UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Felicidad y Compromiso Organizacional en Millennials de una Entidad Financiera de Lima Metropolitana

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado académico de Maestro en Administración de Empresas

AUTORES

Cornejo Lanao, Marcela María(0000-0002-7208-2987)

De la Torre Povis, Cynthia Luz(0000-0001-6930-8589)

Galindo Julián, Evelyn Tatiana (0000-0002-7650-311X)

Shiroma Díaz, Romy Viviana (0000-0002-4953-7736)

ASESOR

Ramos Matías, Moises (0000-0002-1971-2281)

Lima, 6 de diciembre de 2019

DEDICATORIAS

A mis padres por su cariño, paciencia, y motivación, por apoyarme en este proceso y transmitirme su amor por el conocimiento e investigación. A mis hermanas por su apoyo y aliento. A mis sobrinos, por su energía y esperanza.

Marcela Cornejo Lanao

A mi madre Ana quien me enseñó el valor de la perseverancia para alcanzar tus sueños y a mi hijo Gustavo quien, con su cariño, me inspira a ser mejor cada día.

Evelyn Galindo Julián

A mis padres por su amor, confianza y ejemplo de vida. A mi esposo, por su apoyo incondicional en este proceso y por ser el socio en la conquista de mis sueños.

Cynthia De la Torre Pavis

A mis padres por su confianza y por su aliento constante en este proyecto. A mi esposo Jorge y mi hermana Mónica por su apoyo incondicional. Para mis hijas Suemi y Airi, en quienes he encontrado mi sentido de vida y motivación.

Romy Shiroma Díaz

AGRADECIMIENTOS

A nuestro asesor de tesis, profesor Moisés Ramos, por su tiempo, y aliento en el proceso de asesoría.

A nuestros compañeros del MBA, de los cuales aprendimos tanto de su conocimiento como de su experiencia.

A las personas que nos apoyaron en el proceso de aprendizaje. Gracias por las discusiones y aportes a este producto de investigación.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de describir la felicidad y compromiso organizacional de millenials de una entidad financiera de Lima. El método del estudio es descriptivo-correlacional, de diseño no experimental transversal.

Esta investigación utilizó dos instrumentos de medición. El primero fue la Escala de Felicidad de Lima (Alarcón, 2006) y el segundo la Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (1993). El estudio evaluó a 94 colaboradores, de los cuales 41 fueron mujeres y 53 hombres. En relación a su permanencia en el Banco, 29 tenían menos de 1 año (y más de 6 meses), 29 entre 1 a 3 años, y 36 más de 4 años. Según su categoría ocupacional, 13 eran jefes, 49 profesionales y 31 ocupaban cargos iniciales. Los resultados obtenidos en el análisis estadísticos señalan una correlación fuerte entre los constructos de Felicidad y Compromiso Organizacional (0.80), así como correlaciones fuertes entre las dimensiones de Compromiso Afectivo (0.87) y Compromiso de Continuidad (0.76) con Felicidad. Se encontró una correlación moderada entre la dimensión de Compromiso Normativo y Felicidad (0.28). En cuanto a las dimensiones de Felicidad, se halló una correlación fuerte entre Compromiso Organizacional y Alegría de Vivir (0.80), y Compromiso Organizacional y Satisfacción con la Vida (0.76). Por otro lado, se identificó una correlación moderada fuerte entre Compromiso Organizacional y Realización Personal (0.69) y una correlación moderada entre Compromiso Organizacional y Sentido Positivo de la Vida (0.33).

Palabras clave: compromiso organizacional, felicidad, millennials, generaciones, recursos humanos.

ABSTRACT

This research was conducted with the purpose of describing the happiness and organizational commitment of millennials of a financial institution in Lima. The study method is descriptive-correlational, non-experimental cross-sectional design.

This research used two measuring instruments. The first was the Lima Happiness Scale (Alarcón, 2006) and the second was the Meyer and Allen Organizational Commitment Scale (1993). The study evaluated 94 collaborators, of which 41 were women and 53 men. In relation to their stay at the Bank, 29 were less than 1 year (and more than 6 months), 29 between 1 to 3 years, and 36 more than 4 years. According to their occupational category, 13 were bosses, 49 professionals and 31 held initial positions. The results obtained in the statistical analysis indicate a strong correlation between the constructs of Happiness and Organizational Commitment (0.80), as well as strong correlations between the dimensions of Affective Commitment (0.87) and Continuity Commitment (0.76) with Happiness. A moderate correlation was found between the Normative Commitment and Happiness dimension (0.28). Regarding the dimensions of Happiness, a strong correlation was found between Organizational Commitment and Joy of Living (0.80), and Organizational Commitment and Satisfaction with Life (0.76). On the other hand, a strong moderate correlation was identified between Organizational Commitment and Personal Achievement (0.69) and a moderate correlation between Organizational Commitment and Positive Sense of Life (0.33).

Keywords: organizational commitment, happiness, millennials, generations, human resources.

TABLA DE CONTENIDOS

	Pág.
Capítulo 1: Compromiso Organizacional y Felicidad.....	1
1.1.1. Compromiso Organizacional	1
1.1.2. Modelo de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen.....	2
1.1.3 Compromiso organizacional y su impacto en las organizaciones	3
 1.2 Felicidad	 5
1.2.1 La psicología positiva.....	5
1.2.2 Modelo de Felicidad de Alarcón	6
1.2.3 Felicidad y su impacto en las organizaciones	8
 1.3 Millennials	 9
 1.4 Planteamiento del problema.....	 13
1.4.1 Objetivos.....	17
 Capítulo 2: Metodología.....	 19
2.1 Nivel y tipo de Investigación.....	19
2.2 Participantes.....	19
2.3 Instrumentos.....	22
2.3.1 Escala de Felicidad de Lima	22
2.3.2 Escala de Meyer y Allen	24
2.4 Procedimiento.....	27

Capítulo 3: Resultados	29
------------------------------	----

Capítulo 4: Discusión.....	53
----------------------------	----

Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones.....	59
---	----

Referencias Bibliográficas.....	63
---------------------------------	----

Anexos

Anexo 1: Test de Felicidad de Lima de Alarcón

Anexo 2: Test de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la muestra por la variable género.....	20
Tabla 2: Distribución de la muestra por la variable tiempo de permanencia.....	21
Tabla 3: Distribución de la muestra según la variable categoría ocupacional.....	21
Tabla 4: Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de la Felicidad según Alarcón.	22
Tabla 5: Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de Compromiso según Meyer y Allen.....	24
Tabla 6: Estadísticos de fiabilidad del compromiso organizacional.....	26
Tabla 7: Descriptivos y coeficientes de consistencia interna de las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional.....	29
Tabla 8: Coeficientes de correlación de Spearman entre Felicidad y Compromiso organizacional y sus dimensiones.....	32
Tabla 9: Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según género.....	34
Tabla 10: Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según nivel jerárquico.....	37
Tabla 11: Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según tiempo de permanencia.....	40
Tabla 12: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Sentido positivo de la vida.....	42
Tabla 13: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión Satisfacción con la vida.....	43
Tabla 14: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Realización personal.....	44
Tabla 15: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Alegría de vivir....	46

Tabla 16: Frecuencias y porcentajes de los niveles en Felicidad.....	47
Tabla 17: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Compromiso afectivo.....	48
Tabla 18: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Compromiso normativo.....	49
Tabla 19: Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Continuidad.....	50
Tabla 20: Frecuencias y porcentajes de los niveles en Compromiso Organizacional.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según el género.....	35
Figura 2. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según el nivel jerárquico.....	38
Figura 3. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según el tiempo de permanencia.....	41
Figura 4. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Sentido positivo de vida.....	43
Figura 5. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Satisfacción con la vida.....	44
Figura 6. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Realización personal...	45
Figura 7. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Alegría de vivir.....	47
Figura 8. Porcentajes en barras de los niveles de Felicidad.....	48
Figura 9. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión Compromiso afectivo.....	49
Figura 10. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Compromiso normativo.....	50
Figura 11. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Continuidad.....	51
Figura 12. Porcentajes en barras de los niveles de Compromiso organizacional.....	52

CAPÍTULO 1. COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y FELICIDAD

1.1 Compromiso Organizacional

1.1.1. Definiciones de Compromiso Organizacional

El compromiso organizacional es un constructo multidimensional que ha sido ampliamente estudiado y conceptualizado. De acuerdo a Gutiérrez, Ramírez y García (2012) las investigaciones realizadas sobre este constructo iniciaron a partir de 1960, incrementándose en la siguiente década, con la creación de modelos que buscaban entenderlo con mayor profundidad. De esta manera, conforme las investigaciones fueron avanzando, diferentes autores han clasificado el compromiso organizacional en 3 perspectivas: perspectiva de intercambio social, perspectiva psicológica y la perspectiva de atribución.

a. Perspectiva social, el creador de la principal teoría de esta perspectiva fue Becker, quien en 1960 definió el compromiso organizacional como el “vínculo que establece el individuo con su organización, fruto de las pequeñas inversiones realizadas a lo largo del tiempo”. De acuerdo a esta perspectiva, el compromiso se forma por la relación de intercambio instrumental producida entre la persona y la organización. Podemos mencionar como ejemplo: cuando se pondera un buen seguro social o una remuneración atractiva, lo que significaría una pérdida si se dejara de trabajar.

b. Perspectiva psicológica, concibe al compromiso organizacional como la identificación de la persona con la empresa, la cual se caracteriza por un deseo intenso de pertenecer a la organización, de esforzarse para beneficiar a la empresa, y una creencia y aceptación de los valores y objetivos organizacionales como suyos. Las personas con compromiso organizacional demuestran afinidad psicológica intensa con la organización y

permanecen por las recompensas psicológicas que pueden recibir de la empresa (Mathieu y Zajac, 1990 citado por Betanzos y Paz, 2007).

c. **Perspectiva de atribución**, en este enfoque, el compromiso organizacional es definido como una obligación adquirida por el trabajador (Reichers, 1985). Este enfoque incluye el uso de la ética laboral, definida como la responsabilidad que nace del interior del individuo y que lo impulsa a hacer el mayor esfuerzo posible por realizar un buen trabajo (Varona, 1993).

1.1.2. Modelo de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen

En 1991, Meyer y Allen analizaron las perspectivas descritas, concluyendo que las tres concuerdan en considerar el compromiso como: i) un estado psicológico que describe la relación del empleado con la organización y ii) un factor que impacta en la decisión del empleado de continuar o desistir como miembro de la misma.

Para efectos de la presente investigación, el abordaje se centra en la teoría de compromiso organizacional propuesta por estos autores, en cuyo modelo se integran las tres perspectivas mencionadas. Ellos señalan que el compromiso organizacional está compuesto por tres dimensiones:

a) **Compromiso de continuidad**, está referido a la conciencia de parte del empleado, sobre los costos asociados con el abandono a la organización. Es así que el colaborador analiza y pone en una balanza aquello que gana de la empresa y lo que podría ganar si la deja, tomando en cuenta los esfuerzos invertidos, el costo de aprender habilidades nuevas, el integrarse a un nuevo círculo social, el estatus del puesto, entre otros; siendo la conveniencia el factor que

motive su decisión de permanencia. De esta manera, los empleados cuyo compromiso predominante es el de continuidad, se mantienen en ella porque les conviene hacerlo.

b) Compromiso normativo, está asociado al deber moral que siente el empleado hacia la organización, a modo de reciprocidad por los beneficios que recibe de ella. Esto condiciona su sentimiento de obligación de permanencia; y si bien impulsa un desempeño competente, no hay una alta implicación motivacional. Los empleados con alto nivel de este compromiso sienten que deberían quedarse en la organización.

c) Compromiso afectivo, alude a los vínculos emocionales que el empleado desarrolla con la organización, principalmente por las experiencias laborales positivas (Jaros, 2007). De acuerdo con los autores, este vínculo está relacionado con la percepción de las características objetivas y subjetivas de la organización y de cómo éstas satisfacen sus necesidades y expectativas de motivación profesional y éxito organizacional. Los empleados con fuerte compromiso afectivo continúan su relación laboral porque quieren hacerlo.

1.1.3. Compromiso organizacional y su impacto en las organizaciones

En los últimos años se ha observado una creciente tendencia a que las organizaciones desarrollen programas y estrategias para incentivar el compromiso organizacional en los colaboradores; ello debido a que numerosas investigaciones han encontrado asociación entre esta variable y algunos importantes indicadores de gestión tales como: rotación, productividad, desempeño, entre otros.

En este sentido, en el 2002, Thatcher, Stepina y Boyle (citado en Hernández, Hernández y Mendieta, 2013), elaboraron un modelo cuyo enfoque se centró en el compromiso

organizacional como principal predictor de la intención de la rotación de personal. De acuerdo a sus resultados, el compromiso organizacional tiene una relación negativa con la intención de rotación de personal; y a su vez, la intención de rotación predice la rotación real. Es decir, en tanto una persona se encuentre más comprometida, habrá una tendencia menor a dejar la organización.

En esta misma línea, a nivel nacional, Bustamante (2016) investigó el compromiso organizacional e intención de rotación laboral en el sector de cementeras en Arequipa, encontrando que el compromiso afectivo y normativo presentan una relación inversa con la intención de rotación. Es decir, en tanto los empleados de esta empresa, se sienten más comprometidos como producto de los vínculos emocionales positivos, así como por el sentimiento de obligación moral generado por la reciprocidad que sienten hacia ella, existe una menor posibilidad de que dejen la organización.

Asimismo, de acuerdo con Robbins (2004), diversos estudios demuestran que el grado de compromiso organizacional es el mejor predictor de la rotación, dado que es una respuesta general y duradera a la empresa en conjunto. No obstante, el mismo autor hace referencia a la necesidad de actualizar estas investigaciones, pues como producto de la nueva dinámica organizacional, el compromiso con la organización es hoy menos importante que antes. Menciona que "en su lugar, esperaríamos que algo semejante al compromiso con la profesión se convierta en una variable más pertinente porque expresa mejor la fuerza laboral variable de nuestros días".

Por otro lado, también encontramos que el compromiso se relaciona de manera positiva con el rendimiento de los colaboradores (Mehech, Cordero, & Gómez, 2016). Entre las

investigaciones nacionales, se ha encontrado una alta correlación positiva entre las variables compromiso organizacional y productividad. Esto se demostró en las tesis de Zapata (2018) quien investigó ambos constructos en una entidad pública, conclusión reforzada por Zavaleta (2019) quien estudió ambas variables en empresas mineras no metálicas. La coincidencia de estos hallazgos en empresas de diferentes rubros y características culturales, hace pensar que esta correlación es generalizable a diferentes poblaciones, siendo que, a mayor compromiso organizacional se presenta también una mayor productividad; dato relevante a tomar en cuenta al momento de argumentar en las razones del por qué se debe incluir la gestión del compromiso laboral como una variable a trabajar en la organización.

A pesar de que cada vez más se reconoce la importancia del compromiso organizacional por el impacto positivo que genera en diferentes variables del negocio, aún se constituye como uno de los principales retos a gestionar en las empresas en la actualidad, dado que se ha demostrado que hay una mayor intención de rotación y que las personas consideran permanecer en sus empresas por un periodo menor de tiempo que en décadas pasadas.

1.2. Felicidad

El concepto de felicidad ha sido ampliamente estudiado por diferentes autores quienes han tratado de explicar la misma desde concepciones filosóficas, psicológicas y sociales. La presente investigación se centra en el concepto de felicidad de Reynaldo Alarcón, cuyo enfoque pertenece a la corriente de la psicología positiva descrita a continuación.

1.2.1 La psicología positiva

La Psicología positiva es una corriente de pensamiento psicológico actual, presentada en 1998 por Martin Seligman. Surge como una respuesta a la psicología de la posguerra, centrada en el estudio de las patologías y en los aspectos negativos del ser humano y propone complementar este enfoque con uno orientado a entender la subjetividad intrínseca positiva del ser humano.

Al enfocarse en estos aspectos, uno de los grandes aportes de la psicología positiva ha sido ayudar a entender cómo el sentimiento de bienestar o felicidad es duradero en las personas (Seligman, Steen, Park y Peterson, 2005). Se propone además que la base de la creación y mantenimiento de la felicidad es la interpretación subjetiva positiva de factores objetivos.

Actualmente hay evidencia de que las emociones positivas tienen un impacto favorable en la salud y bienestar, además de favorecer el crecimiento personal, contribuyendo al sentimiento de satisfacción con la propia vida, tener esperanza y ser optimista, así como autoperibirse más feliz (Fredrickson, 2001; Fernández-Abascal y Palmero, 1999, citados por Contreras y Esguerra 2006).

Diener y Seligman (2002) encontraron que las personas que puntuaron alto en una escala de felicidad fueron más sociables y mantuvieron relaciones afectivas y sociales más estables que las personas que puntuaron bajo en la misma escala.

Seligman y Csikszentmihalyi (2000) refieren en esta corriente un estudio en dos niveles: a nivel individual (referido a los rasgos individuales positivos como la capacidad de amar, perdón, originalidad, espiritualidad, sabiduría) y a nivel grupal (virtudes cívicas y características como la responsabilidad, altruismo, ética).

1.2.2. Modelo de Felicidad de Alarcón:

Reynaldo Alarcón (2006) planteó una definición de felicidad basada en las teorías filosóficas griegas de la felicidad, específicamente de Aristóteles y Epicuro, así como las teorías de la investigación de la felicidad o *subjective well-being* de Diener y Seligman. Este autor concibe la felicidad como “un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado”.

Asimismo, describe las características de una conducta feliz:

- Se señala que la felicidad es un sentimiento de satisfacción que se vive de manera interna e individual.
- Es un estado de la conducta, por tanto tiene un carácter temporal.
- La felicidad es la posesión de un bien anhelado, este bien puede ser de una naturaleza variada, dado que la persona le asigna un valor determinado, no necesariamente posee un valor intrínseco y por ello no es deseado por todas las personas por igual o no genera la misma felicidad en todos.
- Puede ser que en un tiempo, coyuntura o sociedad determinada, pueda coincidir los anhelos de manera colectiva y desear un bien específico.

En 2006, Alarcón creó la Escala de Felicidad de Lima, la cual está compuesta por cuatro factores:

1. Sentido Positivo de la Vida: Este factor indaga sobre la ausencia de estados depresivos, fracaso, pesimismo, intranquilidad y vacío existencial (Alarcón, 2015)
2. Satisfacción con la vida: Expresa el grado de satisfacción de la persona con las metas alcanzadas, cuya naturaleza se encuentra en el contraste entre las metas y la percepción de

logro de esas metas (Seligman, 2004, citado en Alarcón, 2009). Dicho de otro modo, “evalúa los estados subjetivos de satisfacción por la posesión de los bienes deseados (que pueden ser de distinta naturaleza). Expresa complacencia con lo que se ha alcanzado. La persona cree que está donde tiene que estar o porque se encuentra cerca de alcanzar el ideal de su vida. Esta dimensión incluye expresiones como: “me siento satisfecho con lo que soy actualmente” (Alarcón, 2015).

3. Realización personal: Expresa lo que puede llamarse felicidad plena y no un estado temporal del estar feliz. Expresiones como “me considero una persona realizada”, “creo que no me falta nada” y “si volviese a nacer no cambiaría casi nada mi vida” forman parte de esta dimensión (Alarcón, 2015).

4. Alegría de vivir: Se refiere al “optimismo y la alegría como expresión de la felicidad. En términos generales, el optimismo es la tendencia a esperar que el futuro depare resultados favorables, lo que nos ayuda a hacer frente a los problemas con una actitud positiva” (Seligman, 2004, citado en Alarcón, 2009). En el campo de la Psicología Positiva, el optimismo constituye un tema de interés, en la medida que la orientación que se le da a la vida estará marcada por esta característica disposicional.

1.2.3 Felicidad y su impacto en las organizaciones

La felicidad organizacional es un aspecto importante a gestionar en las empresas dado que se ha demostrado que genera un impacto positivo en factores como la rentabilidad, calidad en el servicio, excelencia operacional, y bienestar subjetivo (Fernández, 2015). Asimismo, desde la mirada de los colaboradores, también es importante experimentar felicidad en el ambiente laboral, dado que pasan gran parte de su tiempo en este lugar.

La relación entre la felicidad y trabajo es una interacción compleja y dinámica que se da en ambas direcciones. Las investigaciones muestran que el trabajo no solo es impulsor de la felicidad, sino que puede ayudar a moldear los resultados del mercado laboral. Ser feliz en el trabajo no es solo un asunto personal, también es económico (De Neve y Ward, 2017).

En relación con los factores que fomentan felicidad en los empleados, se ha encontrado que el equilibrio entre trabajo y vida personal es un predictor importante. Otros factores incluyen la variedad de trabajo, oportunidades de aprendizaje, y autonomía. La seguridad laboral y capital social (apoyo que uno recibe de sus compañeros de trabajo) correlaciona positivamente con la felicidad, mientras que los trabajos que implican riesgos para la salud y seguridad están asociados con niveles más bajos de felicidad.

En relación a lo anterior, uno de los hallazgos de la Encuesta Mundial Gallup (The World Happiness Report) confirma que el trabajo que te hace feliz es una de las claves más importantes para conseguir el éxito personal (De Neve y Ward, 2017).

Por otro lado, las organizaciones son conscientes que la felicidad de sus trabajadores impacta en su desempeño, es por ello que buscan gestionarla. Coca Cola es un ejemplo de ello, ya que la felicidad forma parte de su cultura organizacional. En el 2007 en España y 2011 en Chile, se creó el Instituto de Felicidad Coca Cola, cuya misión es mejorar la calidad de vida a través del estudio de variables e iniciativas que impactan en el bienestar de las personas, con base en un comité conformado por un equipo multidisciplinario y mediante el uso de su instrumento de medición llamado Barómetro de la Felicidad (Baldeón, Bustamante, Mogollón y Seijas, 2018).

1.3 Millennials

No existen fechas precisas del comienzo o término de la generación “Y” o Millennial. Para la presente investigación, se emplea el rango elegido por diversos expertos, que los sitúan en años de nacimiento que van desde la década de 1980 hasta principios del año 2000 (Begazo y Fernández, 2015).

En la actualidad los millennials a nivel mundial, representan aproximadamente el 35% de la fuerza laboral. En relación a nuestro contexto, el organismo del Gobierno Peruano CEPLAN ha proyectado que, para el 2025, la PEA del Perú estará conformada sobretodo por millennials, ya que representarán alrededor de 7 millones de personas; de la misma manera, indican que para el 2025 al 2030, más del 60% de la fuerza laboral estará conformada por nativos digitales (Begazo y Fernández, 2015). Es por esta razón que conocer las características de esta generación, sus percepciones del mundo laboral y sus expectativas con respecto al mismo es clave para gestionarla de manera efectiva en las organizaciones.

La información investigada sobre esta población es diversa, sin embargo, aún son muchas las interrogantes sobre esta generación (Penagos y Rubio, 2015). Generalmente, la literatura proviene de contextos internacionales como Estados Unidos y países europeos. Si bien esta información amplía el panorama, también presenta algunas limitaciones, pues podría sesgar la comprensión de millennials en poblaciones específicas como la peruana. Los millennials norteamericanos o extranjeros no “necesariamente” tienen la misma forma de pensar y actuar que los peruanos de dicha generación (Penagos y Rubio, 2015).

En Perú, según el artículo publicado por Begazo y Fernández: “Los millennials peruanos: características y proyecciones de vida” (2015), se concluye que los millennials peruanos de segmentos socioeconómicos C y D no necesariamente conservan los mismos patrones observados en sus coetáneos occidentales, como los estadounidenses. Sin embargo, los

millennials peruanos de las clases socioeconómicas A y B sí muestran considerables semejanzas como: la impaciencia, fidelidad a su carrera (versus a la empresa), movilidad laboral multisectorial y multicategoría. Añaden, que inclusive dentro de la generación Y peruana, los mayores se comportan como “X” y solo los jóvenes y adinerados como “Y” (Valdiviezo, 2014).

En cuanto a los millennial y su compromiso con las organizaciones, destaca la investigación de “Motivaciones y Expectativas” en millennials realizada en 2013 por la consultora ER Ronald , cuyo objetivo fue comprobar similitudes -en términos laborales- de la muestra peruana con la de millennials del mundo occidente. Se encuestó a millennials profesionales peruanos y se identificó que 44% optaba por la flexibilidad horaria, coincidiendo con una de las principales características de esta generación. Por otro lado, en el estudio Employer for Youth, realizado por First Job y Adecco (2019), en la cual encuestaron a jóvenes profesionales millennials, se identificó que las oportunidades de aprendizaje y desarrollo eran el principal atributo que habían tomado en cuenta para seleccionar a las empresas en las que trabajaban. Ello corrobora los planteamientos de otros estudios en donde se señala que esta generación estaría comprometida más con su desarrollo profesional que con la organización en sí y que sólo se generaría esta fidelización si es que la empresa le puede ofrecer estas posibilidades alineadas a sus expectativas. Asimismo, esto explicaría su disposición para rotar con mayor rapidez de puesto de trabajo. De acuerdo a un estudio realizado por Deloitte (2019), señala que un 75% de los encuestados espera cambiar de puesto de trabajo en dos años. De la misma manera, en un estudio realizado por la consultora ER Ronald en 2013 identificó que, en cuanto a la motivación de los entrevistados para cambiar de trabajo, un 27% opinó que lo hizo para experimentar diferentes áreas, y un 26% para recibir mayor capacitación. El aumento salarial no resultó ser un factor crítico, ya que solo 4% lo consideró un motivo. En cuanto al tiempo que piensan invertir en una empresa o puesto, 47% contestó

que permanecerá entre 3 y 5 años en una misma empresa, y en promedio solo 2 años en un mismo puesto (Penagos y Rubio, 2015).

Por otro lado, una encuesta sobre la generación millennial a nivel nacional, publicada en Semana Económica (2017), en colaboración con IPSOS APOYO, muestra resultados diferentes a los de Penagos y Rubio (2015). El informe da a conocer que el dinero y la estabilidad laboral sí les interesa a la mayoría de millennials peruanos. En general, los millennial peruanos encuestados responden que permanecerán en un centro laboral por dinero y que el nivel de sueldo es uno de los tres principales factores que le interesa al momento de buscar un trabajo. La encuesta también concluye que la generación Y peruana está dispuesta a trabajar más horas a fin de ascender más rápido (Begazo y Fernández, 2015). Ambos estudios comparten el resultado de registrar que una motivación para los millennials peruanos es el desarrollo profesional pleno, el cual se relaciona con hacer lo que le apasiona, más que con convertirse en un experto en su campo.

Por otro lado, adicionalmente a estas características, encontramos que la generación millennial tiene una percepción diferente con respecto al mundo laboral que las generaciones que la preceden. En este sentido, en el estudio realizado por Deloitte (2019) en donde se entrevistaron a 310 millennials, se identificó que un 63% pensaba en emprender su propio negocio y que un 93% piensa unirse a una economía gig. Por lo tanto, se podría estar observando una creciente tendencia a orientarse a otro tipo de empleos diferentes a los empleos “convencionales”.

Estas características representan un reto para las organizaciones en la actualidad, dado que no solamente tendrán que generar estrategias alineadas a estas expectativas para atraer y fidelizar talento, sino que, posiblemente, tengan que replantearse modalidades diferentes de contratación y empleo.

En cuanto a los estudios realizados sobre el tema de felicidad en millennials en Perú, Martínez, Mendoza, Parina y Román (2018) desarrollaron una tesis sobre la felicidad de los millennials en Lima Metropolitana, en la cual se tomó una muestra de 385 participantes y se aplicó la Escala de Felicidad de Lima (Alarcón, 2009). Los resultados muestran que no se encontraron diferencias significativas en los niveles de felicidad en las variables de estado civil, género, rangos de edad o estado ocupacional. sin embargo, según el nivel socioeconómico, presentaron menor nivel de felicidad quienes pertenecen al NSE A, seguido del NSE E. Las personas con mayores índices de felicidad pertenecen a los niveles B y C. Estos resultados demuestran que no necesariamente tener un mayor ingreso genera mayor felicidad en las personas (Parodi, 2018).

En otro estudio realizado por Strusberg (2017) en su tesis: La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario, se propuso estudiar la manera en que los jóvenes peruanos que trabajan de manera remunerada y, a su vez, participan de un trabajo como voluntario, experimentan la felicidad bajo el concepto de Martin Seligman (2003), en la cual se señalan tres tipos de felicidad: Vida Placentera, Vida Comprometida y Vida con Sentido. En este estudio, se utilizó una metodología de investigación cualitativa con un diseño fenomenológico por el cual se analizaron las experiencias subjetivas de felicidad de cuatro jóvenes y se identificó las diferencias y similitudes de la experiencia percibida de felicidad en función al trabajo voluntario y remunerado. Los resultados concluyeron que los participantes conciben al trabajo como un “espacio proveedor de emociones y sentido a modo de recompensa emocional por encima de la retribución monetaria que obtienen”, por lo cual ambos espacios se integran para lograr autotranscendencia. Sin embargo, se encontró que en el trabajo voluntario se vivencian emociones asociadas a la felicidad de manera más intensa que en el trabajo remunerado.

1.4 Planteamiento del Problema

El motivo principal de la existencia de las organizaciones es cumplir un objetivo o fin superior, el mismo que es llevado a cabo por los colaboradores de la organización. Es así como lo definen los investigadores de Hodge, Anthony y Gales (2003) “Las organizaciones son sistemas humanos de cooperación y en coordinación acoplados dentro de unos límites definidos para perseguir metas y objetivos compartidos”.

Además, dentro de un contexto organizacional sistémico, son las áreas de recursos humanos las designadas para proponer políticas y programas que busquen alinear la contribución individual de los colaboradores con el propósito de la organización, para así cumplir con las metas y los objetivos propuestos.

Esta contribución individual de los colaboradores, que se traduce en la empresa en productividad, ha sido estudiada para conocer los factores que la impulsan. El metanálisis llevado a cabo por los investigadores: Harter, Schimdt, Killham y Agrawal (Gallup, 2006) estudió la relación entre compromiso organizacional y desempeño organizacional, que comprende factores como: lealtad del cliente, rentabilidad, productividad, rotación, incidentes de seguridad, restructuración, ausentismo y defectos de calidad. Se concluyó que existe una relación alta y generalizable en las organizaciones para compromiso y desempeño organizacional.

Dado los hallazgos de las investigaciones que encuentran esta fuerte relación, desde el campo de la gestión del comportamiento organizacional, se han desarrollado varios mecanismos para

promover la productividad de los empleados desde la gestión del compromiso organizacional. No obstante, la base sobre la que se cimentan estos mecanismos y herramientas deben ser revisados y adaptados de acuerdo con las necesidades y características específicas de los colaboradores a quienes van dirigidos dichos programas, en pro de acertar en lo que dicha población requiere para lograr una mejor desempeño.

En adición a lo señalado, en los últimos años la fuerza laboral ha recibido ingreso masivo de colaboradores con características específicas claramente diferenciadas de las generaciones anteriores, a quienes la literatura ha nombrado millennials. Este ingreso masivo sumado a la transformación de las comunicaciones, ha implicado que la administración de los recursos humanos enfrente retos constantes de diversidad, globalización y tecnología (Werther y Davis, 2008).

En nuestro contexto, los trabajadores millennials representan aproximadamente un 35% de la fuerza laboral peruana, no obstante, en la actualidad no hay abundancia de estudios orientados a comprender sus necesidades y motivaciones, y cómo éstas se relacionan con el compromiso laboral. Entre las investigaciones que abordan estas variables, podemos mencionar a Espinoza, Alegre, Huamantínco, Santos y Solís (2018), quienes llevaron a cabo un estudio cuyo objetivo fue conocer el compromiso organizacional de los millennials en un hotel de prestigio con sede en Lima, obteniendo como resultado que su compromiso organizacional es preponderantemente afectivo. Asimismo, identificaron cinco factores de influencia en el compromiso en el hotel en estudio, estos fueron determinados sobre la base de la valoración de los directivos y las percepciones de los millennials, así como de los estudios empíricos realizados. Los cinco factores son: el desarrollo profesional, el liderazgo, la cultura organizacional, el clima laboral y la motivación.

A pesar que se ha demostrado que el compromiso organizacional es un factor que impacta de manera positiva en diferentes resultados a nivel organizacional, en la actualidad se constituye como uno de los principales desafíos para las organizaciones el poder gestionarla de manera efectiva. En 2015, Deloitte presentó el estudio de Tendencias Globales de Capital Humano, donde menciona que el 87% de las empresas peruanas considera que la falta de compromiso es su principal problema y el 60% de ellos indicaron no contar con un programa adecuado para la medición y perfeccionamiento del compromiso laboral. Esto se refleja de manera práctica en los altos niveles de rotación que presentan algunas organizaciones, especialmente en la población millennials que, a diferencia de las generaciones antecesoras, muestran mayor disposición de buscar nuevas opciones laborales si es que su empresa no le ofrece las posibilidades o los beneficios que puedan satisfacer sus demandas y expectativas. Es por ello de vital importancia que las empresas inviertan esfuerzos en conocer aquellos factores que se asocien al compromiso organizacional en estas poblaciones para generar diversas estrategias que permitan atraer, fidelizar y desarrollar al factor humano para alcanzar los objetivos organizacionales.

En este sentido, entre los factores que se ha identificado que tienen una alta correlación con el compromiso organizacional es la felicidad. En nuestro medio, se han realizado diferentes investigaciones que han tratado de encontrar esta asociación como las tesis de Palmadera (2018), quien investigó la correlación entre felicidad y compromiso organizacional en trabajadores de la sede central de Serpost, e identificó que existía una correlación positiva y alta entre estas variables. Por otro lado, Coronado, Olórtégui y Pérez (2019) en su investigación sobre felicidad y compromiso organizacional en una empresa del sector farmacéutico concluyeron que el compromiso organizacional, principalmente por su componente afectivo, tiene una relación directa moderadamente alta con la felicidad, especialmente con la dimensión de satisfacción con la vida. Sin embargo, existe relación

directa y moderadamente débil entre la felicidad del colaborador y el componente continuo del compromiso organizacional, lo que sugiere que el trabajador está dispuesto a cambiar de empleo sin importar su tiempo de permanencia. Sin embargo, cabe recalcar que estas investigaciones tomaron en cuenta colaboradores de diferentes investigaciones y, dada las características de los millennial anteriormente mencionadas y sus diferencias en cuanto a las concepciones que tienen acerca de la felicidad y el mundo laboral, nos preguntamos si es que existirá esta correlación en estos aspectos tomando en consideración solo a esta población. El encontrar una posible respuesta a este cuestionamiento, podría aportar al conocimiento de la dinámica de estos dos conceptos y considerar la conveniencia de generar estrategias diferenciadas para lograr su compromiso.

1.4.1 Objetivos

Objetivo general

Identificar la relación entre felicidad y compromiso organizacional en colaboradores millennials de una entidad financiera.

Objetivos específicos

- Identificar la relación existente entre el compromiso organizacional y las dimensiones de felicidad de los colaboradores.
- Identificar la relación que existe entre felicidad y los componentes que integran el compromiso organizacional de los colaboradores.
- Medir y comparar la felicidad y compromiso organizacional según las siguientes variables demográficas: Género, Categoría Ocupacional y Tiempo de Permanencia.

1.4.2 Limitaciones del presente estudio

- Dado que la investigación se realizará en una entidad financiera peruana, podrían haber diferencias con poblaciones de colaboradores de otros sectores, por lo que los resultados no pueden ser generalizables.
- Si bien la muestra incluye a colaboradores de la generación millennial, ésta se restringe a Lima Metropolitana, por ende, podrían encontrarse diferencias con poblaciones de otras ciudades, cuyas características y expectativas podrían ser diferentes a las de la población investigada.
- Los participantes pueden demostrar deseabilidad social al momento de responder las preguntas de las pruebas aplicadas. Sin embargo, para mitigar lo anterior, se cuidó en el procedimiento comunicar a los participantes que las encuestas eran parte de una investigación y que se garantiza la confidencialidad y anonimato de sus respuestas.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1 Nivel y tipo de Investigación

La investigación realizada fue de tipo descriptivo - correlacional y de diseño transversal. De acuerdo a Bernal (2010), se considera de tipo descriptivo porque se seleccionan las características fundamentales del objeto de estudio y se realiza una descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto. Asimismo, se considera de tipo correlacional porque busca conocer la relación o asociación existente entre las variables; y de diseño transversal, debido a que la información de la muestra se observó en un solo momento del tiempo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

2.2 Participantes

La población estuvo conformada por la totalidad de colaboradores millennial, de la sede Lima de una entidad financiera; cuyo número ascendió a 124 trabajadores. Los criterios de inclusión para la delimitación poblacional fueron los siguientes:

- Rango de edad: 24 – 38 años cumplidos al mes de septiembre del 2019
- Colaboradores de las categorías ocupacionales:
 - a) Jefatura: conformado por gerentes, sub gerentes, jefes y supervisores encargados de gestionar equipos de trabajo.
 - b) Profesional: conformado por especialistas, analistas sénior y analistas.
 - c) Cargos iniciales: conformado por practicantes pre profesionales, practicantes profesionales y asistentes.
- Tiempo de permanencia: Mayor a 6 meses; dado que es el tiempo que la organización considera como el mínimo requerido para superar la curva de aprendizaje inicial e incorporar los principales atributos culturales.

2.3 Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple en función al tamaño de la población. Mediante el uso de la fórmula de poblaciones finitas, con un margen de confianza del 95%, de error máximo del 5%, la muestra quedó conformada por 94 participantes.

Tabla 1: Distribución de la muestra por la variable género

Sexo	Participantes	%
Masculino	53	56%
Femenino	41	44%

Tabla 2

Distribución de la muestra por la variable tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia	Participantes	Porcentaje
Menor a 1 año	29	31%
De 1 a 3 años	29	31%
De 4 a más años	36	38%

Tabla 3

Distribución de la muestra según la variable categoría ocupacional

Categoría ocupacional	Participantes	Porcentaje
Jefatura	13	15%
Profesional	50	52%
Cargos iniciales	31	33%

2.3 Instrumentos

2.3.1 Escala de Felicidad de Lima

La presente investigación utilizó el instrumento de Escala de Felicidad de Lima (Alarcón, 2009), el cual está compuesto de 27 ítems y construido según una escala tipo Likert de cinco alternativas (ver Anexo 1): totalmente de acuerdo, (b) acuerdo, (c) ni acuerdo ni desacuerdo, (d) desacuerdo, (e) totalmente en desacuerdo. Al extremo positivo se le otorgó cinco puntos y al extremo negativo un punto (Alarcón, 2006).

El instrumento de la Escala de la Felicidad de Lima asocia las preguntas en cuatro dimensiones:

- (a) sentido positivo de la vida, la cual refleja actitudes y experiencias positivas hacia la vida;
- (b) satisfacción con la vida, la cual da cuenta de la satisfacción con lo alcanzado y cuán cerca

se está de alcanzar el ideal en la vida; (c) realización personal, que considera un estado de satisfacción plena (d) la alegría de vivir, referido al “optimismo y la alegría como expresión de la felicidad”.

La clasificación se muestra a continuación (ver Tabla 4). Alarcón (2006) indicó la existencia de validez del constructo felicidad en el instrumento, el cual fue evaluado por análisis factorial, garantizando la coherencia entre los ítems que integran cada una de las dimensiones que dan forma al constructo. Además presentó una alta consistencia interna, medido a través de un Alpha de Cronbach de .916.

Tabla 4

Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de la Felicidad según Alarcón

Dimensión de Felicidad	Preguntas
Sentido Positivo de la vida (D1)	02. Siento que mi vida está vacía.
	07. Pienso que nunca seré feliz.
	11. La mayoría del tiempo no me siento feliz.
	14. Me siento inútil.
	17. La vida ha sido injusta conmigo.
	18. Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad.
	19. Me siento un fracasado.
	20. La felicidad es para algunas personas, no para mí.
	22. Me siento triste por lo que soy.
	23. Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos.
	26. Todavía no he encontrado sentido a mi existencia.
Satisfacción con la vida (D2)	01. En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal.
	03. Las condiciones de mi vida son excelentes.
	04. Estoy satisfecho con mi vida.
	05. La vida ha sido buena conmigo.
	06. Me siento satisfecho con lo que soy.
	10. Me siento satisfecho porque estoy donde tengo que estar.
Realización Personal (D3)	08. Hasta ahora he conseguido las cosas que para mí son importantes.
	09. Si volviera a nacer no cambiaría casi nada de mi vida.
	21. Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado.
	24. Me considero una persona realizada.
	25. Mi vida transcurre plácidamente.
	27. Creo que no me falta nada.
Alegría de vivir (D4)	12. Es maravilloso vivir.
	13. Por lo general, me siento bien.
	15. Soy una persona optimista.
	16. He experimentado la alegría de vivir.

2.3.2 Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen

Se empleó la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), adaptado y validado en versión español en México y España por Luis Arciniega y Luis Gonzáles (2006).

El cuestionario cuenta con 3 dimensiones de compromiso: a) Afectivo, es decir, el vínculo afectivo que los trabajadores tienen hacia su organización, caracterizada por su identificación e implicación con la misma, así como su deseo de permanecer en ella b) Continuidad, referido a los costos, tales como financieros, beneficios, etc, los cuales perdería un trabajador al retirarse de una organización, y finalmente c) Normativo, definido como el sentimiento de obligación de los trabajadores de permanecer en la organización, una creencia de lealtad a la empresa, partiendo de un sentido moral (Arciniega y Gonzáles, 2006).

La escala consta de 18 ítems, y se puntúa con escala tipo likert de 7 alternativas: a) Muy en desacuerdo, b) en desacuerdo, c) ligero desacuerdo, d) indiferente, e) ligero de acuerdo, f) de acuerdo y g) en muy de acuerdo (ver apéndice Y)

A continuación, se presentan las preguntas de Escala de Compromiso Organizacional según sus dimensiones.

Tabla 5:

Clasificación de Preguntas según las Dimensiones de Compromiso según Meyer y Allen

Dimensión Compromiso	Preguntas
Compromiso Afectivo	1. Actualmente trabajo en esta empresa más por gusto que por necesidad
	3. Tengo una gran fuerte sensación de pertenecer a mi empresa.
	7. Esta empresa tiene un gran significado personal para mí.
	10. Me siento como parte de una familia en esta empresa.
	11. Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas.
	12. Disfruto hablando de mi empresa con gente que no pertenece a ella.
	15. Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en esta empresa
Compromiso Continuidad	8. Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa.
	13. Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mi empresa, es porque afuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el tengo aquí.
	16. Ahora mismo sería muy duro para mí dejar mi empresa, incluso si quisiera hacerlo.
	17. Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa.
Compromiso Normativo	2. Una de las principales razones por las que continuó trabajando en esta compañía es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.
	4. Una de las principales razones por las que continuó trabajando en esta compañía es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.
	5. Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora a mi empresa.
	6. Me sentiría culpable si dejase ahora mi empresa, considerando todo lo que me ha dado.
	9. Ahora mismo no abandonaría mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.
	14. Esta empresa se merece mi lealtad.
	18. Creo que le debo mucho a esta empresa.

En Perú, Montoya (2014) realizó una investigación de validación de la Escala de Compromiso organizacional de Meyer y Allen en 642 trabajadores de un call center. Las propiedades psicométricas del instrumento se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 6

Estadísticos de fiabilidad del compromiso organizacional.

Dimensiones de compromiso	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
Compromiso organizacional	0.916	0.925	18
Compromiso afectivo	0.889	0.897	7
Compromiso de continuidad	0.774	0.774	5
Compromiso normativo	0.812	0.827	6

Según estos datos, el Compromiso Organizacional obtuvo un alfa de Cronbach de 0.925, el cual representa una alta fiabilidad y consistencia interna de la escala. La dimensión de Compromiso Afectivo obtuvo un Alfa de Cronbach 0.897, el cual representa una alta fiabilidad, la dimensión de Compromiso de Continuidad obtuvo un Alfa de Cronbach de

0.774, lo cual referente una alta fiabilidad y la dimensión del compromiso normativo obtuvo un alfa de Cronbach de 0.827, el cual representa una alta fiabilidad.

En conclusión, el constructo de compromiso organizacional tiene mayor fiabilidad que los factores uno a uno, es decir las sub escalas de compromiso tuvieron menor fiabilidad que la escala general (Montoya 2014).

2.4 Procedimiento

Inicialmente, y para facilitar la interpretación, los resultados de las mediciones con los instrumentos se reescalaron en puntuaciones de 0 a 20. Esto para facilitar la lectura de mínimos y máximos, así como para hacer comparación entre los resultados de las dimensiones y las puntuaciones totales. Con respecto al análisis descriptivo se consideró a la media (M) como estadístico de tendencia central y a la desviación estándar (DE) como medida de variabilidad. El uso de estas se sustentan en los resultados de asimetría que se encuentran entre -3 y 3 (Kline, 2011). El coeficiente de correlación descriptivo se obtiene mediante el coeficiente de correlación de Spearman (r_s) dado que en la práctica cotidiana se suele usar esta medida a partir de supuestos inferenciales sobre normalidad, los que resultaron no paramétricos.

Para el análisis inferencial, primero se realizó evaluaciones de normalidad inferencial, incluyéndose análisis no paramétrico, por lo que se analizó la significancia estadística de la correlación mediante el coeficiente de Spearman (r_s). También, como prueba de comparación de grupos se usó la U de Mann-Whitney y la H de Kruskal-Wallis para el análisis de la comparación de dos y más de dos grupos independientes.

Con respecto a la identificación de niveles, esto se realiza transformando cada una de las variables según los niveles o categorías propuestos por los autores de los instrumentos. Como convención se consideró a estas categorías como muy bajo, bajo, alto y muy alto. Luego de la categorización se procedió a calcular frecuencias y porcentajes y hacer el gráfico de estos.

El software utilizado para los análisis descriptivos e inferenciales fue el IBM SPSS Statistics (versión 25).

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

Inicialmente se realizó el análisis descriptivo de las variables de estudio y sus correspondientes dimensiones, para esto las puntuaciones fueron re-escaladas de 0 a 20 puntos a fin de facilitar su comparación. Inicialmente se tiene Felicidad con $M = 15.4$, $DE = 2.4$, para el que las dimensiones con mayor puntuación fueron la Alegría de vivir, $M = 16.8$, $DE = 2.7$ y Sentido de vida positivo, $M = 16.6$, $DE = 2.2$, mientras que la menor puntuación se dio Realización personal, $M = 13.1$, $DE = 3.1$, tal como se observa en la Tabla 1. De la misma, en Compromiso organizacional se tiene $M = 11.8$, $DE = 1.5$, para el que la dimensión con mayor puntuación es la de Compromiso de continuidad, $M = 13.7$, $DE = 2.0$ y la menor se da en Compromiso normativo, $M = 8.7$, $DE = 1.7$, tal como se observa en la misma tabla. Para todas las variables de estudio se observa que la asimetría tiene valores menores entre -3 y 3, por lo que se les puede considerar como distribuciones sin una asimetría extrema.

Tabla 7

Descriptivos y coeficientes de consistencia interna de las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional

Medición	Núm. ítems	<i>M</i>	<i>DE</i>	Rango		Asimetría
				Mínimo	Máximo	
Sentido positivo de la vida	11	16.6	2.2	7	19	-1.7
Satisfacción con la vida	6	14.6	3.0	6	20	-0.2
Realización personal	6	13.1	3.1	7	20	0.3
Alegría de vivir	4	16.8	2.7	8	20	-0.9
Felicidad	27	15.4	2.4	9	20	-0.3
Compromiso afectivo	7	13.1	2.2	7	17	-0.3
Compromiso normativo	6	8.7	1.7	5	18	1.7
Compromiso de continuidad	5	13.7	2.0	8	18	-0.4
Compromiso organizacional	18	11.8	1.5	8	14	-0.4

5.2. Análisis correlacional

Inicialmente se realizó un análisis inferencial en cuanto a la normalidad de las distribuciones poblacionales de las variables de estudio a fin de determinar la pertinencia de estadísticos paramétricos o no paramétricos para el análisis de correlación. El resultado del uso de la prueba de Kolmogorov-Smirnov con la corrección de Lilliefors indica que se rechaza la hipótesis nula de distribución normal poblacional, por lo que se concluye por el uso de estadísticos no paramétricos. Es así que para el análisis de significancia estadística se usará la correlación de Spearman, también se hará extensión de esto para los coeficientes de correlación descriptivos.

Con respecto a la hipótesis general sobre la relación entre Felicidad y Compromiso organizacional, se tiene una correlación directa y estadísticamente significativa, $r_s = .80, p < .001$. Sobre la correlación entre el Compromiso organizacional y las dimensiones de Felicidad, se tiene en todas ellas correlaciones estadísticamente significativas, es decir, con Sentido positivo de la vida, $r_s = .33, p = .001$, Satisfacción con la vida, $r_s = .76, p < .001$, Realización personal, $r_s = .69, p < .001$ y Alegría de vivir, $r_s = .80, p < .001$. De la misma forma, también se tiene correlaciones estadísticamente significativas en las correlaciones de Felicidad con las dimensiones de Compromiso organizacional, esto es con Compromiso afectivo, $r_s = .87, p < .001$, Compromiso normativo, $r_s = .28, p = .007$, y Compromiso de conformidad, $r_s = .76, p < .001$. Los resultados anteriores, además de los de intercorrelaciones, se pueden observar en la Tabla 2.

Tabla 8

Coeficientes de correlación de Spearman entre Felicidad y Compromiso organizacional y sus dimensiones

Variables	Compromiso o afectivo	Compromiso normativo	Compromiso de continuidad	Compromiso organizacional
Sentido positivo de la vida	.45***	-.17	.44***	.33**
Satisfacción con la vida	.86***	.34**	.65***	.76***
Realización personal	.76***	.37**	.61***	.69***
Alegría de vivir	.78***	.23*	.80***	.80***
Felicidad	.87***	.28**	.76***	.80***

*** $p < .001$, ** $p < .010$, * $p < .050$.

5.3. Análisis de comparación de grupos

Previo al análisis de comparación de grupos se realizó análisis de normalidad haciendo consideración de los grupos definidos por el género. En la mayoría de las distribuciones, usando la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se rechazó la hipótesis nula de distribución normal, por lo que se concluyó con el uso de estadísticos no paramétricos, en este caso, la U de Mann-Whitney.

Con respecto a Felicidad, en cuanto a la diferencia entre personal masculino ($M = 15.3$, $DE = 2.5$) y el personal femenino ($M = 15.6$, $DE = 2.2$), no se tiene diferencias estadísticamente significativas, $U = 1003.5$, $p = .522$. De la misma forma, en Compromiso organizacional, con respecto al personal masculino ($M = 11.7$, $DE = 1.6$) y el personal femenino ($M = 12.0$, $DE = 1.4$), no se observa diferencias estadísticamente significativas según el género, $U = 979.0$, $p = .402$. De la misma forma, no se tiene diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional, tal como se observa en la Tabla 3. También estos resultados se pueden visualizar mediante Figura 1.

Tabla 9

Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según género

Variables	Masculino (n=53)		Femenino (n=41)		U	p
	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>		
Sentido positivo de la vida	16.5	2.4	16.8	1.9	1073.5	.919
Satisfacción con la vida	14.4	3.1	14.9	2.7	973.5	.386
Realización personal	12.9	3.3	13.4	2.7	1028.5	.655
Alegría de vivir	16.7	2.8	17.0	2.5	1027.0	.645
Felicidad	15.3	2.5	15.6	2.2	1003.5	.522
Compromiso afectivo	12.9	2.3	13.4	1.9	970.0	.367
Compromiso normativo	8.7	2.0	8.7	1.3	1083.0	.978
Compromiso de continuidad	13.6	1.9	13.9	2.1	976.0	.393
Compromiso organizacional	11.7	1.6	12.0	1.4	979.0	.402

Figura 1. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según el género

Previo al análisis de comparación de grupos según categoría ocupacional se realizó análisis de normalidad haciendo consideración de los grupos definidos por esta última variable. En la mayoría de las distribuciones, usando la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se rechazó la hipótesis nula de distribución normal, por lo que se concluyó con el uso de estadísticos no paramétricos, en este caso la H de Kruskal-Wallis.

Con respecto a Felicidad, en cuanto a la diferencia entre personal de jefatura ($M = 16.2$, $DE = 2.0$), el personal profesional ($M = 15.7$, $DE = 2.4$) y el personal con cargos iniciales ($M = 14.7$, $DE = 2.4$), no se tiene diferencias estadísticamente significativas, $H(2) = 4.22$, $p = .121$. De la misma forma, en Compromiso organizacional, con respecto al personal jefatura ($M = 12.1$, $DE = 1.3$), el personal profesional ($M = 11.9$, $DE = 1.5$) y el personal de cargos iniciales

($M = 11.6$, $DE = 1.5$), no se observa diferencias estadísticamente significativas según el nivel jerárquico, $H(2) = 1.78$, $p = .410$. De la misma forma, no se tiene diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional, tal como se observa en la Tabla 4. Los resultados descriptivos también se pueden visualizar en la Figura 2.

Tabla 10

Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según categoría ocupacional

Variables	Jefatura (n=13)		Profesion al (n=50)		Cargos iniciales (n=31)		H(2)	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>		
Sentido positivo de la vida	17.5	1.8	16.8	1.8	15.9	2.8	5.35	.069
Satisfacción con la vida	15.5	2.7	14.8	3.1	14.0	2.8	2.10	.350
Realización personal	14.1	2.3	13.4	3.2	12.2	2.9	4.48	.106
Alegría de vivir	16.9	2.4	17.2	2.8	16.2	2.6	3.92	.141
Felicidad	16.2	2.0	15.7	2.4	14.7	2.4	4.22	.121
Compromiso afectivo	13.5	2.3	13.3	2.3	12.6	1.9	2.57	.276
Compromiso normativo	8.4	1.4	8.6	1.6	9.0	2.0	0.56	.757
Compromiso de continuidad	14.2	2.2	13.9	1.9	13.2	2.0	3.16	.206
Compromiso organizacional	12.1	1.3	11.9	1.5	11.6	1.5	1.78	.410

Figura 2. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según categoría ocupacional.

Previo al análisis de comparación de grupos según el tiempo de permanencia se realizó análisis de normalidad haciendo consideración de los grupos definidos por esta última variable. En la mayoría de las distribuciones, usando la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se rechazó la hipótesis nula de distribución normal, por lo que se concluyó con el uso de estadísticos no paramétricos, en este caso la H de Kruskal-Wallis.

Con respecto a Felicidad, en cuanto a la diferencia entre personal con menos de 1 año ($M = 15.3$, $DE = 2.7$), el personal entre 1 y 3 años ($M = 15.1$, $DE = 2.4$) y el personal con 4 años o más ($M = 15.7$, $DE = 2.1$), no se tiene diferencias estadísticamente significativas, $H(2) = 0.74$, $p = .692$. De la misma forma, en Compromiso organizacional, con respecto al personal con menos de un año ($M = 11.9$, $DE = 1.7$), el personal entre 1 y 3 años ($M = 11.9$, $DE = 1.4$)

y el personal con 4 años o más ($M = 11.8$, $DE = 1.4$), no se observa diferencias estadísticamente significativas según el nivel jerárquico, $H(2) = 0.19$, $p = .909$. Con respecto al análisis por dimensiones, solo se observan diferencias estadísticamente en Sentido positivo de vida, $H(2) = 8.88$, $p = .012$, correspondiendo el mayor valor a aquellos con más de 4 años ($M = 17.4$, $DE = 1.6$) y el menor a aquello con menos de 1 año ($M = 16.1$, $DE = 2.6$). En las otras dimensiones no se tienen diferencias estadísticamente significativas, tal como se muestra en Tabla 5. Los resultados descriptivos también se pueden visualizar en la Figura 3.

Tabla 11

Diferencias en las dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según tiempo de permanencia

Variables	Menor de un año (n=29)		De 1 a 3 años (n=29)		De 4 años a más (n=36)		H(2)	p
	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>		
Sentido positivo de la vida	16.1	2.6	16.2	2.1	17.4	1.6	8.88	.012
Satisfacción con la vida	15.0	3.3	14.4	2.8	14.5	2.9	1.10	.578
Realización personal	13.3	3.0	12.7	3.2	13.3	3.0	0.69	.707
Alegría de vivir	16.2	3.3	17.0	2.6	17.1	2.2	0.70	.703
Felicidad	15.3	2.7	15.1	2.4	15.7	2.1	0.74	.692
Compromiso afectivo	13.2	2.5	13.1	1.9	13.1	2.1	0.33	.848
Compromiso normativo	9.1	2.1	8.9	1.7	8.3	1.4	3.22	.200
Compromiso de continuidad	13.6	2.1	13.5	1.9	13.9	2.0	0.54	.762
Compromiso organizacional	11.9	1.7	11.9	1.4	11.8	1.4	0.19	.909

Figura 3. Gráfico de barras de las puntuaciones y dimensiones de Felicidad y Compromiso organizacional según el tiempo de permanencia

5.4. Identificación de niveles

Para la identificación de niveles los puntajes se convirtieron en sus categorías o niveles a fin de obtener frecuencias y porcentajes que facilitaron la interpretación.

En la dimensión de Sentido positivo de la vida, se tiene un nivel alto que corresponde al 84% de los evaluados, luego se tiene que el 12% se encuentra en el nivel muy alto. Estos resultados se pueden visualizar en la Tabla 6 y Figura 4.

Tabla 12

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Sentido positivo de la vida

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0
Bajo	4	4
Alto	79	84
Muy alto	11	12
Total	94	100

Figura 4. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Sentido Positivo de Vida

En la dimensión de Satisfacción con la Vida se tiene que el 55% de los participantes se encuentra en un nivel muy alto, mientras que el 36% en el nivel de muy alto. Esto se puede también visualizar en Tabla 7 y Figura 5.

Tabla 13

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión Satisfacción con la vida

<i>Variables</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	8	9%
Alto	52	55%
Muy alto	34	36%
Total	94	100

Figura 5. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Satisfacción con la vida

En la dimensión de Realización personal, se tiene nuevamente que el mayor porcentaje de participantes se encuentran en el nivel alto, 68%, mientras que un 16% en el muy alto y otro 16% en el bajo, tal como se muestra en Tabla 8 y Figura 6.

Tabla 14

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Realización personal

Variablen	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	15	16%
Alto	64	68%
Muy alto	15	16%
Total	94	100

Figura 6. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Realización personal

En la dimensión de Alegría de vivir, a diferencia de las anteriores dimensiones, se tiene que el mayor porcentaje de evaluados se encuentra en el nivel de muy alto, 67%, mientras que un 30% se encuentra en el nivel alto, tal como se observa en la Tabla 9 y Figura 7.

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Alegría de vivir

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	3	3%
Alto	28	30%
Muy alto	63	67%
Total	94	100

Figura 7. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Alegría de vivir

Para la variable de Felicidad, un mayor porcentaje de evaluados se encuentra en el nivel muy alto, 53%, con un 44% en el nivel alto. Estos resultados se pueden visualizar en la Tabla 10 y Figura 8.

Tabla 16

Frecuencias y porcentajes de los niveles en Felicidad

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	3	3%
Alto	41	44%
Muy alto	50	53%
Total	94	100

Figura 8. Porcentajes en barras de los niveles de Felicidad

En la dimensión de compromiso afectivo, se tiene un 78% de evaluados en el nivel alto, mientras que el 13% es alto y el 10% es bajo, tal como se muestra en la Tabla 11 y Figura 9.

Tabla 17

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Compromiso afectivo

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	9	10%
Alto	73	78%
Muy alto	12	13%
Total	94	100

Figura 9. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión Compromiso afectivo

En la dimensión de Compromiso normativo, a diferencia de las otras dimensiones o variables medidas, se tiene a un mayor porcentaje con el nivel bajo, 90%, seguido del alto, 6%. Esto se puede visualizar en la Tabla 12 y Figura 10.

Tabla 18

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Compromiso normativo

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	2	2%
Bajo	85	90%
Alto	6	6%
Muy alto	1	1%
Total	94	100

Figura 10. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Compromiso normativo

En la dimensión de Compromiso de continuidad se tiene un mayor porcentaje en el nivel alto, 71%, y un 23% en el nivel muy alto. Esto se puede visualizar en la Tabla 13 y Figura 11.

Tabla 19

Frecuencias y porcentajes de los niveles en la dimensión de Continuidad

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	5	5%
Alto	67	71%
Muy alto	22	23%
Total	94	100

Figura 11. Porcentajes en barras de los niveles de la dimensión de Continuidad

Finalmente, en Compromiso organizacional, se tiene que el nivel prevalente corresponde al alto, 84%, mientras que en segundo lugar se tiene el nivel bajo, 16%. También esto se puede observar en la Tabla 14 y Figura 12.

Tabla 20

Frecuencias y porcentajes de los niveles en Compromiso organizacional

Variables	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bajo	0	0%
Bajo	15	16%
Alto	79	84%
Muy alto	0	0%
Total	94	100

Figura 12. Porcentajes en barras de los niveles de Compromiso organizacional

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN

Las variables de compromiso organizacional y felicidad en millennials de la entidad financiera estudiada obtuvieron una correlación fuerte (0.8), confirmando los resultados de diferentes investigaciones aplicadas a diversas poblaciones tanto a nivel local como internacional (Palmadera, 2018; Coronado, 2019). En esta organización los colaboradores más felices presentan mayores niveles de compromiso, hallazgo que podría estar relacionado con los bajos niveles de rotación que presenta la empresa, así como con indicadores favorables de productividad, concordando con los resultados de estudios previos (Bustamante, 2016; Gallup, 2006; Thatcher, Stepina y Boyle, 2002).

En su mayoría, los millennials del presente estudio expresan elevados niveles de felicidad. De la totalidad, el 53% puntúa Muy Alto y el 44% Alto en esta escala. Esto concuerda con los hallazgos de Martínez (2018), quien encontró que la media de felicidad de universitarios limeños se situaba en un nivel Alto.

En relación con el compromiso organizacional, los millennials de la entidad financiera estudiada obtuvieron resultados altos, ubicándose el 84% de ellos en nivel Alto y 16% en un nivel bajo. Estos resultados son coherentes si consideramos que el índice de rotación voluntaria anual de millennials del Banco es del 12%, la que es menor a la observada en el sector financiero, cuyo promedio de rotación voluntaria asciende al 14.3% (Asbanc, 2019).

Otro hallazgo que resulta interesante es la correlación entre la dimensión Compromiso Afectivo con Felicidad (0.8). Una asociación significativa también fue observada en investigaciones peruanas (Palmadera, 2018; y Coronado, 2019). Esta relación entre la felicidad

y compromiso afectivo tiene sentido, ya que las personas felices muestran mayor apertura a experiencias positivas en el trabajo (compromiso afectivo); y simultáneamente mientras más se vivencian situaciones gratificantes, se percibe mayor felicidad (Duckworth y Seligman, 2005).

Lo anterior coincide con los hallazgos sobre las experiencias positivas valoradas por los millennials. Por ejemplo, el estudio Employers for Youth realizado por Adecco (2019) concluye que los millennials peruanos seleccionan a sus empresas por las oportunidades de aprendizaje, desarrollo profesional y ambiente laboral. Cornejo (2018) añade que -en comparación con otras generaciones- un millennial experimenta positivamente la independencia y disfrute. Por lo tanto, se comprende que los participantes de nuestro estudio muestren compromiso elevado dado que perciben un vínculo emocional con la institución (Valdiviezo, 2014).

Los resultados significativos en compromiso afectivo, podrían relacionarse además con las políticas de la entidad financiera estudiada, diseñadas para promover experiencias positivas en población joven. Entre las principales, se mencionan: las cuponeras de tiempo libre que impactan en el equilibrio vida - trabajo, el otorgamiento de becas educativas pre-grado y posgrado que benefician su aprendizaje, y el desarrollo profesional para los colaboradores con alto potencial.

En contraste, encontramos que el Compromiso Normativo es la dimensión del Compromiso Organizacional que tiene menor correlación con Felicidad (correlación positiva moderada). Los millennials de esta entidad financiera puntuaron Bajo (90%) y Muy Bajo (2%) en compromiso normativo; a diferencia de las puntuaciones obtenidas en compromiso afectivo y de continuidad. Esto coincide con los hallazgos de los motivadores en millennials, pues a

diferencia de otras generaciones -como baby boomers- la “*obligación moral de permanecer en la empresa*” no es un factor que destaque en esta población. Los millennials no temen cambiar de trabajo pues son más leales a su propio desarrollo que al de la empresa (Valdiviezo, 2014). Deloitte (2019) encontró que el 75% de millennials peruanos entrevistados (301 jóvenes profesionales) consideraba dejar la empresa donde trabajaba en los próximos 2 años si esto podría generarle mayores beneficios. En general, las normas o “lo que se debe hacer” no es valorado por los millennials; como contraparte les atrae la libertad y la flexibilidad. En la entidad financiera estudiada esto se corrobora con los resultados de focus group de clima laboral realizados en el 2018, los cuales dan a conocer que los jóvenes profesionales critican las “normas excesivas” o “trámites burocráticos” que impiden la agilidad en los resultados.

Unido a lo anterior, el compromiso organizacional muestra correlación fuerte (0.8) con la dimensión alegría de vivir, referida al “optimismo y alegría como expresión de felicidad” (Seligman, 2004, citado en Alarcón, 2009). Esta asociación es corroborada por investigaciones internacionales (Meléndez, 2014) y peruanas (Osterling, 2018), las cuales confirman que el optimismo, es decir, la tendencia a esperar que el futuro depare resultados favorables, está relacionado a la permanencia en un centro de trabajo. Los puntajes elevados de nuestros participantes concuerdan con estudios de millennials que les otorgan características de “optimistas y seguros” (Strauss y Howe en Keeling; en Miranda 2018). Asimismo, los millennials de la entidad financiera estudiada podrían presentar este perfil optimista dado los rigurosos procesos de selección de la empresa, que no solo evalúan conocimientos y experiencia de los candidatos, sino también competencias de inteligencia emocional (entre ellas el optimismo). La política de selección de la empresa orientada a evaluar la salud emocional de sus candidatos, podría también estar asociada a los elevados puntajes de los

participantes en la dimensión Sentido Positivo de la Vida (Alto 84% y Muy Alto 12%), referidos a la ausencia de estados depresivos, angustia y vacío existencial.

En adición a lo anterior, se destaca la correlación fuerte (0.76) entre compromiso afectivo y realización personal, referida al estado de felicidad plena (estable) de los participantes, la cual pareciera estar relacionada a cómo los millennials buscan experiencias laborales positivas que alimenten su sentido de vida. Para Strusberg (2017) los millennials conciben al trabajo como un “espacio proveedor de emociones y sentido a modo de recompensa emocional por encima de la retribución monetaria que obtienen”. Se ha encontrado que los trabajos voluntarios impactan más en el sentido de vida de los millennials. En este sentido, el estudio de Cone Communications Millennial Employee Engagement Study realizado en Estados Unidos en 2016, menciona que un 76% de la generación millennial evalúa los compromisos sociales y ambientales de una compañía antes de decidir trabajar para ella y el 64%, asegura que no aceptarían un trabajo si es que la empresa no realiza acciones de responsabilidad social corporativa. Asimismo, un 88% de los encuestados afirma que su trabajo es más satisfactorio cuando se le ofrecen oportunidades que tengan repercusión en temas sociales y ambientales. Si bien la empresa estudiada pertenece a un sector privado y financiero, se aprecia que los millennials valoran las iniciativas del Banco relacionadas a la responsabilidad social (impacto positivo en la sociedad). El Focus group realizado en el 2018 recibió comentarios positivos de acciones llevadas a cabo por el Banco como la del Programa “Dona una tapita ...destapa una sonrisa” en beneficio de los niños con epidermolisis bulosa del Hospital del Niño; otro ejemplo es el programa de voluntariado “Crea Más” orientado a enseñar matemática a niños de los colegios estatales de Fe y Alegría.

Resulta interesante notar la correlación fuerte (0.8) entre compromiso de continuidad y alegría de vivir. Por un lado, el compromiso de continuidad está referido a la conciencia del empleado sobre los costos asociados con el abandono a la organización, por lo que analiza y pone en una balanza aquello que gana de la empresa y lo que podría ganar si la deja, siendo la conveniencia el factor que motiva su decisión de permanencia (Meyer y Allen, 1993). Por otro lado, la alegría de vivir expresa el optimismo (Seligman, 2004, Alarcón, 2009). Una interpretación tradicional podría enfocarse en que las personas optimistas cambian más fácilmente de trabajo porque esperan que el futuro les depare resultados favorables en otras organizaciones. Sin embargo, la asociación de estas variables en la muestra estudiada, podría dar cuenta de un factor interesante, pues si los millennials de la entidad financiera estudiada están comprometidos, es posible que vuelquen su optimismo hacia propia organización. El optimismo de los millennials estudiados también podría estar orientado a esperar no solo mejores resultados a futuro de su empresa, sino de su desarrollo al interior de la misma (lo cual es un aspecto altamente valorado en población millennial y atendido por políticas del Banco como líneas de carrera, etc).

A nivel contextual, se menciona además que la entidad financiera estudiada está atravesando un proceso de transformación digital y cultural que implica la adopción de marcos ágiles de trabajo (por ejemplo, desing thinking, scrum, entre otros). Esto no sólo entusiasma a los colaboradores millennials que son nativos digitales, sino que les brinda una visión optimista y favorable del futuro. Esta interpretación se respalda con los resultados del focus de clima laboral del 2018, donde se habla de una mirada positiva del Banco a mediano plazo: “Me entusiasma ser parte de este proceso de transformación” “Vamos a poder crecer y entrar a nuevos segmentos” “se vienen mejores tiempos”.

Otra de las correlaciones de las dimensiones de felicidad y compromiso organizacional destacable es la correlación fuerte (0.86) entre compromiso afectivo y satisfacción con la vida referida al grado de satisfacción con las metas alcanzadas (Alarcón, 2009). Esto tiene sentido dado que la organización es un espacio donde las personas se plantean y ejecutan metas profesional. En el caso de la entidad financiera estudiada, las políticas para población joven incluye becas de estudio, lo cual facilita el logro de metas académicas, así como cuponeras de tiempo libre y equilibrio vida-trabajo, que benefician metas más personales como pasar tiempo con la familia, entre otros. Lo anterior permite alcanzar metas en sus distintos ámbitos tanto académicos, laborales y personales.

Luego de analizar el compromiso organizacional y felicidad según género, categoría ocupacional y tiempo de permanencia, se observa que la única variable que logra resultados estadísticamente significativos es tiempo de permanencia. Estos resultados indican que los colaboradores que cuentan con más de 4 años de permanencia, presentan mayores puntuaciones en sentido positivo de la vida (estabilidad emocional), en comparación a aquellos que cuentan con 1 año o menos de permanencia. Lo anterior resulta coherente dado que los colaboradores con mayor permanencia cuentan con estabilidad contractual, que podría traducirse en menor incertidumbre laboral. Unido a esto, la teoría indica que la estabilidad laboral alimenta la estabilidad emocional; y a la vez la estabilidad emocional brinda soporte a la estabilidad laboral.

Finalmente, un resultado que difiere de las investigaciones previas revisadas, es la correlación inversa (moderada débil) entre las variables Compromiso Normativo y Sentido Positivo de la Vida (-0.17). Esto podría estar relacionado a que la dimensión Sentido Positiva de la Vida refiere la ausencia de depresión y sentimientos de culpa, por lo tanto resulta coherente que los

colaboradores que puntúan alto en esta dimensión no sientan la “obligación” de permanecer en la empresa; sino que su decisión de permanencia esté relacionada a qué tan conveniente les resulta (compromiso de Continuidad) o por las experiencias positivas que vivencian en las organización (compromiso afectivo). Esto abre una línea de discusión interesante, cuya explicación podría estar relacionada a las características generacionales de la población millennial estudiada.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Garantizada la calidad de los instrumentos y la estandarización de la aplicación, podemos concluir los siguientes enunciados sobre la muestra analizada:

- A. Las variables estudiadas de Compromiso Organizacional y Felicidad alcanzaron una correlación fuerte (0.8), lo que confirma la asociación de estas variables reseñadas en estudios previos.
- B. Se evidencia una correlación fuerte (0.87) entre Felicidad y la dimensión de compromiso organizacional denominada Compromiso Afectivo. Este hallazgo concuerda con la teoría que las personas felices muestran mayor apertura a las experiencias positivas (compromiso afectivo) de la misma manera, mientras viven situaciones más gratificantes perciben mayor felicidad.
- C. El compromiso organizacional muestra una correlación fuerte (0.8) con la dimensión de felicidad denominada Alegría de Vivir. Debido a que esta dimensión se refiere al optimismo como expresión de felicidad y esperanza en resultados positivos futuros, es comprensible pensar que las personas optimistas tendrán mayor apertura a esperar experiencias positivas futuras en su trabajo.
- D. Se evidencia una correlación fuerte (0.86) entre la dimensión denominada Compromiso Afectivo y la dimensión Satisfacción con la Vida. Esta última se refiere al grado de satisfacción de la persona con las metas alcanzadas. Esta relación podría deberse a que los participantes se encuentran satisfechos porque están logrando sus metas profesionales en el ámbito organizacional. Dado que esta generación valora de manera especial que los entornos en los que se desenvuelven les brinden oportunidades de

desarrollo, estas experiencias pueden constituirse como significativas y gratificantes para sus vidas.

- E. La población estudiada presenta un nivel alto de Felicidad: 53% puntúan Muy Alto y 44% Alto. Este resultado es similar a los recientes estudios sobre felicidad realizados a millennials peruanos quienes también puntúan alto o muy alto en la esta escala.
- F. Los participantes de este estudio demuestran un alto nivel de Compromiso Organizacional, pues el 84% de ellos, puntúan en el nivel Alto en esta prueba. Además es la dimensión de compromiso afectivo aquella que obtiene los más altos puntajes: 13% muy alto y 78% alto. Los altos puntajes en esta dimensión podrían deberse a la buena gestión del clima laboral que ocurre en la empresa, procurando espacios de relaciones positivas y saludables entre los trabajadores.

5.2. Recomendaciones

- Para comprender a mayor profundidad el compromiso organizacional y la felicidad en millennials peruanos, se recomienda llevar a cabo investigaciones comparativas de estas variables en población baby boomer, X y millennials.
- Se recomienda replicar la presente investigación en organizaciones de otros sectores para medir el impacto de la cultura organizacional en la felicidad y compromiso organizacional en millennials. El sector financiero podría tener características propias, que difieren a sectores como ONGs, trabajos voluntarios, entre otros.
- Se sugiere llevar a cabo estudios con enfoque mixto, que complementen los resultados cuantitativos. A nivel de instrumentos cualitativos, se sugiere aplicar focus group y entrevistas a profundidad para así enriquecer el análisis de los resultados.
- A partir de los resultados del enfoque cualitativo, se sugiere identificar cuáles son las experiencias positivas más valoradas en la población millennial de la entidad financiera. El compromiso afectivo, asociado a las experiencias positivas en el trabajo es lo que más fuertemente se asocia con la felicidad, por lo cual estas acciones impactarán en la sostenibilidad de un alto compromiso de los trabajadores.
- Es importante que las organizaciones representen un lugar atractivo para los millennials. En este sentido, es clave potenciar las características que la población millennial valora en el trabajo, como por ejemplo, la independencia, el desarrollo de carrera y la flexibilidad laboral. Unido a esto, las condiciones laborales como las de teletrabajo y el flex time cobran especial relevancia para esta población.
- Involucrar a los líderes en la gestión de los millennial. Es importante que los jefes de esta población comprendan la importancia de considerar características particulares de esta generación, para así fomentar su mayor compromiso.

- Debido a que los colaboradores ocupan la mayor parte del tiempo y de sus vidas en las organizaciones, se sugiere propiciar entornos saludables en donde puedan desarrollar su potencial como personas y profesionales, establecer vínculos positivos que les generen satisfacción y pertenencia, así como equilibrar su vida laboral con otros ámbitos que también son importantes para ellos como el familiar y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adecco (2019) Resultados Generales Employers for Youth Perú 2019. Recuperado de: <https://efy.global/>
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40(1), 99-106.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala Factorial para Medir la Felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*. Vol. 40, Num. 1 pp. 99-106
- Alarcón, R. (2009). Psicología de la felicidad: precedida de introducción a la psicología positiva. Universidad Ricardo Palma, Editorial Universitaria.
- Alarcón, R., & Rodríguez, T. C. (2015). Relaciones entre gratitud y felicidad en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 9(1), 59-69.
- Arias Galicia, F., Varela Sosa, D., Loli Pineda, A., Quintana Otiniano, M. (2003). El compromiso organizacional y su relación con algunos factores demográficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, Vol.6 No.2, Pag 13-25
- Arias Galicia, F., Varela Sosa, D., Loli Pineda, A., Quintana Otiniano, María. El compromiso organizacional y su relación con algunos factores demográficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, Vol.6 No.2, Diciembre 2003. 13-25
- Arias Gallegos, W. L., Caycho Rodríguez, T., Ventura León, J. L., Maquera Fernández, C., Ramírez Chávez, M., & Tamayo Butilier, X. (2016). Análisis exploratorio de la escala de felicidad de Lima en universitarios de Arequipa (Perú). Universidad de San Juan
- Baldeón Ñaupari, M. d. P., Bustamante Hidalgo, S. C., Mogollón Vilca, J. C., & Seijas García, L. A. (2018). Felicidad y satisfacción subjetiva en los colaboradores de una empresa de telecomunicaciones.
- Becker (1960) Notes on the concept of commitment. *The American Journal of Sociology*, vol.66, pp. 32 – 40.

- Begazo Vilanueva, J. D., Fernández Baca, W. Los Millennials Peruanos. Características y proyecciones de Vida. Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 18-II, No 36, Lima, Julio - Diciembre 2015).
- Begazo Villanueva, J. D., & Fernandez Baca, W. (2015). Los millennials peruanos: Características y proyecciones de vida. Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM. Vol. 18-II. No 36. Pag 9 - 15.
- Bernal, c. (2010). Metodología de la investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencia social. (3ra ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Buenaventura, sede Bogotá | Psychologia: avances de la disciplina | Facultad de Psicología. Vol 10. Nro 1. Pag 13-24.
- Cone Communications (2016) Cone Communications Millennial Employee Engagement Study (2016). Recuperado de: https://static1.squarespace.com/static/56b4a7472b8dde3df5b7013f/t/5819e8b303596e3016ca0d9c/1478092981243/2016+Cone+Communications+Millennial+Employee+Engagement+Study_Press+Release+and+Fact+Sheet.pdf
- Conference on Business and Finance Proceedings. Volume 7. Number 1. Pag 1079 - 1089.
- Contreras, F., & Esguerra, G. (2006). Psicología positiva: una nueva perspectiva en psicología. Diversitas, 2(2), 311-319.
- Cornejo Araneda, C. (2018). Análisis respecto a los factores que impactan el compromiso organizacional en las diferentes generaciones que conviven en una empresa de innovación tecnológica.
- Coronado Rosas, F. T., Olórtegui Quispe, C. N., Pérez Baena, M. J., & Rondón Soto, J. L. D. (2019). Felicidad y compromiso organizacional en una empresa del sector farmacéutico peruano.

Deloitte (2019) Encuesta Millennials Deloitte Global Una “generación Resultados en Perú Setiembre 2019. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/human-capital/articles/millennialsurvey2019.html>

Diener, E., & Seligman, M. E. (2002). Very happy people. *Psychological science*, 13(1), 81-84.

Espinoza Ballena, J.A., Alegre Morales, J.M., Huamantínco Truyenque, M.N., Santos Huapaya, C. & Sotil Gallegos, G. (2018). Compromiso organizacional de los millennials en el sector hotelero: caso Hotel Hilton

Fernández-Abascal, E. G., & Palmero Cantero, F. (1998). Emociones y adaptación. Ariel.

Galicia, F. A., Sosa, D. V., Pineda, A. L., & Otiniano, M. Q. (2003). El compromiso organizacional y su relación con algunos factores demográficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6(2), 13-25.

Gallup (2006) Harter, J. Schmidt, F.; Killham, E. y Agrawal, S.; Q12® Meta-Analysis: The Relationship Between Engagement at Work and Organizational Outcomes.

Gutierrez, R., Ramirez, M. C., & García, B. R. (2012). Estudio del compromiso organizacional en un colegio particular en Ensenada. *BC Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(1), 1081-1091.

Hernández Chávez, Y., Hernández Chávez, G., & Mendieta Ramírez, A. (2014). Modelo de rotación de personal y prácticas organizacionales. *Historia Y Comunicación Social*, 18, 837-863. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44369

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

Hodge, A., & Anthony, W. (1992). Gales (2003). Teoría de la organización. Un enfoque estratégico.

Jaros, S. (2007). Meyer and Allen model of organizational commitment: Measurement issues. *The Icfai Journal of Organizational Behavior*. Vol 6. Nro 4. Pag 7 - 25

Martínez Poggi, G.; Mendoza Auris, L; Parina Aguilar, E. y Román Romero, L. (2018) La Felicidad de los Millennials en Lima Metropolitana.

Mathieu y Zajac (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, vol. 108, pp. 171–194.

Mehech, C., Cordero, A., & Gómez, T. (2016). Medición del compromiso laboral y su impacto en los resultados de la empresa. Repositorio académico de la Universidad de Chile.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*. Vol 1. Nro 1. Pag 61 - 89.

Milla Palmadera, D. L. (2018). Felicidad y compromiso organizacional de los trabajadores administrativos de Serpost sede central.

Mitta Flores, D. E., & Dávila Salinas, C. L. (2015). Retención del talento humano: Políticas y prácticas aplicadas sobre jóvenes "Millennials" en un grupo de organizaciones.

Montoya Santos, E. M. (2014). Validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un contact center.

Oldham, G. R., Hackman, J. R., & Stepina, L. P. (1978). Norms for the job diagnostic survey. Technical Report No. 16. Yale University Press, New Haven, CT.

Parodi, C. (2018, 23 de marzo). ¿Qué tan felices somos los peruanos? Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2018/03/que-tan-felices>

Penagos, T., & Rubio, E. (2015). Millennials y Millennials peruanos. Realidad, expectativas y proyecciones. ER Ronald. Recuperado de: <https://goo.gl/hMcQEJ>.
progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60, 410–421

Reichers (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of management review*, 10, 465-476.

- Robbins, S. P. (2004). Comportamiento organizacional. Edición 10. Editorial Pearson Educación
- Seligman, M. (2003). La auténtica felicidad. Barcelona: Ediciones B. Barcelona, España.
- Seligman, M. E. (1998). Building human strength: Psychology's forgotten mission.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction (Vol. 55, No. 1, p. 5). American Psychological Association.
- Strusberg, G. (2017). La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario (Doctoral dissertation, Tesis de licenciatura en psicología. Lima-Perú. Pontificia Universidad Católica).
- Valdiviezo, C. (2014). La Generación Y peruana: Los mayores se comportan como X, solo los jóvenes y adinerados, como Y. Semana Económica, 26.
- Varona, M. F. (1993). Conceptualización y supervisión de la comunicación y el compromiso organizacional. Diálogos de la Comunicación 35, 68-77
- Werther, W. & Davis, K. (2008). Administración de recursos humanos. El Capital Humano de las empresas (6ta ed.). México, McGrawHill.
- Zapata Quispe, R. (2018). Compromiso organizacional y productividad de los trabajadores de una entidad pública de salud, Lima-2016.
- Zavaleta Mariños, W. (2018) Compromiso Organizacional y productividad de empresas mineras no metálico ubicadas en la región de la Libertad y Ancash.

ANEXOS

Anexo 1: Escala de Felicidad de Lima

Anexo 2: Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen

ANEXO 1

ESCALA DE FELICIDAD DE LIMA

Instrucciones: Marque con una (x) según considere cada uno de los enunciados detallados a continuación, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación: (1) en total desacuerdo, (2) en desacuerdo; (3) ni en desacuerdo ni en acuerdo; (4) de acuerdo; (5) en total acuerdo

N	Enunciados	1 (en total desacuerdo)	2 (en desacuerdo)	3 (ni en desacuerdo ni en acuerdo)	4 (de acuerdo)	5 (en total acuerdo)
1	En la mayoría de las cosas mi vida está cerca de mi ideal					
2	Siento que mi vida está vacía					
3	Las condiciones de mi vida son excelentes					
4	Estoy satisfecho con mi vida					
5	La vida ha sido buena conmigo					
6	Me siento satisfecho con lo que soy					
7	Pienso que nunca seré feliz					

8	Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes					
9	Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada en mi vida					
10	Me siento satisfecho porque estoy donde tengo que estar					
11	La mayoría del tiempo me siento feliz					
12	Es maravilloso vivir					
13	Por lo general me siento bien					
14	Me siento inútil					
15	Soy una persona optimista					
16	He experimentado la alegría de vivir					
17	La vida ha sido injusta conmigo					
18	Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad					
19	Me siento un fracasado					

20	La felicidad es para algunas personas, no para mí					
21	Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado					
22	Me siento triste por lo que soy					
23	Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos					
24	Me considero una persona realizada					
25	Mi vida transcurre plácidamente					
26	Todavía no he encontrado sentido a mi existencia					
27	Creo que no me hace falta nada					

ANEXO 2
ESCALA DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N	Enunciados	1 (muy en desacuerdo)	2 (en desacuerdo)	3 (ligero desacuerdo)	4 (indiferente)	5 (ligero de acuerdo)	6 (de acuerdo)	7 (muy de acuerdo)
1	Actualmente trabajo en esta empresa más por gusto que por necesidad							
2	Una de las principales razones por las que continúo trabajando en esta compañía es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.							
3	Tengo una fuerte sensación de pertenecer a mi empresa							
4	Una de las razones principales para seguir trabajando en esta compañía es porque otra empresa no podría igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí							
5	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi empresa							
6	Me sentiría culpable si dejase ahora mi empresa considerando todo lo que me ha dado.							
7	Esta empresa tiene un gran significado personal para mí							
8	Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa							
9	Ahora mismo no abandonaría mi empresa porque me siento obligado con toda su gente							
10	Me siento como parte de una familia en esta empresa							
11	Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas							
12	Disfruto hablando de mi empresa con gente que no pertenece a ella							
13	Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mi empresa es porque fuera me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo							
14	La empresa en la que trabajo merece mi lealtad							
15	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo							
16	Ahora mismo sería duro para mí dejar la empresa donde trabajo, incluso si quisiera hacerlo							
17	Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa							
18	Creo que le debo mucho a esta empresa							