, jurídico, sociodemográficas y también el micro medio que comprende variables como, nivel laboral, escolaridad, salud, familia y los genes.

A continuación, detallamos los factores más mencionados como posibles determinantes de la felicidad.

a. Genes

Lyumbomirsky (2008) señala que la felicidad depende de la herencia genética que tiene cada persona. Tener bienestar biológico produce un impacto en la felicidad de las personas (Scorsolini y Dos santos,2010). Del mismo modo la OMS refiere que algunas secuencias de ADN empujan a las personas a ser felices porque el estado anímico positivo afecta a la expresión de los genes

b. Genero

Caycho y Castañeda (2015) refiere que la felicidad no tiene una tendencia definida con el género del individuo. Además, Hernández (2013) menciona que el género no tiene varianza con la felicidad, por lo tanto, sea varón o mujer tenderá a ser feliz o infeliz de forma independiente. Del mismo modo Velasco (2014) indica que no existe diferencias en los porcentajes de hombres y mujeres que son felices. Y Gallup (2011) señala que el género no es el factor principal para adquirir la felicidad.

c. Edad

Gallup (2011) indica que la edad es una variable importante en la percepción de la felicidad. porque a medida que aumenta la edad las personas dejan de ser felices. De igual manera, Warr (2013) refiere que la edad es un componente que de forma parcial va a determinar a la felicidad. Entre los factores del bienestar subjetivo la edad no es estadísticamente significativa para ser un determinante de este fenómeno (Chiang y Ojeda,2013).

d. Salud:

Alarcón (2002) indica que la salud consta de bienestar físico y mental lograda por la interacción del factor económico, social y cultural. Buena parte de la felicidad es entendida como bienestar personal y está condicionada por la salud mental. Asimismo, refiere que en diferentes investigaciones la salud ocupa el primer lugar de preferencia en cuanto a la felicidad (Alarcón 2007) lo que indica que el hecho de tener un buen nivel de salud determina casi la mitad de la probabilidad de reportar ser feliz. Además, Punset (2009) explica que el 95% de los españoles creen que la salud es el factor determinante más positivo de la felicidad.

e. Educación

Poveda (2015) menciona que el nivel de educación afecta de forma importante en los niveles de felicidad. Asimismo, Domínguez e Ibarra (2017) expresa que la felicidad consta del nivel educación, ya que, el buen pensamiento, el conocimiento, las actitudes, los valores ayuda a brindar satisfacción con la vida. Sin embargo, Seligman (2006) señala que el nivel de estudios no tiene ningún efecto sobre la felicidad. Ya que la felicidad no siempre se refleja con todas las cualidades ni con la inteligencia personal porque ellos pueden incluso reducir la felicidad (Veenhoven, 2001).

f. Ingresos

Según Palau (2008) el orden económico no garantiza felicidad e igualdad de oportunidades para superar la pobreza, porque, las personas con altos niveles de ingreso limitan su satisfacción individual. Seligman (2006) menciona que la acumulación de bienes físicos solo brinda una felicidad parcial en las primeras etapas de la vida. Asimismo, López y Sughey (2013) indica que un porcentaje de la felicidad lo tiene el dinero porque ayuda a cubrir las necesidades básicas, pero no evidencia que las personas con mayor economía sean más felices que otros. De la misma forma Segura y Ramos (2009) menciona que las cosas materiales no dan felicidad, aunque sea más comfortable tener un abrigo cuando hace frío, viajar en un coche que en un autobús y disponer de aire acondicionado en verano, esa sensación de bienestar no tiene valor con el término felicidad.

g. Matrimonio:

Según Seligman (2006) el matrimonio es un componente de felicidad más poderoso que la satisfacción laboral, económica, o comunitaria. Del mismo modo Alarcón (2007) señala que el predictor más fuerte de la felicidad conyugal es la calidad del matrimonio. Un determinante relevante de la felicidad es el matrimonio porque las personas con relaciones afectivas tienen a disfrutar más su vida y sufren menos depresiones (Poveda, 2015).

h. Empleo

Según Alarcón (2002) el tipo de empleo también es parte de la felicidad ya que la persona por naturaleza necesita un reconocimiento marcado por su estatus y posición en la sociedad la cual le origina satisfacción con la vida, por lo tanto, un trabajo adecuado da felicidad en la vida. Del mismo modo Vargas (2010) refiere que la felicidad está conectada con el trabajo, porque la persona se siente bien consigo mismo y experimenta placer, paz, tranquilidad cuando alcanza metas, objetivos y logros.

j. Religión

Según Arcila (2011) la espiritualidad es un factor que influye en gran medida en la satisfacción vital considerada esta variable como la fuente de la felicidad. Para muchas personas éstas creencias o religiosidad es la fuente principal para la de satisfacción. Sin embargo, cuando estas áreas son frustradas, pueden convertirse en importantes fuentes de insatisfacción. Pérez et al. (2012) indican que uno de los bienes que genera felicidad y la persona puede experimentar el bienestar subjetivo es de naturaleza religiosa. Uno de los objetos que promueven la felicidad es la religión de la persona (Alarcón, 2007).

3.2. Rasgos de personalidad

3.2.1. Definiciones

Los investigadores de la personalidad han escrito varias definiciones sobre ella, a continuación, presentamos las más resaltantes.

Bermúdez, Pérez y Ruiz (2011) definen a la personalidad como un constructo hipotético, inferida por la observación de la conducta, no siendo una identidad en sí misma sino incluyendo una serie de rasgos internos relativamente estables que distinguen a cada individuo. Del mismo modo Schultz y Schultz (2009) señalan que la personalidad es una totalidad o un conjunto de características donde trascienden las cualidades físicas superficiales, como también cualidades subjetivas, tanto sociales como emocionales que no podemos observar directamente.

De la misma manera Mishel (1988) define la personalidad como las características más notorias o dominantes con organización dinámica y sistemas psicofisiológicos que determinan el pensamiento. Del mismo modo, Martínez, Garrido y Rodríguez (1998) mencionan que la personalidad es persistente por la estabilidad y consistencia, la cual nos sirve para reconocernos y que nos sepan como la única persona que somos. Igualmente,

Larsen y Buss (2005) definen a los rasgos de personalidad como un patrón perdurable notada usualmente en los comportamientos frente a situaciones difíciles o delicadas.

Por otro lado, al conceptualizar los rasgos de personalidad, Cohen y Swerdlik (2006) lo definen como atribuciones establecidas y duraderas en el ser humano para identificar cadenas de consistencia en modelos conductuales. En esta investigación se toma la siguiente definición. Costa y McCrae (2004) definen a la personalidad como un conjunto de atributos relativamente permanentes y amplios que influyen en la forma de percibir, relacionarse, pensar y actuar en una forma determinada.

3.2.2. Modelos Teóricos de la Personalidad

a. Teoría Psicoanalítica

Según Freud (1923) este enfoque consta de las fuerzas psicológicas inconscientes que afectan el pensamiento humano y al comportamiento, así como que las experiencias tempranas de la niñez son las que la determinan su personalidad, además el origen de la personalidad se encuentra en el equilibrio entre el ello, el yo y el superyó debido a que cada uno de ellos exhiben distintos modos de pensamiento, ya que el ello es totalmente inconsciente, pero el yo y el superyó operan en los tres niveles de conciencia.

Ello: Parte innata de la mente inconsciente que usa los procesos primarios para satisfacer sus necesidades y que actúa de acuerdo con el principio del placer.

Yo: Parte de la mente que usa el principio de la realidad para satisfacer al ello

Superyó: Parte de la mente que se opone a los deseos del ello haciendo cumplir las restricciones morales y esforzándose por alcanzar la perfección (Lahey, 2007)

Asimismo, Papalia y Wendkos (1992) explica los tres niveles de la mente humana de la siguiente forma:

Consciente: referida a la región psíquica en la que las percepciones que provienen del mundo exterior, del propio cuerpo y de la mente, se hacen presentes (consciente), es decir,

pueden comunicarse por medio del lenguaje y la conducta. Se rige por el principio de realidad.

Preconsciente: Aquellos sucesos, procesos y contenidos mentales que son capaces de alcanzar o llegar a la conciencia a través de la memoria, si se realiza un esfuerzo para concentrar la atención.

El inconsciente: se rige por el principio del placer, refiere que es la suma total de todos los impulsos, deseos y sucesos que quedan fuera de la conciencia y que son incapaces de llegar a ella a causa de una contra-fuerza que es la censura o represión.

Se explica también que el inconsciente se esfuerza por emerger a la conciencia, pero la censura evita su actualización. Según Freud (2013), este esfuerzo se da por contenidos amenazantes para la integridad psíquica del sujeto, puesto que provocan en él angustia o sentimientos de culpa. Sin embargo, cuando la conciencia disminuye su vigilancia, (sueños, fantasías, libre asociación de recuerdos), el inconsciente aflora, aunque distorsionado, bajo la forma de imágenes oníricas, actos fallidos o imaginaciones fantasiosas.

Conjuntamente con ello Freud considera cuatro etapas como las determinadores de su personalidad

Etapa oral: Es caracterizada por la gratificación y el placer encontrada en la boca, más su personalidad está gobernada por el ello, constituido por impulsos instintivos que funcionan sobre la base del principio del placer, y el yo, quien se desarrolla más adelante, como el principio de la realidad (Papalia y Wendkos, 1992)

Etapa anal: Fuente principal del placer es la defecación, el agrado por someter la voluntad al control de los esfínteres y no retenerlas porque si llegan a hacerlo tienden a tener una personalidad derrochadora, obsesiva con exceso en el orden (Morris y Maisto, 2009).

Etapa fálica. Hasta los 4 años los genitales de la persona constituyen el centro de la energía erótica del niño, principalmente a través de la auto estimulación. Es entonces cuando

surge el complejo de Edipo: el niño siente una preferencia por la madre con matices eróticos. Al mismo tiempo siente hostilidad contra el padre, a quien considera rival del afecto por su madre. Las niñas, por su parte, se sienten atraídas hacia el padre (Freud, 1967).

Freud señala que la forma en que los padres de familia y sus hijos enfrenten los conflictos sexuales y agresivos heredados en el complejo de Edipo tiene gran importancia, porque el niño debe resolver el dilema eliminando los deseos sexuales por el progenitor del sexo contrario y la hostilidad que le produce el de su mismo sexo llegando a identificarse adecuadamente con él. Es en esta etapa cuando aparece el superyó (Tubert,2000).

Etapa genital. A partir de la pubertad, el cuerpo del joven y jovencita están marcados por los caracteres sexuales, tanto primarios como secundarios, y se comienza a ver a los sujetos del sexo opuesto como algo atractivo y como fuente de placer sexual. Entonces la libido se encauza normalmente hacia pares del otro sexo y no a uno mismo como en la etapa fálica (Papalia y Wendkos, 1992)

b. Teoría Humanista

Esta perspectiva sostiene que todos somos responsables de nuestras vidas, y que la conducta es impulsada hacia fines positivos y niveles más altos de funcionamiento, con tendencia a la llegada de la autorrealización e impulso innato, optimismo promoviendo el egocentrismo y el narcisismo por el logro individual o potencial que posee el individuo (Morris & Maisto, 2009).

Además, se menciona que la personalidad creada por Roger, considerado el autor del self, refleja la importancia que tiene conocerse y ser fiel a uno mismo, independientemente de lo que piensen o digan otros (Nevid, 2009).

Por otro lado, la configuración de la personalidad está relacionada con un impulso personal que nos motiva a llegar a la autorrealización (Maslow, 1991).

La formación de la personalidad se basa en un proceso continuo de crecimiento hacia la realización personal, es decir como el camino que se seguirá y meta, que se logrará debido a los sentimientos, deseos y necesidades únicas de la persona sin dejar de ser fieles en sí mismos (Nevid, 2009).

Morris y Maisto (2009) menciona que el humanismo es un enfoque teórico que pone de relieve las siguientes cualidades: Su libertad y su capacidad de crecimiento personal. El valor que se otorga a la dignidad de la persona: la gente es básicamente buena. El objetivo de la psicología es comprender a las personas, no predecirlas ni controlarlas. La cual le permite a la persona que pueda superar su herencia animal primitiva y controlar sus impulsos biológicos y ser seres racionales, conscientes que no están dominados por necesidades y conflictos irracionales e inconscientes.

De la misma manera, Rogers señala que el ser humano desarrolla su personalidad al servicio de metas positivas logrando un auto concepto y autorrealización: Ya que todo organismo nace con ciertas capacidades, aptitudes o potencialidades innatas que desarrollar a lo largo de la vida convirtiéndose en una persona auto realizada. El auto concepto consta en cumplir el potencial biológico innato en sentido consciente de quiénes son y qué desean hacer con sus vidas. Y la autorrealización es alcanzada por medio de una personalidad madura y equilibrada (Cloninger, 2003)

Por otro lado, señala el yo autentico, quien se desarrolla en libertad siguiendo sus genuinos intereses y expectativas. Pero en muchas ocasiones, los intereses de ese yo personal no coinciden con los de las personas que le rodean, las cuales le fuerzan a seguir caminos diferentes a sus deseos. De esa manera, las instancias socializadoras (familia, colegio, amigos) presionan para que el individuo se adapte a los intereses sociales dominantes, en caso que el sujeto renuncia a su autenticidad por complacer a los demás, aparecen la insatisfacción y el descontento con uno mismo. Por lo contrario, si el sujeto desarrolla

plenamente su vocación, estará en el camino correcto para poder sentirse plenamente satisfecho y realizado. De esta manera Rogers diferencia entre la persona sana y desadaptada tanto a la congruencia o incongruencia entre el yo y la experiencia. (Morris y Maisto, 2009).

c. Teoría Conductista

Según este modelo, la personalidad se expresa por la conducta y la conducta depende del ambiente. El comportamiento se entiende en sentido restrictivo por la conducta observable y está sujeta en su adquisición y modificación a las leyes del aprendizaje. Por lo tanto, es un error buscar las explicaciones de la conducta por el interior del organismo incluida en ellos los estados internos y rasgos (Fierro,1996)

Para los autores conductistas la personalidad es producto de la historia, exclusiva, de reforzamiento de cada individuo, está formada por un conjunto de hábitos que se muestran más o menos estables y permanentes y que provocan respuestas similares ante una agrupación de estímulos determinados (Maslow,1991).

En esta teoría la personalidad se puede cambiar. Los cambios se logran cambiando el ambiente, valiéndose del refuerzo. Las variables de la personalidad (los hábitos) son etiquetas que se ponen a la persona en función de la conducta que expresa. Aunque la personalidad humana puede ser muy modificable según los conductistas, no deja de ser pasiva ya que viene determinada por el ambiente (Morris & Maisto, 2009).

d. Teoría socio cognitiva

Para los teóricos cognitivos, las diferencias de personalidad surgen de las diversas formas en que los individuos representan mentalmente la información. Los procesos cognitivos internos influyen en el comportamiento de la persona y en la observación de las conductas ajenas y del entorno en el que se desarrolla la situación (Bermúdez et al., 2013).

Bandura, uno de los teóricos más destacados de la actualidad en esta área, ha desarrollado la teoría socio-cognitiva. Según ésta teoría, los determinantes externos de la conducta (como

las recompensas y los castigos) y los determinantes internos (como las creencias, pensamientos y expectativas) forman parte de un sistema de influencias que interactúan afectando el comportamiento (Morris & Maisto, 2009).

Por otro lado, el aprendizaje cognitivo-social sostiene que las personas organizan internamente sus expectativas y valores para guiar su conducta. Según Bandura (1999), las personas se valen de símbolos y previsiones para decidir cómo actuar. Cuando se enfrentan a un nuevo problema, imaginan posibles resultados y consideran la probabilidad de utilizar alguna estrategia para cada uno. Esta noción difiere bastante de la de condicionamiento mediante recompensa y castigo, aunque, obviamente, las experiencias pasadas del individuo con recompensas y castigos influyen en sus decisiones sobre conductas futuras. Asimismo, refiere que las personas aprenden a comportarse observando la conducta ajena o leyendo u oyendo algo sobre ella para almacenar dicha información en la memoria y pueda actuar en función de las expectativas acumuladas sobre la base de la observación de modelos.

Según Morris y Maisto (2009), la personalidad es reflejada en la conducta producto de la interacción de distintos factores:

Factores cognitivos. Cómo pensamos acerca de una situación y cómo vemos nuestra conducta en el contexto. Pensamiento, percepción selectiva, motivación, afectos, estrategias, auto concepto, autoeficacia.

Factores conductuales. Sistemas de respuesta gobernados por principios de aprendizaje. Comprenden los aprendizajes y las experiencias previas (que incluyen el reforzamiento, castigo y modelamiento).

Factores ambientales. El ambiente exterior inmediato. Según Bandura (1999), las personas se organizan por sí mismas porque son proactivas, reflexivas y autor reguladoras y no simples organismos reactivos moldeados y dominados por los sucesos externos. También

destaca que la importante función del individuo es la planificación del futuro, cubierta con metas objetivos y tareas que dan sentido y dirección a su vida

e. Teoría de los Rasgos

Allport (1970) señalan que los rasgos de personalidad están literalmente codificados en el sistema nervioso y describen conductas que son comunes en mucha gente, por lo tanto, la personalidad de cada ser humano alcanza una constelación única de rasgos. Además, considera que la mejor manera de entender la personalidad de un individuo es estudiar y ubicar los rasgos predominantes como lo más resaltante e importante del individuo.

La personalidad está formada por áreas de observación llamados datos V, que significa las experiencias de la vida, situaciones reales, más datos C, son las valoraciones de observadores, es decir lo que la sociedad menciona sobre el individuo influye en la personalidad y Datos OP, son los que están basados por los datos de pruebas individuales, más conocido como la autocrítica (Cattell, 1965).

Los rasgos pueden actuar como variables interventoras; al relacionar conjuntos de estímulos y respuestas que a simple vista podrían parecer inconexos (Gerrig & Zimbardo, 2005).

De la misma manera Raymond Catell, utilizo la lista de adjetivos de Allport y Odbert de 16 factores subyacen a la personalidad humana y llamo a estos factores rasgos fundamentales debido a que consideraba que proporcionan la fuente subyacente de las conductas abiertas que consideramos como personalidad. Estos factores comprenden conductas opuestas importantes tales como reservado o extrovertido, confiado o suspicaz y relajado o tenso. Asimismo, Hans Eysenck, derivó tres amplias dimensiones a partir de datos de pruebas de personalidad. Primera esta la extraversión está orientada internamente o externamente. Segunda el neuroticismo enfocada en emocionalmente estable o inestable. Tercera el

psicoticismo referida a lo amable, considerado, o agresivo y antisocial que puede ser la persona (Morris & Maisto, 2009).

Por consiguiente, MacrCrae y Costa de los 16 factores de Cattell crearon un modelo de los cinco grandes con la intención de utilizar este modelo para remediar los trastornos de la personalidad y mejorar la comprensión general de la personalidad. Se creó con la intención de utilizar, remediar los trastornos de la personalidad y mejorar la comprensión general de la personalidad (Young, 2001). Así pues, llego a conclusión de evaluar la personalidad por medio de cinco factores (Costa y McCrae, 1992).

Factor 1. Neuroticismo: Las puntuaciones del factor de personalidad más universal contraponen el ajuste y la estabilidad emocional al desajuste o neuroticismo. Aunque los clínicos establecen distinciones entre muy diferentes tipos de perturbaciones emocionales, desde la fobia social a la depresión agitada o a la casi hostilidad, innumerables estudios han demostrado que los sujetos propensos a uno de estos estados emocionales probablemente experimentarán los otros.

La tendencia general a experimentar sentimientos negativos, tales como miedo, melancolía, vergüenza, ira, culpabilidad y repugnancia está en el núcleo del factor N. Sin embargo, N incluye más que la susceptibilidad a perturbaciones psicológicas. Quizá porque las emociones desorganizadas interfieren con la adaptación, los hombres y mujeres con puntuaciones altas en N son también propensos a tener ideas irracionales, a ser menos capaces de controlar sus impulsos y a enfrentarse peor que los demás al estrés.

Quienes puntúan alto pueden tener el riesgo de padecer problemas psiquiátricos pero la escala N no debería ser considerada como una medida de psicopatología. Es posible obtener una elevada puntuación en la escala N sin padecer ningún desorden psiquiátrico diagnosticable. Al contrario no todas las categorías psiquiátricas implican altos niveles de

N. Por ejemplo una persona puede tener un desorden antisocial de personalidad sin tener una alta puntuación en N.

Las personas que puntúan bajo en neocriticismo son emocionalmente estables. Habitualmente están tranquilos, sosegados y relajados y son capaces de enfrentarse a situaciones estresantes sin alterarse ni aturdirse.

Factor 2. Extraversión: Las personas extravertidas son sociables pero la sociabilidad es solamente uno de los rasgos que incluye este factor. Además de la vinculación con la gente y la preferencia por grupos y reuniones, los extravertidos son también asertivos, activos y habladores. Les gusta la excitación y la estimulación y tienden a ser de carácter alegre. Son animosos, enérgicos y optimistas. Los vendedores representan en nuestra cultura el prototipo de extravertido.

Es más difícil describir al introvertido en ciertos aspectos debería considerar como la carencia de extraversión más que como lo opuesto a ella Así los introvertidos son más reservados más independientes que seguidores y más constantes que indolentes. Los introvertidos pueden decir que son tímidos cuando quieren decir que prefieren estar solos, no sufren necesariamente ansiedad social. Finalmente, aunque no poseen el exuberante entusiasmo de los extravertidos no se sienten desdichados o pesimistas. Aunque algunas de estas distinciones puedan parecer chocantes, están frecuentemente sustentadas en los estudios científicos y constituyen uno de los más importantes avances de la investigación sobre los modelos de los cinco factores.

Factor 3: Apertura: Las personas accesibles están interesadas tanto por el mundo exterior como por interior y sus vidas están enriquecidas por la experiencia. Desean tomar en consideración a nuevas ideas y valores no convencionales y experimentan tanto las

emociones positivas como las negativas de manera más profunda que las personas que se cierran.

Formulaciones alternativas al modelo de los cinco factores llaman a menudo a este factor Intelecto y las puntuaciones se asocian modestamente con el nivel de educación y las medias de inteligencia. La apertura se relaciona especialmente con aspectos intelectuales como el pensamiento divergente que contribuye a la creatividad. Pero la apertura no es en absoluto equivalente a la inteligencia, algunas personas muy inteligentes son cerradas a la experiencia y otras muy abiertas poseen una escasa capacidad intelectual, hablando en términos factoriales las medidas de aptitud cognitiva definen un sexto factor independiente que nosotros consideramos ajeno al dominio de la personalidad.

Las personas que puntúan bajo tienden a ser convencionales en su comportamiento y de apariencia conservadora, prefieren lo familiar a lo novedoso y sus respuestas emocionales son en cierto modo apagadas. Aunque la apertura o la reserva puedan influir en la forma psicológica utilizada, no existe evidencia de que la misma reserva sea una reacción defensiva generalizada. Parece más bien que las personas “cerradas” tengan una amplitud y una intensidad de intereses más reducidas. Así mismo, aunque suelen ser social y políticamente conservadoras las personas “cerradas” no deberían considerarse autoritarias. La reserva no implica intolerancia hostil ni agresión autoritaria. Estas características son probablemente más propias de quienes son extremadamente bajos en amabilidad.

Debe hacerse una distinción parecida en el polo alto de la apertura. Las personas abiertas son poco convencionales, dadas a cuestionar la autoridad y dispuestas a aceptar nuevas ideas éticas, sociales y políticas. A pesar de estas tendencias ello no significa que carezcan de principios. Una persona abierta puede aplicar su avanzado sistema de valores de manera tanto o más segura que un tradicionalista. La apertura puede parecer a muchos psicólogos como una indicación de mayor salud o madurez, pero el valor de la apertura o de

la reserva depende de las exigencias de la situación y tanto uno como otro tipo de personas llevan a cabo funciones socialmente útiles.

Factor 4. Amabilidad: Al igual que la extraversión la amabilidad es ante todo una dimensión de las tendencias interpersonales. La persona amable es fundamentalmente altruista. Simpatiza con los demás, está dispuesta a ayudarles y cree que los otros se sienten igualmente satisfechos de hacer eso mismo. Por lo contrario, la persona desagradable o antipática es egocéntrica, suspicaz respecto a las intenciones de los demás y más bien opositora que cooperadora. Existe la tentación de ver el polo positivo de este factor como socialmente más deseable y psicológicamente más saludable y ciertamente las personas amables son más populares que las antipáticas. Sin embargo, la disposición para luchar por los propios intereses resulta a menudo ventajosa y la amabilidad no es una virtud en el campo de batalla o en un tribunal de justicia. La actitud escéptica y crítica contribuye a la precisión de los análisis científicos.

Así como ni uno ni otro de los polos de esta dimensión es intrínsecamente mejor que el otro desde el punto de vista social, ninguno de ellos es necesariamente mejor en términos de la salud mental de la persona. Homey analizo dos tendencias neuróticas movimiento hacia y movimiento contra la gente que se asemeja a formas patológicas de amabilidad y antipatía. Las puntuaciones bajas en A se asocian con desordenes narcisistas, antisociales y paranoicos de la personalidad mientras que las puntuaciones altas se asocian con el trastorno de personalidad dependiente.

Factor 5. Responsabilidad: La persona responsable es voluntariosa, porfiada y decidida. Digman y Takemoto- Chock se refieren a este factor como Voluntad de logro. Por el lado positivo altas puntuaciones en C se asocian con el rendimiento académico o profesional y

por el negativo pueden conducir a un fastidioso sentido crítico a una pulcritud compulsiva o a una conducta de adicción al trabajo.

La responsabilidad es un aspecto de lo que a veces se llama carácter, quienes puntúan alto en C son escrupulosos, puntuales y fiables. Los que obtienen puntuaciones bajas no carecen necesariamente de principios morales, pero son menos rigurosos en aplicarlos precisamente porque son más descuidados en luchar contra sus objetivos

3.3. Marco teórico referente a la población de estudio

3.3.1. *Juventud y adultez*

El Ministerio de Salud (MINSA) considera que el ciclo vital está constituido por las siguientes etapas: primera infancia (0-5 años), infancia (6 - 11 años), adolescencia (12-18 años), juventud (14 - 26 años), adultez (27 - 59 años) y vejez (60 años y más). Del mismo modo, Berger (2009) refiere que la juventud o adultez temprana, es una etapa donde el individuo se explora así mismo, que se da en el período de 18 a 25 años de edad, asimismo, se caracteriza por que la personas presenta un mayor nivel de educación, elección de una profesión, y planeamiento a futuro como el matrimonio.

Características de la Juventud

- Biosocial

Berger (2009) menciona las siguientes características que se da en la juventud:

Eficacia en el trabajo físico

Mayor emprendimiento en el trabajo laboral

Mayor alcance de logros profesionales

Metas a futuro, como formar una familia.

- Social

Erikson (citado por Domínguez, 2008) menciona las siguientes características de la juventud:

- Posibilidad de poseer intimidad psicológica
- Posibilidad de poseer intimidad sexual
- Sentimiento de aislamiento y soledad
- Intelectual

Domínguez (2008) explica que el desarrollo intelectual se origina en la adolescencia culminando en la juventud. Además, refiere que en la edad de 11 o 12 años aparece el pensamiento operatorio formal, de carácter hipotético deductivo, que se refleja en el interés por las teorías generales, política, filosofía y sentido de la vida.

Por otro lado, etimológicamente la palabra adulto proviene del latín *adultus* que significa crecer. El crecimiento de la persona se manifiesta de manera permanente y continua, que finaliza en un momento dado al alcanzar el máximo desarrollo.

Asimismo, Cornachione (2006) menciona que es la etapa más amplia de la vida de la persona, donde se presenta complejas demandas de logros personales, sociales y familiares. Se divide en 3 subetapas de adultez: adultez joven (20-40 o 45 años), adultez media (40-65 años) y adultez mayor (65 años en adelante).

La adultez temprana es determinada por el grado mayor de estrés y presión respecto a lo social y psicológico, es aquí el momento en que el ser humano puede realizar sus sueños, por ejemplo crear una propia familia, tener un status valorado, tener una función laboral adecuada. Además, es el período adecuado para culminar sus satisfacciones (Papalia, Sterns, Feldman y Camp, 2009).

Asimismo, la adultez media, va de los 40 a los 60 o 65 años, algunos le llaman la segunda adultez; Erikson (1985) la denomina, la etapa de la crisis de productividad vs estancamiento. Los primeros treinta años anuncian lo que Levinson (1978) ha llamado formalización, esta

es una etapa muy importante del ciclo vital, ya que es considerada de gran productividad, en definitiva, el período en el que se consigue la plena autorrealización

En cuanto a la adultez tardía Erikson (1985) refiere que es la etapa de la integridad versus desesperación que conlleva la unificación de la personalidad y de la vida. En esta etapa el ser humano percibe el fin de su vida.

3.3.2. Personal de venta

Según Escudero (2013) la organización o estructura interna de la empresa se representa a través de un organigrama, donde el gerente, jefe y vendedores, son de aportes más significativo para la empresa.

Delgado y Vanegas (2013) indican que los trabajadores felices tienen como predominio las emociones positivas como alegría, satisfacción, entusiasmo e interés ante otras emociones y alcanzan lo siguiente.

- Consiguen mejores trabajos, con más autonomía, significado y variedad
- Son evaluados de forma positiva por sus supervisores y compañeros
- Tienen éxito en cargos directivos
- Son menos tendentes a mostrar conductas contraproducentes en el trabajo, tales como el robo, la intimidación y el sabotaje.
- Exhiben conductas pro sociales como altruismo, cortesía y ayuda a los demás
- Tienen menos rotación y absentismo laboral
- Son menos proclives a padecer burnout
- Muestran más conductas extra rol (Conductas que van más allá de lo requerido contractualmente en su puesto de trabajo)
- Presentan un mejor desempeño y productividad

Al observar un comportamiento organizacional feliz beneficia tanto a la organización como a las personas que trabajan en ella, haciendo del trabajo una experiencia agradable que

genera significado en la vida de las personas. Para lograr la emoción de la felicidad en el trabajo se requiere cambios en el comportamiento de las personas, así como en sus esquemas de pensamiento y en las formas de afrontar la realidad (Delgado y Vanegas, 2013).

De acuerdo a las exigencias del mercado Soto, Ruiz y Echavarría (2012) define el perfil de vendedor de hoy en cualidades y actitudes positivas.

a. Cualidades

- **Honestidad:** Las compañías se empeñan en construir una buena imagen y ofrecer productos de calidad y con buen respaldo a sus clientes. Esto se logra asesorando con honestidad al comprador, ofreciéndole lo que realmente necesita, lo que le genere valor sin alcanzar pedidos solo por llegar a la cuota. Sin embargo, se debe cumplir con el presupuesto de ventas asignado por la compañía, porque también existe la obligación de ser honestos con ella, con los jefes y consigo mismos.

- **Capacidad de servicio:** Según Martín (2008) se trata de una actitud de servicio al cliente y se preocupa por ofrecer al cliente asesoría, aplicaciones del producto, recomendaciones de uso almacenamiento, atención a sus inquietudes y capacitación, entre otra. Porque cuando un cliente se relaciona con un vendedor servicial, siente mayor respaldo por parte de la compañía y del vendedor mismo logrando crear una relación a largo plazo en la que se crea una afiliación.

- **Entusiasmo:** Los clientes requieren vendedores que demuestren convencimiento sobre las cualidades del producto que están ofreciendo, que crean en sí mismos, en la compañía que representan y en los productos o servicios que fueron asignados para la venta. Porque los compradores desean escuchar ideas expresadas de manera energética, entusiasta y dinámica.

- **Empatía:** El comprador desea recibir a un asesor más que a un vendedor. Por lo tanto, el vendedor debe tener la capacidad de comprender los gustos y preferencias de los

compradores, conocer lo que sienten y su forma de actuar. En otras palabras, debe sentirse como si fuera el comprador para que el cliente sienta que sus necesidades y deseos son entendidos.

- Ser amigable: el vendedor debe saber establecer relaciones de amistad comercial con sus compradores. Esta cualidad implica conocer rápidamente al cliente averiguar lo que le gusta y disgusta sin pasar al terreno de la intimidad porque esto puede tener un carácter conflictivo y deteriorar la relación.

- Saber escuchar: Prestar atención al cliente, oír las ideas que expresa sin interrumpirlo, mostrar interés por lo que dice, preguntar sobre aquello que no ha quedado claro y tomar nota de sus ideas, son acciones que el vendedor debe realizar con el fin de entender al comprador, determinar sus necesidades y dar respuestas asertivas a sus objeciones. Un buen vendedor, practica la escucha activa apuntando, memorizando detalles y pregunta sobre lo que no entiende para asegurarse y no tener ninguna duda (Martin, 2008)

b. Actitudes positivas

- Hacia el producto: El vendedor debe ser el primer convencido de las cualidades y beneficios de los productos que representa. Solo si conoce a profundidad el producto puede tener actitud hacia el producto.

- Hacia la empresa: El mejor aval que tiene el vendedor para sus productos o servicios es la empresa que representa. El sentimiento positivo hacia esta se refleja en las relaciones comerciales del vendedor con el cliente de su compañía. Otorgando respaldo y confianza, pues el vendedor es el que realiza el enlace final entre el cliente y la empresa proveedora del producto.

- Consigo mismo: El vendedor debe tener confianza en si mismo, reconocer sus cualidades y debilidades luego tratar de fortalecer las primeras y controlar y corregir las segundas.

- Hacia la satisfacción del cliente: Un vendedor que quiera fortalecer la relación comercial con su cliente está permanentemente interesado en indagar sobre sus necesidades y deseos, en hacer buenas presentaciones del producto, en resumir las condiciones establecidas, en ofrecer un valor adicional que el comprador no esperaba.

- Hacia el cambio: Todo cambio o transformación debe ser inherentes y aceptadas por el vendedor

4. Definición de términos

4.1. Bienestar Subjetivo: Es un proceso que parte de las necesidades, pasa por los recursos y alcanza la satisfacción de las necesidades. Los valores sociales y la personalidad influyen en la percepción de logro de las necesidades. El bienestar subjetivo está compuesto por la satisfacción con un buen lugar para vivir, satisfacción con sentirse bien, satisfacción con el estatus y satisfacción con el hogar (Yamamoto, 2015).

4.2. Neuroticismo: Eysenck (1987) lo describe como una dimensión de la personalidad sensible a estímulos externos, tienen más probabilidades de perturbarse ante situaciones estresantes.

4.3. Extraversión: Es un rasgo de personalidad con tendencia a unirse en grupos sociales. La sociabilidad se considera una parte importante de la extraversión, ya que las personas que disfrutan de las actividades sociales prefieren estar con los demás en lugar de estar solos (Haddock & Rutkowski, 2014).

4.4. Calidad de vida: Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la calidad de vida es la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes.

4.5. Placer: El placer puede ser definido como una sensación o sentimiento positivo, agradable o eufórico, que en su forma natural se manifiesta cuando un individuo consciente satisface plenamente alguna necesidad (Maslow, 1971).

5. Hipótesis de la investigación

5.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre los rasgos de personalidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.

5.2. Hipótesis Específicas

- Existe relación significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Existe relación significativa entre el rasgo extraversión y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Existe relación significativa entre el rasgo apertura las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Existe relación significativa entre el rasgo amabilidad y las dimensiones de felicidad y en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.
- Existe relación significativa entre el rasgo responsabilidad y las dimensiones de felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.

Capítulo III Materiales y Métodos

1. Diseño y tipo de investigación

El presente estudio es de diseño no experimental, porque no hay manipulación de las variables, sino que se observan y se analiza estos fenómenos en su ambiente natural. Asimismo, es de corte trasversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento. Por último, es de tipo correlacional, porque buscó las relaciones entre ambas variables de estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

2. Variables de investigación

2.1. Definición conceptual de las variables

2.1.1. Felicidad

Alarcón (2006) señala que la felicidad es un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente la persona en posesión de un bien anhelado.

Dimensiones de Felicidad

Sentido positivo de la vida: Se refiere a la ausencia de estados depresivos, pesimismo y de vacío existencial

Satisfacción con la vida: Caracterizada en las personas que trasuntan estados subjetivos de satisfacción por la posesión de los bienes deseados.

Realización personal: Es la expresión de felicidad plena y no estados temporales de “estar feliz”; y también, autosuficiencia

Alegría de Vivir: Se refiere lo maravilloso que es la vida, las experiencias positivas de la vida y sentirse generalmente bien.

2.1.2. Rasgos de personalidad

Costa y McCrae (2004) definen a la personalidad como conjunto de atributos relativamente permanentes y amplios que influyen en la forma de percibir, relacionarse, pensar y actuar en una forma determinada.

2.1.3. Dimensiones de rasgos de personalidad

- Neuroticismo: Está relacionado con los afectos negativos como ansiedad, miedo, vergüenza, rabia que interfieren con la adaptación.
- Extraversión: Caracterizado en las personas que están en vinculación con la gente y tienen preferencia por grupos y reuniones, también asertivos, activos y habladores. Les gusta la excitación y la estimulación y tienden a ser de carácter alegre. Son animosos, enérgicos y optimistas. Los vendedores representan en nuestra cultura el prototipo de extravertido
- Apertura: Característica propia de personas abiertas que están interesadas tanto por el mundo exterior como por interior y sus vidas están enriquecidas por la experiencia.
- Amabilidad: Representa a una persona amable que es fundamentalmente altruista. Simpatiza con los demás, está dispuesta a ayudarles y cree que los otros se sienten igualmente satisfechos de hacer eso mismo.
- Responsabilidad: Rasgo de la persona disciplinada, voluntariosa, porfiada y decidida.

2.2. Operacionalización de las variables

2.2.1. Felicidad

Tabla 1
Definición operacional de la escala factorial del Felicidad

Dimensiones	Ítems	Instrumento	Categoría de respuesta
Sentido positivo de la vida	2,7,11,14,17,18,19,20,22,23,26.	Escala factorial para medir la Felicidad (EFF)	Tipo de escala Likert:
Satisfacción con la vida	1,3,4,5,6,10		1.Totalmente en desacuerdo
Realización Personal	8,9,21,24,25,27		2.Desacuerdo
Alegría de vivir	12,13,15,16,		3.Ni de acuerdo ni desacuerdo
			4.De acuerdo
			5 Totalmente de acuerdo

2.2.2 Rasgos de personalidad

Tabla 2
Definición operacional del inventario de Personalidad NEO PI-R

Dimensiones	Ítems	Instrumento	Categoría de respuesta
Neuroticismo	1,6,11,16,21,26,31,36,41,46,51,56,61,66,71,76,81,86,91,96,101,106,111, 116,121,126,131,136,141,146,151,156,161,166,171,176,181,186,191,196,201,206,211,216,221,226,231,236	Inventario de Personalidad Neo – Revisado (NEO PI-R)	Tipo de escala Likert:
Extraversión	2,7,12,17,22,27,32,37,42,47,52,57,62,67,72,77,82,87,92,97,102,107,112,117,122,127,132,137,142,147,152,157,162,167,172,177,182,187,192,197,202,207,212,217,222,227,232,237.		1.Muy en desacuerdo
Apertura	3,8,13,18,23,28,33,38,43,48,53,58,63,68,73,78,83,88,93,98,103,108,113,118,123,128,133,138,143,148,153,158,163,168,173,178,183,188,193,198,203,208,213, 218,223,228,233,238		2.En Desacuerdo
Cordialidad	4,9,14,19,24,29,34,39,44,49,54,59,64,69,74,79,84,89,94,99,104,109,114,119,124,129,134,139,144,149,154,159,164,169,174,179,184,189,194,199,204,209,214,219,224,229,234,239		3.Neutral
Responsabilidad	5,10,15,20,25,30,35,40,45,50,55,60,65,70,75,80,85,90,91,110,115,120,125,130,135,140,145,150,155,160, 165, 170, 175, 180, 185,190, 195, 200, 205, 210, 215, 220, 225, 230, 235, 240		4.De acuerdo
		5.Muy de acuerdo	

3. Delimitación geográfica y temporal

Esta investigación inicio mayo del 2017 y obtuvo una extensión hasta febrero del 2018. Se llevó a cabo en la empresa comercial de rubro textil, ubicado en el distrito San Juan de Lurigancho, provincia y departamento Lima.

4. Participantes

4.1. Características de la muestra

La muestra del estudio es no probabilística, debido a que se seleccionó por el criterio del investigador Hernández et al. (2010). Los participantes fueron 249 personales de venta una empresa de rubro textil de ambos sexos y cuyas edades oscilan entre 18 a 40 años de edad.

En la tabla 3, que corresponde a los datos sociodemográficos se observa que la muestra está conformada mayormente por mujeres (58.9%) y varones (41.4%) de las cuales el 85% de ellos son menores de 26 años. Así mismo se evidencia que mayormente son de origen costeña (68.7%), sierra (21.7%) y en de la selva (9.6%). Con respecto al tiempo que tienen laborando en la empresa el 79% de vendedores están menos de un año, y el 5 % están de 3 años a más. En cuanto a la religión el 73.9% de ellos son católicos.

Tabla 3
Datos sociodemográficos de los participantes

		N	%
Género	Masculino	103	41.4
	Femenino	146	58.6
Edad	De 18 a 26 años	214	85.9
	De 27 a los 40 años	35	14.1
Procedencia	Costa	171	68.7
	Sierra	54	21.7
	Selva	24	9.6
Religión	Católico	184	73.9
	Evangélico	38	15.3
	Otros	27	10.8
Tiempo	Total	249	100.0
	Menos de 1 año	197	79.1
	De 1 a 2 años	38	15.3
	De 3 años a más	14	5.6

Total	249	100.0
-------	-----	-------

4.2. Criterios de inclusión y exclusión

4.2.1. *Inclusión*

- Personal de venta de la empresa de rubro textil.
- Trabajador de 19 años a 40 años de edad.
- Trabajador que tenga más de 3 meses laborando en la empresa.
- Personal de venta que acepten voluntariamente participar en este estudio.
- Personal de venta de distinto sexo.

4.2.2. *Exclusión*

- Personal de venta que no sean de la empresa mencionada.
- Personal de venta con menos de tres meses de laborar en la empresa.
- Personal de venta menores de 18 años y mayores de 40.
- Personal de venta que no han desarrollado la prueba completa.

5. Instrumentos

5.1. Cuestionario de la felicidad de Alarcón

Para la evaluación de felicidad, se utilizó la Escala de Felicidad de Lima elaborada por Alarcón. Cuenta con 27 ítems, distribuidos en 4 dimensiones: sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida, realización personal, alegría de vivir. Tiene un tipo de respuesta Likert de 1 a 5, donde 1 es Totalmente de acuerdo y 5 Totalmente en desacuerdo. En cuanto a su fiabilidad todas las correlaciones son significativas ($r = .916$).

La fiabilidad global de la escala y de sus dimensiones se valoró calculando el índice de la consistencia interna mediante el coeficiente Alpha de Cronbach. La consistencia interna global de la escala (27 ítems) en la muestra estudiada es de ,922 que puede ser valorado

como indicador de una elevada fiabilidad, ya que supera el punto de corte igual a ,70 considerado como indicador de una buena fiabilidad para los instrumentos de medición psicológica (Anexo 1). Y sus coeficientes correlacionales de Validez son significativos, lo que indica que la escala tiene validez de constructo (Anexo 2)

5.2. Inventario psicológico NE-O-P-I-R.

La prueba NEO PI-R P es un instrumento creado por Paul Costa y Robert McCrae en 1992, para medir cinco dominios principales de la personalidad adolescentes y adulto de forma exhaustiva y detallada. Puede aplicarse adecuadamente a personas mayores de 16 años de forma individual o colectiva, dura aproximadamente 40 minutos y básicamente evalúa la personalidad normal. Está conformada por 5 dimensiones y/o factores de la personalidad (Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad). Consta de 240 ítems a los que se responde en una escala Likert de 5 opciones: 1= Muy en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Neutral; 4= De acuerdo; 5= Muy de acuerdo). En cuanto a su fiabilidad obtiene el valor de 0.89.

Para la validez del constructo se utilizó el análisis estadístico R de Person y se encontró correlación altamente significativa en cuatro de las dimensiones: neuroticismo, extraversión, amabilidad, responsabilidad y una correlación significativa con la dimensión apertura (Anexo 3). Obtiene un coeficiente Alpha de Cronbach de ,726 que puede ser valorado como indicador de una buena fiabilidad. Del mismo modo, se puede observar que los puntajes de fiabilidad en la mayoría de las dimensiones son aceptables (Anexo 4).

6. Proceso de recolección y análisis de datos

En el mes de agosto del 2017 se entregó a la organización empresarial una carta de presentación solicitando la autorización para la aplicación de pruebas. De la cual el permiso fue otorgado en el mes de septiembre (Anexo 3). Luego se estableció un cronograma para la

aplicación de prueba de forma física por zona (Lima central y Lima este) y de forma virtual para la zona Lima Norte y Lima Sur. La aplicación de los instrumentos en físico se realizó la primera semana de noviembre citando a los colaboradores al personal de ventas de Lima tradicional y Lima Este al auditorio general de la organización empresarial. De la misma manera en la segunda semana de noviembre se aplicó las pruebas virtuales por medio de un comunicado y video llamada en pantalla tanto para las tiendas de Lima Norte y Lima Sur. Para desarrollar en ambas formas se les proporcionó una hora de tiempo para los dos instrumentos. Antes se brindó las indicaciones apropiadas de cada instrumento de forma presencial y video llamada en lo virtual.

7. Procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de datos obtenidos se utilizó el *software* estadístico IBM SPSS versión 22 para Windows, aplicado a las ciencias sociales. Una vez recolectada la información, se transfirió a la matriz de datos del software estadístico para su respectivo análisis. Los resultados descriptivos que se obtuvieron fueron ordenados en tablas de frecuencia. Para el contraste de las hipótesis planteadas primero se realizó la prueba Kolmogoroi-Smirnoy para precisar la distribución de la muestra. Segundo, se utilizó la prueba estadística no paramétrica Rho de Spearman para determinar si existe relación significativa entre las variables de rasgos de personalidad y las dimensiones de felicidad.

Capítulo IV Resultados y discusión

1. Resultado

1.1. Análisis descriptivo

1.1.1 Nivel de felicidad

En la tabla 4 se observa que el 63.1% del personal de venta se encuentran medianamente feliz en cuanto al sentido positivo de la vida, es decir, tiende a presentar intranquilidad, pesimismo y vacío existencial. En contraste, el 70.3% se considera altamente feliz respecto a la alegría de vivir, señalando lo maravilloso que es vivir por medio de experiencias positivas de la vida que permitan generalmente sentir bien. En cuanto a la dimensión satisfacción con la vida y realización personal la mayoría de los participantes (68.3% y 56.6% respectivamente) se ubican en el nivel feliz.

Tabla 4

Niveles de las dimensiones de felicidad de los participantes

	Infeliz		Medianamente Feliz		Feliz		Altamente Feliz	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Sentido Positivo	30	12.0%	157	63.1%	33	13.3%	29	11.6%
Satisfacción	5	2.0%	16	6.4%	170	68.3%	58	23.3%
Realización Personal	5	2.0%	16	6.4%	141	56.6%	87	34.9%
Alegría de Vivir	9	3.6%	2	0.8%	63	25.3%	175	70.3%

1.1.2 Nivel de felicidad según datos sociodemográficos

Nivel de las dimensiones de felicidad según sexo de los participantes

En la tabla 6 que corresponde al sexo masculino se puede observar que el 55.3% se encuentran medianamente feliz en cuanto al sentido positivo de la vida, de manera que los varones poseen intranquilidad, pesimismo y un vacío existencial a consecuencia de los

sentimientos negativos hacia la vida. No obstante, el 66.0% señalan que son altamente felices en la alegría de vivir, dado que generalmente se sienten bien por lo maravilloso que es vivir. Del sexo femenino el 68.5% están ubicados en el nivel medianamente feliz, ya que la mayoría del tiempo se sienten tristes a causa de los pensamientos negativos que se crea ante problemas cotidianos. Sin embargo, el 73.3% están altamente felices en alegría de vivir debido a, sus experiencias y sentimientos positivos hacia la vida.

Tabla 5

Niveles de las dimensiones de felicidad según sexo de los participantes

	Masculino		Femenino	
	n	%	n	%
Sentido Positivo				
Infeliz	14	13.6%	16	11.0%
Medianamente Feliz	57	55.3%	100	68.5%
Feliz	12	11.7%	21	14.4%
Altamente Feliz	20	19.4%	9	6.2%
Satisfacción				
Infeliz	4	3.9%	1	0.7%
Medianamente Feliz	10	6.7%	6	4.1%
Feliz	67	65.0%	103	70.5%
Altamente Feliz	22	21.4%	36	24.7%
Realización Personal				
Infeliz	4	3.9%	1	0.7%
Medianamente Feliz	6	5.8%	10	6.8%
Feliz	63	61.2%	78	53.4%
Altamente Feliz	30	29.1%	57	39.0%
Alegría de Vivir				
Infeliz	4	3.9%	5	3.4%
Medianamente Feliz	0	0%	2	1.4%
Feliz	31	30.1%	32	21.9%
Altamente Feliz	68	66.0%	107	73.3%

Nivel de las dimensiones de felicidad según edad de los participantes

En la tabla 5 se evidencia que el 60.7 % del personal de ventas menores de 26 años y el 77.1% mayores de 27 años están medianamente feliz, por esta razón tienden a tener intranquilidad, depresión, vacío existencial y mostrar actitudes pesimistas. Por otra parte, en alegría de vivir, el 68.7% menores de 26 años y el 80% mayores de 27 años son altamente

feliz, porque consideran ser personas optimistas con gratas experiencias y sentimientos positivos.

Tabla 6

Niveles de las dimensiones de felicidad según edad de los participantes

	De 26 años a menos		De 27 años a más	
	n	%	n	%
Sentido Positivo				
Infeliz	27	12.6%	3	8.6%
Medianamente Feliz	130	60.7%	27	77.1%
Feliz	28	13.1%	5	14.3%
Altamente Feliz	29	13.6%	0	0%
Satisfacción				
Infeliz	5	2.3%	0	0%
Medianamente Feliz	14	6.5%	2	5.7%
Feliz	143	66.8%	27	77.1%
Altamente Feliz	52	24.3%	6	17.1%
Realización Personal				
Infeliz	5	2.3%	0	0%
Medianamente Feliz	11	5.1%	5	14.3%
Feliz	124	57.9%	17	48.6%
Altamente Feliz	74	34.6%	13	37.10%
Alegría de Vivir				
Infeliz	9	4.2%	0	0%
Medianamente Feliz	2	0.9%	0	0%
Feliz	56	26.2%	7	20.0%
Altamente Feliz	147	68.7%	28	80.0%

Nivel de las dimensiones de felicidad según tiempo laborable de los participantes

Según la tabla 7, se observa que de los encuestados que laboran menos de un año el 59.4% y el 92.9% más de tres años en sentido positivo son medianamente feliz, evidenciando pesimismo, intranquilidad y un vacío existencial. Por lo contrario, en alegría de vivir ambos rangos de edad (69% y 92.9% respectivamente) están altamente felices, considerando que tienen experiencias positivas, se sienten bien y viven de forma maravillosa. En cuanto, a los trabajadores que laboran de uno a dos años el 71.1% es medianamente feliz en sentido positivo, refiriendo que sienten un vacío existencial y están tristes en mayoría del tiempo debido a sus pensamientos pesimistas. Por otro lado, el 78.9% se ubican en el nivel feliz en

satisfacción con la vida, asumiendo que están satisfechos con sus vidas, porque perciben sentimientos positivos de sus objetivos y condiciones de vidas.

Tabla 7

Niveles de las dimensiones de felicidad según tiempo laborable de los participantes

	Menos de 1 año		De 1 a 2 años		De 3 años a más	
	n	%	n	%	n	%
Sentido Positivo						
Infeliz	25	12.7%	5	13.2%	0	0%
Medianamente Feliz	117	59.4%	27	71.1%	13	92.9%
Feliz	28	14.2%	5	13.2%	0	0%
Altamente Feliz	27	13.7%	1	2.6%	1	7.1%
Satisfacción						
Infeliz	5	2.5%	0	0%	0	0%
Medianamente Feliz	14	7.1%	2	5.3%	0	0%
Feliz	128	65.0%	30	78.9%	12	85.7%
Altamente Feliz	50	25.4%	6	15.8%	2	14.3
Realización Personal						
Infeliz	5	2.5%	0	0%	0	0%
Medianamente Feliz	11	5.6%	3	7.9%	2	14.3%
Feliz	118	59.9%	18	44.7%	5	35.7%
Altamente Feliz	63	32.0%	17	44.7%	7	50.0%
Alegría de Vivir						
Infeliz	9	4.6%	0	0%	0	0%
Medianamente Feliz	2	1.0%	0	0%	0	0%
Feliz	50	25.4%	12	31.6%	1	7.1%
Altamente Feliz	136	69.0%	26	68.4%	13	92.9%

1.1.3 Nivel de rasgos de personalidad

En la tabla 5 se observa que el 100% del personal de ventas se ubican en un nivel alto en los rasgos de extraversión, apertura, y responsabilidad; demostrando ser sociables, creativos, imaginativos y disciplinados. Sin embargo, el 98.8% presentan un nivel alto de neuroticismo, es decir, frecuentemente experimentan sentimientos negativos como ansiedad, melancolía, vergüenza, ira y culpabilidad; son emocionalmente inestables.

Tabla 8

Niveles de rasgos de personalidad de los participantes

	Bajo		Moderado		Alto	
	n	%	n	%	n	%
Neuroticismo	0	0%	18	7.2%	231	98.8%
Extraversión	0	0%	0	0%	249	100%
Apertura	0	0%	0	0%	249	100%
Amabilidad	0	0%	1	0.4%	248	99.6%
Responsabilidad	0	0%	0	0%	249	100%

1.1.4 Nivel de rasgos de personalidad según datos sociodemográficos

Nivel de las dimensiones de rasgos de personalidad según sexo de los participantes

En la tabla 7 el 100% del personal de ventas de ambos sexos se ubica en un nivel alto en las dimensiones extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad, es decir, tienden a ser sociables, poco convencionales, altruista y disciplinados. No obstante, el 94.2% (del sexo masculino) y el 91.8% (sexo femenino) presentan un nivel alto de neuroticismo caracterizándose como emocionalmente inestables.

Tabla 9

Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según sexo de los participantes

	Masculino		Femenino	
	n	%	n	%
Neuroticismo				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	6	5.8%	12	8.2%
Alto	97	94.2%	134	91.8%
Extraversión				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	103	100%	146	100%
Apertura				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	103	100%	146	100%
Amabilidad				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	1	0.7%
Alto	103	100%	145	99.3%
Responsabilidad				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	103	100%	146	100%

Nivel de las dimensiones de rasgos de personalidad según edad de los participantes

Según la tabla 8 el 100 % del personal de venta, mayores de 27 años y menores de 26 años, presentan un nivel alto en las dimensiones extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad, demostrando ser sociables, creativos y disciplinados. Por otra parte, el 92% de los participantes menores de 26 años y el 94.3% mayores de 27, muestran nivel alto de neuroticismo, en pocas palabras, tienden a experimentar ira, melancolía y ansiedad.

Tabla 10

Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según edad de los participantes

	De 26 años a menos		De 27 años a más	
	n	%	n	%
Neuroticismo				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	16	7.5%	2	5.7%
Alto	198	92%	33	94.3%
Extraversión				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	214	100%	35	100%
Apertura				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	214	100%	35	100%
Amabilidad				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	1	0.5%	0	0%
Alto	213	99.5%	35	100%
Responsabilidad				
Bajo	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%
Alto	214	100%	35	100%

Nivel de las dimensiones de rasgos de personalidad según tiempo laborable de los participantes

Según la tabla 9, se observa que el 100% de encuestados que laboran menos de un año y más de 3 años, tienen un nivel alto en las dimensiones extraversión, apertura y responsabilidad, mostrando ser sociables, ordenados y creativos. Mientras que, el 91.4% (menos de 1 año) y el 97.4% (de 1 a 2 años), muestran un nivel alto de neuroticismo, caracterizándose como emocionalmente inestables.

Tabla 11

Niveles de las dimensiones de rasgos de personalidad según tiempo laborable de los participantes

	Menos de 1 año		De 1 a 2 años		De 3 años a más	
	n	%	n	%	n	%
Neuroticismo						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
Moderado	17	8.6%	1	2.6%	0	0%
Alto	180	91.4%	37	97.4%	14	100%
Extraversión						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%	0	0%
Alto	197	100%	38	100%	14	100%
Apertura						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%	0	0%
Alto	197	100%	38	100%	14	100%
Amabilidad						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
Moderado	1	0.5%	0	0%	0	0%
Alto	196	99.5%	38	100%	14	100%
Responsabilidad						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
Moderado	0	0%	0	0%	0	0%
Alto	197	100%	38	100%	14	100%

1.2. Prueba de normalidad

Con el propósito de realizar los análisis comparativos y contrastar las hipótesis planteadas, se procedió a realizar primero la prueba de bondad de ajuste para precisar si las variables presentan una distribución normal. En ese sentido la tabla 10 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov (K-S). Como se observa en la Tabla 10 los datos correspondientes a las variables en su mayoría no presentan una distribución normal dado que el coeficiente obtenido (K-S) es significativo ($p < 0.05$). Por tanto, para los análisis estadísticos correspondientes se empleará estadística no paramétrica.

Tabla 12

Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio

Instrumentos	Variables	Media	D.E.	K-S	P
Felicidad	Sentido Positivo	42.15	10.35	.179	.000
	Satisfacción	22.63	3.56	.167	.000
	Realización Personal	23.06	3.58	.133	.000
	Alegría de Vivir	17.69	2.98	.219	.000
Rasgos de personalidad	Neuroticismo	126.56	17.05	.087	.000
	Extraversión	169.89	14.37	.088	.000
	Apertura	156.29	13.51	.083	.000
	Amabilidad	165.73	10.91	.077	.001
	Responsabilidad	181.61	17.76	.042	.200

*p<0.05

1.3. Correlación entre las variables

En la tabla 11, se halló una correlación inversa altamente significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones sentido positivo y alegría de vivir ($\rho = -.535$, $\rho = -.466$; $p < 0.01$). Es decir, a mayor neuroticismo menor será el sentido positivo de la vida y la alegría de vivir. Asimismo, se encontró relación inversa significativa ($\rho = -.147$, $p < 0.05$) con la dimensión realización personal, sin embargo, con satisfacción con la vida no hubo relación ($p > 0.05$).

En cuanto al rasgo de extraversión existe relación altamente significativa con las dimensiones sentido positivo de la vida ($\rho = .416$), satisfacción con la vida ($\rho = .176$) y la alegría de vivir ($\rho = .420$), a excepción de realización personal ($\rho = .090$, $p > 0.05$).

Por otro lado, existe una correlación altamente significativa entre el rasgo apertura y las dimensiones sentido positivo y alegría de vivir ($\rho = .450$, $\rho = .274$; $p < 0.01$). En cambio, no existe relación con satisfacción con la vida y realización personal ($\rho = .063$, $\rho = .070$; $p > 0.05$).

Con respecto al rasgo amabilidad existe una relación significativa con las dimensiones sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida y realización personal ($\rho = .156$,

rho=.139, rho=.133; p<0.05), cerca de la dimensión alegría de vivir existe relación altamente significativa (rho=.320; p<0.01).

Por último, se observa una correlación altamente significativa entre rasgo responsabilidad y las dimensiones sentido positivo, satisfacción, realización personal y alegría de vivir (rho=.573, rho=.179, rho=.257, rho=.466; p< 0.01).

Tabla 13

Coefficiente de correlación entre rasgos de personalidad y dimensiones de felicidad

Además,	Sentido Positivo		Satisfacción		Realización Personal		Alegría de Vivir	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Neuroticismo	-.535**	.000	-.083	.194	-.147*	.020	-.466**	.000
Extraversión	.416**	.000	.176**	.005	.090	.159	.420**	.000
Apertura	.450**	.000	.063	.326	.070	.270	.274**	.000
Amabilidad	.156*	.014	.139*	.029	.133*	.037	.320**	.000
Responsabilidad	.573**	.000	.179**	.000	.257**	.000	.466**	.000

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

2. Discusión

En esta investigación se encontró que los rasgos de personalidad están relacionados con la felicidad en el personal de venta de una organización empresarial de Lima.

Se encontró correlación inversa altamente significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones sentido positivo y alegría de vivir (rho=-.535, rho=-.466; p< .01), es decir, a mayor neuroticismo menor será el sentido positivo y alegría de vivir del personal de venta; sobre este punto se da la siguiente explicación. Entendiendo el rasgo de personalidad neuroticismo como estado de ansiedad y descontrol emocional; entonces es lógico pensar que este rasgo impida al individuo experimentar sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la vida. Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Alarcón (2006) donde encontró que las dimensiones de felicidad, se relacionan de forma negativa y significativa con neuroticismo. En cuanto a la dimensión realización personal se encontró relación inversa significativa (rho=-.147, p<.05), en otras palabras, a mayor irritabilidad, frustración,

ansiedad y sentimientos de inferioridad, menor será la autosuficiencia y tranquilidad emocional en el personal de venta. Por otro lado, no se halló correlación con la dimensión satisfacción con la vida ($p > 0.5$), es decir, el rasgo neuroticismo no contribuye en la autosuficiencia y tranquilidad emocional del personal de venta. Este resultado concuerda con los encontrados en un estudio correlacional con estudiantes universitarios de Días y Sánchez (2002) quienes encontraron que la dimensión neuroticismo no presenta correlación con satisfacción con la vida.

Respecto al rasgo de extraversión y las dimensiones de felicidad, los resultados obtenidos demuestran que existe relación altamente significativa con las dimensiones sentido positivo de la vida ($\rho = .416$, $p < .01$), satisfacción con la vida ($\rho = .176$, $p < .01$) y la alegría de vivir ($\rho = .420$, $p < .01$). Este resultado también concuerda con los hallazgos de Del Carre (2014) y Pishva, Ghalehban y Moravi (2011) quienes hallaron correlación significativa entre el rasgo extroversión y las dimensiones de felicidad. Conociendo que el rasgo de personalidad extraversión se caracteriza por experimentar emociones positivas, facilidad de interacción social y tendencia a ser de carácter alegre. Es razonable pensar que las personas extrovertidas tienden ser felices por medio de sus pensamientos positivos. No obstante, la realización personal no se correlaciona con este rasgo ($\rho = .090$, $p > .05$), es decir, no favorece en la autosuficiencia y tranquilidad emocional del personal de venta. Estos resultados difieren a los hallazgos de Roth y Pinto (2010) quienes encontraron correlación inversa entre inestabilidad emocional y extraversión, esto indica que existe mayor probabilidad que las personas con rasgos extrovertidos desarrollen agotamiento emocional en el trabajo y muestren una intranquilidad emocional y autoeficiencia baja.

Respecto al rasgo apertura existe correlación altamente significativa con las dimensiones sentido positivo y alegría de vivir ($\rho = .450$, $\rho = .274$; $p < .01$). La cual muestra que el personal de ventas con intereses intelectuales, creativos y gusto a nuevas experiencias,

también presentan sentido positivo de la vida y alegría de vivir, ya que expresan lo maravilloso que es vivir, sentirse bien y están orientados a los sentimientos positivos consigo mismo. Igualmente, Pelechano, Gonzales, Livia y Morán (2013) encontraron correlación entre rasgos de personalidad y felicidad en adultos, señalando que por medio de la apertura a la experiencia ellos adquieren emociones positivas, la cual le permite ser más feliz que otra persona que no poseen creatividad, interés intelectual y sentimientos en busca a nuevas acciones. Sobre estos puntos Mc Crae y Costa (1992) explican que la apertura se relaciona especialmente a aspectos intelectuales como el pensamiento divergente que contribuye a la creatividad por medio de sus experiencias y fantasías de alegría. Por otro lado, no existe relación significativa con satisfacción con la vida y realización personal ($\rho=.063$, $\rho=.070$; $p>.05$). Este resultado concuerda con los encontrados en un estudio correlacional con estudiantes universitarios de Morán, Finez y Fernández (2017) quienes encontraron que la dimensión apertura no presenta correlación con satisfacción con la vida. En cuanto a realización personal no hay predicción aún. En este sentido serían necesario diferentes dominios de evaluación lo que permitiría ofrecer un análisis científico desde diferentes perspectivas.

En cuanto al rasgo amabilidad se halló relación significativa con la dimensión sentido positivo ($\rho=.156$; $p<.05$). Lo que demuestra que la persona agradable, armoniosa con su entorno, con conductas de altruismo encontrará experiencias y sentimientos positivos motivando a ser felices consigo mismo. Coincide con los resultados que obtuvieron Mohammadi, Mohammad, Najafimanesh y Salesi (2014) en un estudio con adolescentes, en la cual encontraron relación significativa entre amabilidad con felicidad justificando que las personas agradables tienen una gran confianza, honestidad, humildad, altruismo que les ayuda a vivir de forma feliz. Por tanto, se puede decir que esta actitud amable contribuye en la adquisición de felicidad. Asimismo, existe una correlación significativa con la dimensión

satisfacción con la vida ($\rho=.133$, $p<.05$). Deduciendo que las acciones del personal de ventas son altruistas y conciliadores con frecuencia facilitan una adecuada relación con atención al cliente u entorno. Estos resultados difieren con los encontrados de Pérez y García (2005) en un estudio descriptivo con personal de salud, indican que el personal más amable en trato con el paciente presenta menos satisfacción con la vida. Es importante hacer notar estos resultados porque podrían indicar otros factores caracterizados en satisfacción o amabilidad. Del mismo modo con realización personal existe relación significativa ($\rho=.139$; $p<.05$) y con alegría de vivir existe relación altamente significativa ($\rho=.320$; $p<.01$). En otras palabras, el personal de venta que es cortés, humilde con los demás demuestran la sensación de una persona autónoma, que les ayuda a experimentar este sentimiento de realización personal manifestando que es maravilloso vivir. Estos resultados concuerdan con la investigación que realizó Khaledian, Ahmadimehr, Naseri, Khosravai, Shoshtsri (2013) lo cual hallaron correlación positiva entre la amabilidad y sensación de felicidad, indicando que las personas amables son capaces de sentirse feliz, autosuficiente y se adapta en diferentes situaciones con tranquilidad.

Por último, se observa correlación altamente significativa entre rasgo responsabilidad y las dimensiones sentido positivo, satisfacción, realización personal y alegría de vivir ($\rho=.573$, $\rho=.179$, $\rho=.257$, $\rho=.466$; $p<.01$). Según la definición de McCrae y Costa (2004) el rasgo responsabilidad es la sensación que la persona tiene de su propia capacidad, autodisciplina, prudencia y eficacia, considerándose muy bien preparados para enfrentarse a la vida. Este rasgo de personalidad motiva a obtener experiencias positivas con la vida y autonomía, la cual se puede considerar como un factor importante de la felicidad. Este resultado concuerda con los hallazgos de Aziz, Mustaffa, Samah y Yusof (2011) quienes encontraron correlación entre el rasgo responsabilidad y felicidad, indicando que, a mayor responsabilidad, mayor felicidad. De la misma forma Arrogante y Pérez (2013) en un estudio

con profesionales de salud encontraron relación entre responsabilidad y bienestar subjetivo (felicidad) justificando que los profesionales con alta puntuaciones en el rasgo de responsabilidad son organizados con digna confianza y perseverantes con sus vidas la cual les permite sentirse mejor consigo mismas y ser más felices. Por lo tanto, mientras más autodisciplina y aspiraciones de logro tenga el personal de venta, más rápido conseguirá la felicidad.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

1. Conclusiones

De acuerdo a los resultados encontrados entre los rasgos de personalidad y felicidad en el personal de venta de una organización empresarial privada de Lima, se concluyó lo siguiente:

- En relación al primer objetivo específico, se encontró que existe una correlación inversa altamente significativa entre el rasgo neuroticismo y las dimensiones sentido positivo y alegría de vivir ($\rho = -.535$, $\rho = -.466$; $p < .01$). Asimismo, se encontró relación inversa significativa ($\rho = -.147$, $p < .05$) con la dimensión realización personal, a excepción de satisfacción ($\rho = -.083$, $p > .05$). En otras palabras, a mayor irritabilidad, frustración, ansiedad y sentimientos de inferioridad, menor será la autosuficiencia y tranquilidad emocional en el personal de venta.

- Respecto al segundo objetivo específico, se encontró que existe relación altamente significativa con las dimensiones sentido positivo de la vida ($\rho = .416$, $p < .01$), satisfacción con la vida ($\rho = .176$, $p < .01$) y la alegría de vivir ($\rho = .420$, $p < .01$), a excepción de realización personal ($\rho = .090$, $p > .05$). Es decir, que las personas extrovertidas tienden a ser felices por medio de sus pensamientos positivos. Sin embargo, este rasgo de personalidad no se relaciona con la autosuficiencia y tranquilidad emocional del personal de venta

- En cuanto al tercer objetivo específico, se encontró relación altamente significativa entre el rasgo apertura con dos de las dimensiones (sentido positivo y alegría de vivir) de felicidad ($\rho = .450$, $\rho = .274$; $p < .01$). En cuanto a realización personal y satisfacción no muestra relación. Por lo tanto, el personal de ventas con intereses intelectuales, creativas y

gusto a nuevas experiencias, también presentan sentido positivo de la vida y alegría de vivir, ya que, expresan sentirse generalmente bien y lo maravilloso que es vivir por medio de sus sentimientos positivos consigo mismo.

- Respecto al cuarto objetivo específico, el rasgo Amabilidad y dimensiones de felicidad se halló relación significativa en sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida y realización personal ($\rho=.156$, $\rho=.139$, $\rho=.133$; $p<.05$). Y con la dimensión alegría de vivir existe relación altamente significativa ($\rho=.320$; $p<.01$). Evidenciando que el personal de ventas posee conductas altruistas, por la cual se sienten felices.

- En cuanto al quinto objetivo específico, se encontró que existe relación altamente significativa entre rasgo responsabilidad y las dimensiones sentido positivo, satisfacción, realización personal y alegría de vivir ($\rho=.573$, $\rho=.179$, $\rho=.257$, $\rho=.466$; $p< 0.01$). Es decir, la sensación que el personal de venta tiene de su propia capacidad, sensibilidad, prudencia y eficacia se relaciona con la autoeficacia y tranquilidad emocional.

2. Recomendaciones

- Se sugiere que continúen realizando réplicas de este estudio considerando las variables en relación con otras para expandir los conocimientos de estas variables tan importantes.

- Implementar talleres por medio del área comercial en coordinación con Gestión del talento con el objetivo de promover una adecuada interacción entre los vendedores y jefes, de este modo contribuya al desarrollo de la felicidad.

- Es recomendable diseñar y desarrollar programas de psicología positiva y Autosuficiencia para optimizar el interés en las emociones positivas y logros del personal de ventas.

Referencias

- Alarcón, R. y Caycho, T. (2015). Relaciones entre gratitud y felicidad en estudiantes universitarios. *Psychología: Avances de la disciplina*, 9(1), 59-69. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/psych/v9n1/v9n1a05.pdf>
- Alarcón, R. (2002). Fuentes de felicidad: ¿Que hace feliz a la gente? *Revista de psicología de la PUCP*, 20(2): 170-196. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531323.pdf>
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Revista interamericana de Psicología*, 40(1), 99-106. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v40n1/v40n1a10.pdf>
- Alarcón, R. (2007). Investigaciones sobre psicología de la felicidad. *Revista latinoamericana de estudiantes de Psicología*, 1(1), 1-26. Recuperado de: <http://www.colaepsi.psicologico.cl/tematicayponentes/REYNALDOALARCON.pdf>
- Allport, G. (1970). *Psicología de la personalidad*. Buenos Aires: Paidós
- Arcila, H. (2011). *Medición de niveles de bienestar subjetivo o felicidad, de una muestra a conveniencia, de los afiliados al programa para la salud psicofísica*. Tesis de licenciatura en psicología. Medellín: Universidad de Antioquía.
- Ardila, R. (2010). Psicología de la felicidad. Introducción a la psicología positiva. *Revista latinoamericana de psicología*, 42(3), 504-505. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80515851015>
- Arrogante, O. y Pérez, A. (2013). Bienestar subjetivo percibido por profesionales no sanitarios ¿es diferente al de enfermería de intensivos? Relación con personalidad y resiliencia. *Revista de Enfermería Intensiva*, 24(4), 145- 154. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.enfi.2013.07.002>

- Aziz, R., Mustaffa, S., Samah, N. & Yusof, R. (2011). Personality and Happiness among Academicians in Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 1 (116), 4209-4212. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.918>
- Bandura, A. (1999). *Social cognitive Theory of personality*. España. McCrae Hill.
- Berger, K. (2009). *Psicología del Desarrollo*. España: Panamericana.
- Bermúdez, J., Pérez, A., Ruiz, J., Sanjuán, P. y Rueda, B. (2013). *Psicología de la personalidad*. Madrid: UNED
- Bermúdez, K. y Ccancece, P. (2015). *Rasgos de personalidad y asertividad en los estudiantes del 1er y 2do año de la Facultad de Ciencias de la Salud de una universidad privada de Lima*. Tesis de licenciatura en Psicología. Lima-Perú. Universidad Peruana Unión.
- Canet, M. y Torán, F. (2002). *El proceso de selección de vendedores. Un análisis empírico sobre las características determinantes de un buen desempeño*. España: Esic. Market.
- Catell, R. (1965). *El análisis científico de la personalidad*. Madrid: Piramide.
- Caycho, T. y Castañeda, M. (2015). Felicidad y optimismo en adolescentes y jóvenes peruanos y paraguayos. Un estudio predictivo. *Revista de la Universidad Católica del Norte –Chile*, 3(6), 250-263. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=439744554005>
- Caycho, T. (2010). Variables psicológicas asociada con la felicidad en centros peri-urbanos y urbanos marginales de Lima. *Revista Científica UCV*, 2(1), 61- 68. Recuperado de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/scientia/v2_n1/pdf/a07v2n1.pdf
- Chiang, M. y Ojeda, J. (2013). Estudio de la relación entre satisfacción laboral y el desempeño de los trabajadores de las ferias libres. *Revista redalyc*, 58 (2), 39-60. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/395/39525785003.pdf>

Contaduría y Administración

- Cikszentmihalyi, M. (1999). *Were so Rich, Why Aren't We Happy*. American Psychologist. Claremont Graduate University
- Cloninger, S. (2003). *Teorías de la personalidad*. México: Pearson.
- Cohen, R. y Swerdlik, M. (2006). *Pruebas y evaluación Psicológicas*. México: Mc Graw-Hill.
- Cornachione, M. (2006). *Psicología del desarrollo. Aspectos, psicológicos, sociales*. Argentina: Brujas
- Costa, P. & McCrae, R. (1992). Normal Personality Assessment in Clinical Practice: The NEO Personality Inventory. 4(1) 5-13. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Paul_Costa3/publication/232463584_Normal_Personality_Assessment_in_Clinical_Practice_The_NEO_Personality_Inventory/links/550ed48d0cf2ac2905ad119a.pdf
- Costa, P. & McCrae, R. (2004). A contemplated revision of the Neo Five-Factor Inventory. *Journal of Personality*, 36 (3), 587-596. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886903001181>
- Del Carre, C. (2014). *Rasgos de personalidad y su relación con la felicidad*. Tesis de grado de Psicología. Argentina. Universidad abierta interamericana.
- Del Neve, J. & Ward, G. (2017). World happiness report 2017. Happiness at Work. Programme of the United Nations (PNUD). Estados Unidos.
- Delgado, L. y Vanegas, M. (2013). *Psicología Organizacional, perspectivas y avances*. Mexico: Ecoe Ediciones.
- Díaz, G. (2001). El bienestar subjetivo. Actualidad y perspectivas. *Revista Cubana de Medicina Integral*, 17(6). Recuperado de : http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252001000600011

- Díaz, J y Sánchez, P. (2002). Relaciones entre estilos de personalidad y satisfacción autopercibida en diferentes áreas vitales. *Revista Redalyc*, 14(1), 100-105. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/727/72714114/>
- Diener, E. (1984). Subjective Well Being. *American Psychological Association*, 95(3), 542-575. Urbana. Recuperada de: https://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/Documents/Diener_1984.pdf
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43. Recuperada de: <http://psycnet.apa.org/record/2000-13324-004>
- Domínguez, L. (2008). La adolescencia y la juventud como etapas del desarrollo de la personalidad. *Boletín Electrónico de Investigación de la Asociación Oaxaqueña de Psicología*, 4(1), 6976. Recuperado de: http://www.conductitlan.net/50_adolescencia_y_juventud.pdf
- Domínguez, R. & Ibarra, E. (2017). La psicología positiva: Un nuevo enfoque para el estudio de la felicidad. 21(96), 660-679. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199551160035>
- El Instituto de Opinión Pública de la PUCP (2015). Grados de felicidad. Recuperado de: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/OP_201311_02.pdf
- El Instituto Nacional de Estadística Informática INEI. (2014) <http://www.inei.gob.pe>. Principales indicadores.
- Erikson, E. (1985). *El ciclo vital completo*. México: Paidós.
- Escudero, J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Eugenio, J., Lachuma, U. & Flores. (2016). Felicidad: Un estudio comparativo en estudiantes universitarios de psicología y administración de una Universidad privada de

- Tarapoto. *Revista científica de Psicología*, 1(1), 21-29. Recuperado de:
http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apsicologia/article/view/494
- Eysenck, H. & Eysenck, M. (1987). *Personalidad y diferencias individuales*. Madrid: Pirámide.
- Eysenck, H. & Himmelfeit, H. (1961). *Dimensions of Personality*. Estados Unidos: Universidad de California.
- Fernández, P. y Extremera, N. (2009). Inteligencia Emocional y el estudio de la Felicidad. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 66 (23,3), 85-108. Recuperado de:
http://emotional.intelligence.uma.es/documentos/PDF35estudio_felicidad.pdf
- Fierro, A. (1996). *Manual de la psicología de la personalidad*. Barcelona: Paidós.
- Fordyce, M. (2016). Educación para la felicidad. *Revista de psicología*, 24(6), 511-521. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-0167.24.6.511>
- Freud, S. (1923). *El yo y el ello*. FV Éditions Colombia.
- Freud, S. (1967). *Obras completas*. España: Biblioteca Nueva.
- Freud, S. (2013). *Interpretación de los sueños*. FV Éditions Colombia.
- Gallup, T. (2011). *Bienestar subjetivo*. Argentina: Universidad de Palermo.
- Garduño, L., Salinas, B. y Rojas, M. (2005). *Calidad de vida y bienestar subjetivo en México*. México: Plaza y Valdes S.A.C.
- Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). *Psicología y vida*: Decimoséptima edición. México: Editorial: Pearson Education.
- Gómez, D. y Ortiz, M. (2016). Validación de la versión en Español de la Escala de Optimismo Disposicional LOT- R en una muestra Chilena de estudiantes universitarios. *Revista de terapia psicológica*, 34(1), 53 – 58. Recuperado de:
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/terpsicol/v34n1/art06.pdf>

- Greenacre, M. (2008). *La práctica de análisis de correspondencias*. España: Rubes Editorial.
- Haddock, A. & Rutkowski, A. (2014). *Psychology of Extraversion*. United States: Nova Publishers.
- Helliwell, J., Layard, R. & Sachas, J. (2017). World happiness report 2017. Overview. Programme of the United Nations (PNUD). Estados Unidos
- Helliwell, J., Huang, H. y Wang, S. (2017). World happiness report 2017. The social foundations of world happiness. Programme of the United Nations (PNUD). Estados Unidos.
- Hernández, A. (2013). *Determinantes de la felicidad como medida de bienestar subjetivo: El caso de barranquilla y soledad*. Título de economista. Lima-Perú. Universidad del Norte.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista L. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Heylighen F. (1992). A Cognitive-Systemic Reconstruction of Maslow's Theory of Self-Actualization. *Behavioral Science* 37, 39-58.
- Howell, R. & Colleen J. (2008). The relation of economic status to subjective well-being in developing countries: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 134(4), 536-560. Recuperado de: <http://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037/0033-2909.134.4.536>
- Khaledian. M., Ahmadimehr, Z., Naseri, E., Khosravai, F. & Shoshtsri M. (2013) The relationship of five personality factors with the feeling of happiness among students. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 8(1), 43-48. Recuperado de: <https://www.scipress.com/ILSHS.8.43.pdf>

- Kimball & Willis. (2006). *Utility and Happiness*. Universidad of Michigan. Recuperado de:
https://www.ifs.org.uk/conferences/kimball_0611_1.pdf
- Lahey, B. (2007). *Introducción de la Psicología*. México: Mc Graw – Hill.
- Larsen, R. & Buss, D. (2005). *Psicología de la personalidad* (2a. ed). México D.F.
- Levinson, D. (1978). *The season of a man's life*. New York: Knopf.
- López, J. y Fierro, I. (2015). Determinantes de la felicidad en Administradores: Una investigación realizada en las farmacias. *Revistas Científicas de America Latina*. 17(29), 181-211. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/1872/187243745008/>
- Lopez, I. y Sughey, L. (2013). Felicidad general y felicidad en la pareja: diferencias por sexo y estado civil. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29228948005>
- Luna, B. (2016). Rasgos de personalidad y Síndrome de burnout en personal de salud del servicio de ginecobstetricia del hospital III Yanahuara (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín. Perú.
- Lyumbomirsky, S. (2010). *The How of Happiness*. Estados Unidos: Piakus.
- Lyumbomirsky, S. (2008). *La ciencia de la felicidad*. España: Urano.
- Lyumbormisky, S. (2011). *La Ciencia de la felicidad*. Estados Unidos: Urano.
- Lyumbormisky, S., Diener, E. & King, K. (2005). The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success?. *Psychological Bulletin*, 131(6), 803– 855
Recuperado de: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/bul-1316803.pdf>
- Mamani, B. & Quinteros, D. (2014). Rasgos de personalidad y actitud hacia la elaboración de tesis en estudiantes del cuarto año de Psicología de la Universidad Peruana Unión – Filial Juliaca. *Revista Científica de la Salud*, 7 (2), 22-28. Recuperado de: http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/viewFile/220/227

- Mancisidor, E. (2016). Percepción del Clima Organizacional y Rasgos De Personalidad Mediante el Big Five en Trabajadores de una Empresa Privada. Tesis de maestría. Lima-Perú. Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Margot, P. (2007). La felicidad. *Revista redalyc*. 25(0), 55-79. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2090/209014642004.pdf>
- Martín, M. (2008). *Descubre al comercial que llevas dentro*. España: FC Editorial.
- Martínez, J., Garrido, M. y Rodríguez, L. (1998). *Personalidad, procesos cognitivos y psicoterapias*. Madrid: Fundamentos.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad* Díaz de Santos S.A.-España
- Maslow, A. (1971). *Motivación y personalidad*. EEUU: Harper &Row.
- Mishel, W. (1988). *Teorías de la personalidad*. México: Mac Graw Hull.
- Mohammadi, J., Mohammad, E., Najafimanesh, Z. & Salesi, M. (2014). The Relationship between Happiness and NEO-FFI Personality Questionnaire Dimensions in High School Students of Mobarekeh. *ZJRMS*, 16(5), 27-30. Recuperado de: http://zjrms.ir/browse.php?a_id=1660&sid=1&slc_lang=en
- Morán, M., Finez, M. & Fernández, E. (2017). Sobre felicidad y su relación con tipos y rasgos de personalidad. *Articulo in press*, 1(1), 1-5. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1130527416300603>
- Morris, Ch & Maisto A. (2009). *Psicología*. México: Pearson.
- Moyano, E., Cornejo, F. & Gallardo, I. (2011). Creencias y conductas ambientales, liberalismo económico y felicidad. *Dialnet*, 14(2), 66-77. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5786588.pdf>
- Myers, D. (1993). *Pursuit of happiness*. HrperCollins, New York
- Nevid, J. (2009). *Psicología*. México: CENGAGE Learning
- Palaci, F. (2005). *Psicología de la organización*. España: Pearson/Prentice Hall

- Palau, M. (2008). Felicidad, Riqueza y movilidad social en Colombia. Una mirada crítica a las medidas subjetivas de bienestar. Tesis de Maestría. Bogotá. Universidad de los Andes.
- Papalia, D. & Wendkos, S. (1992). *Psicología del desarrollo*. México: Mc Graw Hill
- Papalia, D., Sterns, H., Feldman, R. y Camp, C. (2009). *Desarrollo del adulto y vejez*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Parra, C. (2000). La filosofía y el sabio Estoico: Examen de la virtud. *Revista redalyc*, 5, 27-35. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/979/97917880004.pdf>
- Pelechano, V., Gonzales, P., García, L. y Morán, C. (2013). Is it possible to be too happy? Happiness, personality and psychopathology. *Revista redalyc*, 13 (1), 18- 24. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/337/33725623003.pdf>
- Perdiguero, L., Herencias, P. y Paradela, A. (2016). La felicidad en el trabajo. *Revista electrónica de Adecco*, 1 (0). Recuperado de: <https://adecco.es/wp-content/uploads/notas-de-prensa/808.pdf>
- Pérez, B. y García, P. (2005). Grado de satisfacción de la población con los servicios de enfermería en un área de salud. *Revista cubana de enfermería*. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-3192005000200003&script=sci_arttext&tlng=en
- Pérez, B. y García, P. (2005). Grado de satisfacción de la población con los servicios de enfermería en un área de salud. *Revista cubana de enfermería*. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-3192005000200003&script=sci_arttext&tlng=en
- Pérez, L., López, N., Valdez, J., Gonzales, S. y Van, O. (2012). Validación de la Escala de Felicidad de Alarcón para adolescentes mexicanos. *Psicología Iberoamericana*, 20 (1), 71-79. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133924623008.pdf>

- Pinedo, N. y Carlos, G. (2016). Satisfacción Sexual y Felicidad en los Estudiantes del Programa de Educación Superior a Distancia. Tarapoto-Perú. Tesis de licenciatura en Psicología. Universidad Peruana Unión.
- Pishva, N., Ghalehban, M., Moravi, A. & Hoseini, L. (2011). Personality and Happiness. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, (30), 429-432. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.10.084>
- Poveda, Ó. (2015). Felicidad en América Latina; algunos determinantes socioeconómicos. *Revista de Antropología y Sociología: Virajes*, 17 (1), 253-273. Recuperado de: [http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/Virajes17\(1\)_12.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/Virajes17(1)_12.pdf)
- Punset, E. (2009). El segundo Informe del instituto Coca Cola de la felicidad.
- Reynaldo, A. (2009). *Psicología de la felicidad*. Perú: Ricardo Palma.
- Rodríguez, M. y Sánchez, A. (2001). *Holoterapia ciencia y arte de la felicidad*. México: Manual Moderno.
- Rojas, E. (2000). *La Felicidad Razonable*. Diario ABC (1 de Octubre).
- Roth, E. y Pinto, B. (2010). Síndrome de Burnout, Personalidad y Satisfacción Laboral en Enfermeras de la Ciudad de La Paz. *Revista redalyc*, 8(2), 62-100. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4615/461545466004.pdf>
- Salazar, T. (2016) Factores que determinan la rotación del personal de ventas en empresas retail. Recuperado de: http://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/66413/1/Salazar_Prado_Talia.pdf
- Schultz, D. y Schultz, S. (2009). *Teorías de la Personalidad: 9na edición*. Madrid. Editorial: Cengage Learning.
- Scorsolini, F. y Dos santos, S. (2010). El estudio científico de la felicidad y la promoción de la salud: revisión integradora de la literatura. *Latino-Am. Enfermagem*, 18(3), 192-200. Recuperado de: http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n3/es_25.pdf

- Segura, M. y Ramos, V. (2009). Psicología de la felicidad. *Revista de la universidad Unife*, 17(1), 9-22. Recuperado de: <http://www.unife.edu.pe/pub/revpsicologia/mdelcsegura.pdf>
- Seligman, M. (2002). *Aunthentic Happiness*. New York: Free Press.
- Seligman, M. (2011). *La auténtica felicidad*. Barcelona: B,S,A.
- Seligman, M. (2006). *Leard Optimism. How to Change Your Mid and Your Life*. United States: Vintage.
- Selim, J. (2016). Informe sobre desarrollo humano 2016. Estados Unidos: Programa de las naciones Unidas para el desarrollo-PNUD.
- Shin, D. & Johnson, D. (1978). Avowed Happiness as an overall assessment of the quality of life. 5(4) 475-492. Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1007%2FBF00352944>
- Soto, G., Ruiz, J. y Echavarría, J. (2012). *Gerencia de ventas*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Strack, F., Argyle, M., & Schwarz. (2011). *Subjective Well being*. Australia: Pergamon press plc
- Strusberg, G. (2017). La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario. Tesis de licenciatura en psicología. Lima-Perú. Pontificia Universidad Católica.
- Tubert, S. (2000). *Fundamentos del psicoanálisis*. Buenos Aires: EDAF.
- Undurruga, R. (2007). La felicidad en Chile: Una aproximación a sus determinantes. Tesis de licenciatura en psicología. Chile. Universidad de Chile.
- Valdiviezo, R. (2015). Rasgos de personalidad y niveles de adaptación en estudiantes de tercero de la ESO y primero de bachillerato. Tesis de licenciatura en Psicología. España. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=44928>

- Valenzuela, G. (2005). Valores y bienestar subjetivo en estudiantes voluntarios de una universidad privada de Lima. Para obtener el título profesional. Lima- Perú. Universidad Católica.
- Vargas, H. (2010). Estudio de los conceptos cotidianos de happiness y felicidad desde un enfoque probabilístico. Tesis doctoral. España. Universidad Autónoma de Madrid.
- Veenhoven, R. (2001). Quality of life and happiness: Not Quite The Same. 1(0) 67-95
Recuperado de: <https://personal.eur.nl/veenhoven/Pub2000s/2001e-full.pdf>
- Veenhoven, R. (2006) Study of Happiness: United States and International Perspectives. 79 (0) 421-436. Recuperado de: <https://repub.eur.nl/pub/16435/2006a-full.pdf>
- Veenhoven, R. (2006). How do we assess ow Happy We Are?. Hapiness. Estates Unites
- Velasco M (2014) Posición y condición de las mujeres y la equidad de genero. Reseña
- Veloso, C., Cuadra, A., Antezana, I., Avendaño, R. y Fuentes, L. (2013). Relación entre Inteligencia Emocional, Satisfacción Vital, Felicidad Subjetiva y Resiliencia en funcionarios de Educación Especial. *Revista Scielo*, 39(2), 355-366. Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/estped/v39n2/art22.pdf>
- Warr, P.(2013). Fuentes de felicidad e infelicidad en el trabajo: una perspectiva combinada. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 1(29), 99-106. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S157659621370015X>
- White, E. (1991). *Mente, carácter y personalidad tomo 1*. Argentina: ACES.
- White, E. (1993). *Mente, carácter y personalidad tomo 2*. Argentina: ACES.
- Yamamoto, J. (2015). Un modelo de bienestar subjetivo para Lima Metropolitana. Tesis de doctorado. Lima-Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.

Yamamoto, J. (2016). The social psychology of Latin American. *Handbook of Happiness Research in Latin America*, 31(49). Recuperado de <http://www.springer.com/us/book/9789401772020>

Young, I. (2001). Equality of Whom? Social Groups and Judgments of Injustice. *Revista Political philosophy*, 9(1), 1-18. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9760.00115/abstract>.

Anexo 1

Fiabilidad de la escala de felicidad

La fiabilidad global de la escala y de sus dimensiones se valoró calculando el índice de la consistencia interna mediante el coeficiente Alpha de Cronbach. La tabla 11 permite apreciar que la consistencia interna global de la escala (27 ítems) en la muestra estudiada es de ,922 que puede ser valorado como indicador de una elevada fiabilidad, ya que supera el punto de corte igual a ,70 considerado como indicador de una buena fiabilidad para los instrumentos de medición psicológica (Greenacre, 2008). Asimismo, se puede observar que los puntajes de fiabilidad en la mayoría de las dimensiones son aceptables.

Estimación de consistencia interna de la escala factorial de felicidad EFF

Sub dimensiones	Nº de ítems	Alpha
Sentido Positivo	11	.932
Satisfacción	6	.788
Realización Personal	6	.599
Alegría de Vivir	4	.768
Felicidad	27	.922

Anexo 2

Validez de la escala factorial de felicidad EFF

Como se observa en la siguiente tabla los coeficientes de correlación producto momento de Pearson (r) son significativos; lo que indica que la escala presenta validez de constructo. Igualmente, los coeficientes que resultan de la correlación entre las dimensiones son moderados y significativos en su mayoría, lo que indica que el inventario tiene validez de constructo.

Tabla

Correlación entre las dimensiones de escala factorial de felicidad EFF

Escalas	SP		S		RP		AV	
	r	p	r	P	r	p	r	P
Sentido Positivo	1		.378**	.000	.209**	.001	.488**	.000
Satisfacción			1		.565**	.000	.489**	.000
Realización Personal					1		.319**	.032
Alegria Vivir							1	

Anexo 3

Fiabilidad del inventario de personalidad

El inventario para la evaluación de rasgos de personalidad (240 ítems) obtiene un coeficiente Alpha de Cronbach de ,726 que puede ser valorado como indicador de una buena fiabilidad. Del mismo modo, se puede observar que los puntajes de fiabilidad en la mayoría de las dimensiones son aceptables.

Estimación de consistencia interna del inventario de personalidad NEO PI-R

Sub dimensiones	Nº de ítems	Alpha
Neurotismo	48	.780
Extraversión	48	.715
Apertura	48	.680
Amabilidad	48	.497
Responsabilidad	48	.850
Responsabilidad	48	.850
Rasgos de Personalidad	240	.726

Anexo 4

Validez del inventario de personalidad NEO Pi-R (de forma S)

En la tabla se presenta los coeficientes de correlación producto momento de Pearson (r). Las dimensiones son altamente significativas, a excepción de Apertura que es significativo. Asimismo, los coeficientes que resultan de las correlaciones entre las dimensiones son moderados y significativos en su mayoría, lo que indica que el inventario tiene validez de constructo.

Tabla 16

Correlación entre las dimensiones del inventario de personalidad NEO PI-R

Dimensiones	N		E		Ap		Am		R	
	r	p	r	p	r	p	r	p	r	p
Neurotismo	1		-	.000	-	.000	-	.000	-	.000
			.475**		.407**		.308**		.643**	
Extraversión			1		.523**	.000	.271**	.000	.588**	.000
Apertura					1		.136*	.032	.391**	.000
Amabilidad							1		-	.000
									.355**	
Responsabilidad									1	