



## **FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**FELICIDAD Y ASERTIVIDAD EN ASESORES DE VENTA EN UNA EMPRESA**

**RETAIL DE LIMA METROPOLITANA, 2023**

**Línea de investigación:**

**Psicología de los procesos básicos y psicología educativa**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología con  
mención en psicología clínica

**Autor**

Rivera Garay, André Joaquín

**Asesora**

Henostroza Mota, Carmela Reynalda

ORCID: 0000-0003-3762-3247

**Jurado**

Castillo Gómez, Gorqui Baldomero

Quiroz Aviles, Mirtha Teresa

Del Rosario Pacherras, Orlando

**Lima - Perú**

**2026**

# FELICIDAD Y ASERTIVIDAD EN ASESORES DE VENTA EN UNA EMPRESA RETAIL DE LIMA METROPOLITANA, 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

28%	26%	16%	13%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	4%
2	<a href="https://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
3	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal Trabajo del estudiante	2%
4	<a href="https://repositorio.continental.edu.pe">repositorio.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	<a href="https://intra.uigv.edu.pe">intra.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="https://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="https://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1%
10	Gonzales Dieguez, Rossanna Patricia del Pilar   Ponce Vega, Hector Ricardo   Milena Rios Diaz, Delia Blanca   Vargas Poclin, Carlos. "Felicidad y satisfaccion laboral de los consultores empresariales de Lima	<1%



## **FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

### **FELICIDAD Y ASERTIVIDAD EN ASESORES DE VENTA EN UNA EMPRESA**

#### **RETAIL DE LIMA METROPOLITANA, 2023**

Línea de investigación:

Psicología de los procesos básicos y psicología educativa

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología con  
mención en psicología clínica

#### **Autor:**

Rivera Garay, André Joaquín

#### **Asesora:**

Henostroza Mota, Carmela Reynalda

ORCID: 0000-0003-3762-3247

#### **Jurado:**

Castillo Gómez, Gorqui Baldomero

Quiroz Aviles, Mirtha Teresa

Del Rosario Pacherras, Orlando

**Lima – Perú**

**2026**

## **Pensamientos**

“Hay que imaginar a Sísifo feliz”.

-Albert Camus

“Let everything happen to you: beauty and terror.

Just keep going. No feeling is final”.

-Rainer Maria Rilke

### **Dedicatoria**

A mis padres, por no dudar de mi cuando su hijo decidió elegir la carrera en la que encontró propósito.

A mi abuelita Violeta, por tenerme siempre presente en sus oraciones.

A mi hermanita, por su apoyo incondicional.

A Carlos, por demostrarme lo que significa la amistad.

A Diana, por su amor, paciencia y compañía constante, por estar a mi lado incluso en los momentos más exigentes, y por recordarme siempre por qué vale la pena seguir adelante.

### **Agradecimientos**

A todos los que formaron parte de este hermoso recorrido. A mi alma mater, la Universidad Nacional Federico Villareal, por todo lo que aprendí y todo lo que me pudo dar a lo largo de estos 6 años.

A la profesora Carmela Henostroza, por su amabilidad y guía durante el proceso de elaboración de esta investigación.

A todos aquellos que formaron parte de mi vida en este periodo tan importante.

## ÍNDICE

Resumen	ix
Abstract	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1. Descripción y formulación del problema	3
1.2. Antecedentes	5
1.3. Objetivos	11
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	11
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	11
1.4. Justificación	12
1.5. Hipótesis	13
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>15</b>
2.1. Bases teóricas sobre el tema de Investigación	15
2.1.1. <i>Felicidad</i>	15
2.1.2. <i>Asertividad</i>	20
<b>III. MÉTODO</b>	<b>26</b>
3.1. Tipo de Investigación	26
3.2. Ámbito temporal y espacial	26
3.3. Variables	27
3.4. Población y muestra	31
3.5. Instrumentos	32
3.6. Procedimientos	40
3.7. Análisis de datos	41
3.8. Consideraciones éticas	42

	vi
<b>IV. RESULTADOS</b>	44
<b>V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	55
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	61
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	62
<b>VIII. REFERENCIAS</b>	63
<b>IX. ANEXOS</b>	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de la variable felicidad	28
Tabla 2.	Operacionalización de la variable asertividad	30
Tabla 3.	Confiabilidad de la Escala de Felicidad de Lima	33
Tabla 4.	Análisis ítem–test de la Escala de Felicidad de Lima	34
Tabla 5.	Confiabilidad de la Escala de Asertividad de Rathus adaptada	38
Tabla 6.	Análisis ítem–test de la Escala de Asertividad de Rathus	39
Tabla 7.	Prueba de normalidad Shapiro-Wilk para las variables del estudio	44
Tabla 8.	Relación entre la felicidad y la asertividad	45
Tabla 9.	Niveles de felicidad y sus dimensiones	46
Tabla 10.	Niveles de asertividad y sus dimensiones	47
Tabla 11.	Prueba <i>t</i> para la comparación de medias de felicidad según sexo	48
Tabla 12.	Prueba <i>t</i> para la comparación de medias de asertividad según sexo	49
Tabla 13.	Relación entre la dimensión mostrar disconformidad y felicidad	49
Tabla 14.	Relación entre la dimensión manifestación de sentimientos y creencias y felicidad	50
Tabla 15.	Relación entre la dimensión eficacia y felicidad	51
Tabla 16.	Relación entre la dimensión interacción con organizaciones y felicidad	52
Tabla 17.	Relación entre la dimensión expresión de opiniones y felicidad	53
Tabla 18.	Relación entre la dimensión decir no y felicidad	54

## Resumen

**Objetivo:** Determinar la relación entre la asertividad y felicidad en asesores de venta de una empresa retail de Lima Metropolitana durante el año 2023. **Método:** Se aplicó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, transversal y correlacional. La muestra estuvo conformada por 95 trabajadores de la sede Maestro Colonial. Para la evaluación de las variables se utilizaron la Escala de Felicidad de Lima (EFL) de Alarcón (2006) y la Escala de Asertividad de Rathus (EAR), adaptada por León y Vargas (2009). **Resultados:** Se encontró una correlación positiva de magnitud media entre ambas variables ( $r = .429$ ;  $p < .01$ ). Del total de participantes, el 50.5 % presentó un nivel intermedio de felicidad y el 52.6 % un nivel promedio de asertividad. Además, no se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en ninguna de las escalas aplicadas. **Conclusiones:** Los hallazgos confirman que un mayor nivel de felicidad se asocia con un incremento en la asertividad dentro de la población estudiada.

*Palabras clave:* felicidad, asertividad, asesores de venta, retail.

## Abstract

**Objective:** To determine the relationship between assertiveness and happiness among sales advisors at a retail company in Metropolitan Lima during 2023. **Method:** A quantitative approach with a non-experimental, cross-sectional, and correlational design was used. The sample consisted of 95 employees from the Maestro Colonial branch. The Lima Happiness Scale (EFL) by Alarcón (2006) and the Rathus Assertiveness Scale (EAR), adapted by León and Vargas (2009), were used to assess the variables. **Results:** A moderate positive correlation was found between both variables ( $r = .429$ ;  $p < .01$ ). Of the total participants, 50.5% presented an intermediate level of happiness and 52.6% an average level of assertiveness. Furthermore, no significant differences were observed between men and women on either scale. **Conclusions:** The findings confirm that a higher level of happiness is associated with an increase in assertiveness within the studied population.

*Keywords:* happiness, assertiveness, sales advisors, retail.

## I. INTRODUCCIÓN

La felicidad y la asertividad se definen como dos componentes psicológicos esenciales, los cuales influyen profundamente dentro del bienestar de las personas, especialmente en el entorno laboral. La felicidad, según se entendió en este estudio, no solo es un estado emocional transitorio, sino una valoración global y subjetiva de la vida, que refleja la satisfacción con las experiencias vividas y también en base al equilibrio en relación a los deseos personales y a su vez a la realidad (Diener, 1984). Por otro lado, la asertividad se definió como aquella capacidad de poder expresar todos los pensamientos, las emociones y necesidades de una manera más clara, respetuosa y sin ocasionar agresividad, lo que accede a los individuos a poder defender sus derechos de manera equilibrada sin invadir los de los demás (Alberti y Emmons, 1978).

En el sector retail, en particular, la felicidad y la asertividad juegan un papel crucial. Los asesores de venta, quienes interactúan constantemente con los clientes, se ven afectados por su bienestar emocional y también en base a su capacidad para poder comunicarse de forma efectiva. Estos factores no solo impactan su desempeño individual, sino que también influyen directamente en la calidad del servicio al cliente y en la productividad general de la organización. De hecho, estudios previos han mostrado que un entorno laboral caracterizado por altos niveles de felicidad y habilidades de comunicación asertiva contribuye al mejoramiento del ambiente organizacional y a la satisfacción del cliente, dos elementos fundamentales para el éxito en el retail (Boehm y Lyubomirsky, 2008; Álvarez, 2022).

Según lo antes mencionado, es relevante mencionar, que, a nivel del contexto peruano, aún existen pocos estudios que aborden específicamente la existencia de la relación entre la felicidad y la asertividad en el sector retail. Esta brecha en la literatura fue lo que motivó la presente investigación, la cual busca determinar cómo estas dos variables se interrelacionan en los asesores de venta que se encuentran dentro de una empresa retail en Lima Metropolitana.

El estudio pretende ofrecer información relevante para la creación y diseño de todas aquellas políticas organizacionales que permitan fortalecer tanto el bienestar de los empleados, así como también la calidad del servicio ofrecido a los clientes. En este mismo orden de ideas, la relevancia teórica de esta investigación reside en su contribución al entendimiento de cómo la felicidad y la asertividad se complementan para mejorar continuamente el bienestar de forma integral dentro del entorno laboral, particularmente en un contexto altamente competitivo como el retail. Además, la relevancia práctica de los hallazgos es clara, ya que las empresas del sector podrán implementar estrategias basadas en estos resultados para optimizar las condiciones tanto laborales, así como también el desempeño de sus trabajadores (Ramírez-Ángel y Riaño-Casallas, 2022).

En cuanto a la metodología, se adoptó dentro de un enfoque tipo cuantitativo, en base a un diseño no experimental y correlacional, aplicando instrumentos validados como la Escala de Felicidad de Lima (Alarcón, 2006) y la Escala de Asertividad de Rathus (León y Vargas, 2009) para evaluar los niveles de felicidad y asertividad en los asesores de ventas. A partir de estos datos, se estudió la relación presente entre ambas variables, así como las diferencias según el sexo de los participantes.

Por consiguiente, dentro del desarrollo de la investigación, se abordaron varias secciones clave, que permitieron dar respuesta a los objetivos planteados. Primero, se presentó el problema de estudio, los antecedentes que justifican la necesidad del trabajo, y los objetivos que guían la investigación, así como las hipótesis que fueron verificadas a lo largo del proceso. En segundo lugar, se desarrolló el marco teórico que sustentó el análisis, explorando las teorías y conceptos fundamentales sobre la felicidad y la asertividad, y cómo estos se interrelacionan en el contexto laboral. El capítulo metodológico describió el diseño de la investigación, las características de la población y muestra, los instrumentos utilizados, y los procedimientos de

recolección y análisis de datos que aseguraron la validez de los resultados. Finalmente, en los últimos apartados, se examinó los resultados obtenidos, seguidos de una discusión crítica, las conclusiones principales y las recomendaciones para futuras investigaciones o intervenciones.

### **1.1. Descripción y formulación del problema**

La experiencia del cliente se refiere a la impresión general que un individuo tiene después de interactuar con cualquier parte de la empresa, ya sea de manera física, racional, psicológica o emocional. En este aspecto, los sentidos juegan un papel clave en la interacción cuando el cliente se encuentra en el punto de venta, lo que ha sido ampliamente estudiado en el ámbito académico (Cajusol, 2022). Según el informe global de PwC (2018), el 73% de los consumidores considera que la experiencia brindada es un factor decisivo en su elección de compra, mientras que un 32% dejaría de adquirir productos de una marca tras una sola experiencia negativa. Estos datos destacan la importancia crítica de la atención proporcionada por los asesores de venta durante el proceso de compra.

Sin embargo, el desempeño de los asesores de ventas no depende exclusivamente de sus conocimientos técnicos y habilidades, sino también de aspectos psicológicos internos, tales como la felicidad y la asertividad. La felicidad, como factor psicológico, afecta directamente la disposición y motivación de los empleados, contribuyendo a una mayor productividad y a un mejor desempeño en sus interacciones con los consumidores. De manera similar, la asertividad permite a los empleados expresar pensamientos y necesidades de manera adecuada, sin agresividad, lo que favorece un ambiente laboral positivo y mejora la calidad de la atención al cliente (Alberti y Emmons, 1978; Caballo, 1986).

Tras la pandemia, los niveles de felicidad de la población mundial experimentaron cambios significativos. En una escala del 0 al 10, donde 0 representa la peor vida posible y 10 la mejor, solo el 3.4% de las personas calificaron su vida con la puntuación más alta en 2006,

cifra que se duplicó en 2022, alcanzando un 7.4% (Juárez, 2022). Este fenómeno también se observó en América Latina, donde países como México, Colombia y Brasil reportaron altos niveles de felicidad, con el 81%, 80% y 83% de sus poblaciones, respectivamente, sintiéndose felices (IPSOS, 2023). En Perú, un 72% de la población se considera feliz, por debajo del promedio global de 73%, lo que refleja una tendencia positiva en el bienestar subjetivo de la población. Esta tendencia influye en el comportamiento de los empleados, ya que la satisfacción personal también afecta su desempeño laboral y la calidad de la atención que brindan al cliente.

En cuanto a la asertividad, esta habilidad psicológica facilita la comunicación efectiva y reduce los conflictos en el entorno laboral. La conducta asertiva promueve un flujo de información más fluido dentro de los equipos de trabajo, lo que favorece la solución de problemas y la creación de alternativas para mejorar la eficiencia organizacional. La falta de asertividad, caracterizada por juicios y críticas, debilita los procesos de comunicación, afectando negativamente tanto la relación interna entre los empleados como la relación con los clientes (García, 2023).

A pesar de la importancia de estos factores psicológicos, se observa que las organizaciones, particularmente en el sector retail, aún enfrentan desafíos para gestionar adecuadamente la felicidad y la asertividad en sus empleados (Zainal et al., 2022). Este vacío en la gestión de estas variables psicológicas puede repercutir negativamente en la calidad de la atención al cliente, lo que afecta la experiencia del consumidor y, en consecuencia, los resultados organizacionales. Es por ello que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Existe relación entre la felicidad y la asertividad en los asesores de venta de una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?

A partir de la pregunta general, se derivan las siguientes preguntas específicas: ¿Cuáles son los niveles de felicidad que presentan los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023? ¿Cuáles son los niveles de asertividad en los mismos asesores? ¿Existen diferencias significativas en los niveles de felicidad y asertividad según el sexo de los asesores de ventas en Lima Metropolitana? ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la felicidad y la asertividad en los asesores de venta de esta empresa?

## **1.2. Antecedentes**

### ***1.2.1. Antecedentes nacionales***

Dionisio y Román (2020) realizaron un estudio en Huancayo con el propósito de examinar la relación existente entre la felicidad y el engagement laboral en una muestra de 72 trabajadores de un supermercado, a través de un muestreo no probabilístico y por conveniencia. Trabajaron con una metodología bajo un diseño correlacional y transversal, la cual aplicaron el instrumento de medición, Utrecht Work Engagement Scale (UWES), con el fin de poder medir el nivel de compromiso laboral y la Escala Factorial de Felicidad (EFF) para evaluar la percepción de bienestar. Los resultados revelaron un valor de  $p = .774$ , lo cual evidenciaron que no existe una relación de manera significativa entre ambas variables, en base a la muestra estudiada. Sin embargo, los autores apuntaron que factores contextuales, como la rutina diaria de trabajo o la falta de reconocimiento, podrían estar influyendo en la baja correlación observada.

Fernández (2020) en Pimentel efectuó un estudio con el objetivo de poder analizar el vínculo entre la felicidad, la asertividad y el nivel de compromiso laboral en un grupo de 107 empleados de siete empresas agroindustriales, seleccionados por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia. A los participantes se les administraron la Escala de Felicidad de Lima (EFL), la Escala Multidimensional de Asertividad (EMA) y la Escala de Utrecht de

Engagement (UWES). El estudio lo desarrollo de tipo cuantitativo, con diseño básico y a través de un alcance correlacional. Los resultados que obtuvo mostraron un coeficiente correlacional (*Rho*) iguala 0,500, entre la felicidad y la asertividad, y el *Rho* es igual a -0,394 con la no asertividad, ambos con un nivel de significancia de  $p = 0,000$ . Concluyó, que existe una relación significativa entre la asertividad y la felicidad en los trabajadores analizados.

Gallardo (2020) realizó una investigación titulada *Relación entre asertividad y estilos de afrontamiento* en un grupo de trabajadores de una empresa familiar del sector avícola de Lima Metropolitana, con el propósito de analizar la asociación entre ambas variables en el contexto laboral. Bajo la aplicación de un diseño correlacional de tipo transversal, aplicando un muestreo no probabilístico por conveniencia a 77 trabajadores. Usó la Escala de Asertividad de Rathus adaptada por León y Vargas (2009) y el Cuestionario de Estilos de Afrontamiento de Lazarus y Folkman (1986). Los resultados evidenciaron la existencia de una correlación positiva moderada y significativa entre la asertividad y el afrontamiento centrado en el problema ( $r = .411, p < .01$ ) y una correlación negativa con el afrontamiento evaluativo ( $r = -.293, p < .05$ ). Estos hallazgos sugieren que las personas con mayores habilidades asertivas tienden a utilizar estrategias de afrontamiento más adaptativas frente al estrés, favoreciendo así su bienestar emocional y eficacia interpersonal.

Richard (2020) realizó un estudio aplicado a los estudiantes de nivel secundario del Colegio Unión de Ñaña, Lima, con el propósito de evaluar las características psicométricas de las escalas de autoestima de Rosenberg y de asertividad de Rathus en la población adolescente. En base a la metodología, fue no experimental y de tipo instrumental, aplicando el indicador de medición a una muestra de 505 estudiantes, los cuales fueron seleccionados por medio del muestreo no probabilístico. Para la medición de la asertividad, se utilizó la Escala de Asertividad de Rathus (EAR), adaptada por León y Vargas (2009). Los análisis factoriales

exploratorio y confirmatorio revelaron índices de ajuste adecuados ( $KMO = .846$ ;  $Bartlett\ p < .001$ ;  $\chi^2/gl = 2.520$ ;  $RMSEA = .055$ ;  $TLI = .854$ ;  $CFI = .894$ ;  $PNFI = .60$ ) y un alfa de Cronbach de .790, lo que demuestra la validez de constructo y la consistencia interna satisfactoria del instrumento en la población peruana.

Sánchez (2023) en Lima, determinó la relación entre la comunicación asertiva y el rendimiento laboral en 89 trabajadores de una clínica. La muestra se delimitó mediante un muestreo censal, considerando a la totalidad de la población. Se siguió un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de alcance correlacional. Los instrumentos que aplicó fueron el Cuestionario de Comunicación Asertiva (CCA) y el Cuestionario de Rendimiento Laboral (CRL). Por medio de una recolección de datos, los resultados revelaron que existe un coeficiente de correlación de ( $Rho$ ) = 0,617 con un nivel de significancia de  $p = 0,000$ . Pudo concluir que existe una relación de forma significativa entre la comunicación asertiva y el rendimiento laboral.

Bustamante y Escapa (2021) en Arequipa, estudiaron la relación entre la felicidad y el compromiso de los trabajadores operativos de una empresa de construcción, bajo un estudio descriptivo-correlacional, con un enfoque cuantitativo y no experimental. La muestra de estudio estuvo conformada por 122 personas, a los cuales le aplicaron el instrumento de medición: la Escala de Felicidad de Lima (EFL) y la Escala de Engagement en el Trabajo de Utrecht (UWES). Los hallazgos evidenciaron un coeficiente de correlación de ( $Rho$ ) = 0,293 y un nivel de significancia de  $p = 0,03$ , por lo que se concluyó que existe una relación positiva, significativa pero débil, entre las variables de estudio.

Ugarte et al. (2021) en Lima, realizaron una investigación con el objetivo de estudiar la relación entre el equilibrio vida-trabajo y la felicidad, por medio de un estudio cuantitativo de tipo correlacional, bajo un diseño no experimental y transversal. Estudiaron una muestra de

418 participantes, las cuales fueron seleccionados a través de un muestreo no probabilístico. Las técnicas y herramientas que usaron fueron: la Work-Life Balance Self-Assessment Scale (WLBSAS), la Work-Life Balance Culture Scale (WLBCS) y el Steen Happiness Index (SHI). Los resultados expusieron un coeficiente de correlación ( $Rho$ ) = 0,58 con un nivel de significancia de  $p = 0,000$ , lo cual indica una relación positiva y a su vez moderada entre el equilibrio vida-trabajo y la felicidad. Por lo tanto, concluyeron, que existe una asociación significativa entre ambas variables.

### ***1.2.2. Antecedentes internacionales***

Abedzadeh y Mahdian (2014) realizaron un estudio correlacional en Irán con el objetivo de analizar el vínculo entre la asertividad, la ansiedad social y la felicidad en una muestra de 400 escolares seleccionados mediante un muestreo no probabilístico intencional. Para la recolección de datos se emplearon Assertiveness Inventory (Gambrill y Richey, 1975), el Oxford Happiness Questionnaire (Hills y Argyle, 2002) y el Social Phobia Inventory (Connor et al., 2000). Los resultados mostraron una correlación positiva y significativa entre la asertividad y la felicidad ( $r = .41$ ,  $p < .01$ ), así como una relación negativa con la ansiedad social. Los autores concluyeron que los individuos más asertivos tienden a experimentar mayores niveles de bienestar y satisfacción con la vida, lo que refuerza la idea de que la expresión adecuada de pensamientos y emociones favorece la salud psicológica.

En México, Rodríguez-Hernández (2017) llevó a cabo un estudio con el objetivo de evaluar la validez de constructo de la Escala de Felicidad de Alarcón (EFL) en población adulta. Para ello, se utilizó un diseño instrumental y se aplicó la EFL a una muestra de participantes mexicanos, sometiendo los datos a análisis factorial exploratorio y confirmatorio. Los resultados mostraron que la estructura obtenida difería de la propuesta original de Alarcón (2006) ya que en lugar de las dimensiones propuestas inicialmente (sentido positivo de la vida,

satisfacción con la vida, realización personal y alegría de vivir), emergió una solución factorial de dos dimensiones que explicó de manera adecuada la varianza. Se concluyó que la escala presentaba validez aceptable en el contexto mexicano, aunque con una estructura distinta, lo cual evidencia la pertinencia de la EFL en diferentes culturas y la necesidad de considerar ajustes según el contexto en que se aplique.

Castillo et al. (2020) en Colombia, exploró la relación entre la felicidad y el estrés laboral en una muestra de trabajadores en la ciudad de Santa Marta donde se utilizaron dos cuestionarios: la Escala de Estrés Laboral de la OIT-OMS (EEL-OIT-OMS) y la Escala de Felicidad de Lima (EFL), con la participación de 50 personas seleccionadas mediante un muestreo por conveniencia. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y correlacional. Los hallazgos indicaron que el 68% de los participantes no padecían estrés laboral, y 52% de los participantes alcanzaron un alto nivel de felicidad. En cuanto a los niveles bajos de felicidad, el 10% de las mujeres y el 8% de los hombres presentaron un bajo nivel de felicidad. Se llegó a la conclusión de que hay pruebas suficientes para establecer una relación entre el estrés y la felicidad.

Okpamen et al. (2020) en Nigeria realizaron un estudio con el objetivo de analizar la conexión entre la asertividad y el desempeño laboral. El estudio utilizó un diseño transversal con enfoque cuantitativo, aplicando la Escala de Asertividad de Rathus (EAR) para medir la asertividad y la Role-Based Performance Scale (RBPS) para evaluar el rendimiento laboral en una muestra de 110 trabajadores de empresas manufactureras públicas y privadas, seleccionados mediante muestreo por conveniencia. El análisis estadístico incluyó correlación de Pearson e independencia de muestras con prueba *t*. Los resultados evidenciaron una correlación positiva y significativa entre la asertividad y el desempeño laboral ( $r = 0,286$ ;  $p < 0,01$ ), además de diferencias significativas entre empleados altamente asertivos y menos

asertivos, con mejores puntuaciones de rendimiento en los primeros ( $M = 79,45$  vs.  $M = 76,23$ ;  $p = 0,009$ ). Se concluyó que las habilidades asertivas predicen un mejor desempeño laboral, por lo que fomentar la asertividad en el lugar de trabajo contribuye a la sostenibilidad organizacional.

Álvarez (2022) en Panamá analizó la felicidad como un factor motivacional clave en el rendimiento de los trabajadores. La investigación se realizó con un enfoque de campo, utilizando un diseño no experimental y un nivel descriptivo. Se incluyó en la población a 180 empleados de la empresa, y se seleccionó una muestra intencional de 63 trabajadores. La recolección de datos se llevó a cabo mediante un Cuestionario de Felicidad Laboral (CFL) y el Test de Evaluación de Emociones (TEE). Los resultados revelaron que, aunque los empleados reciben formación y capacitación en el área operativa para garantizar un servicio de calidad, los incentivos y bonificaciones previamente otorgados por un buen desempeño fueron eliminados. Los hallazgos destacan la importancia de la felicidad como un factor motivacional clave en el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa de consumo de alimentos en Panamá.

Belen (2021) desarrolló una investigación en 400 estudiantes universitarios turcos, utilizando un diseño transversal y muestreo por conveniencia. El objetivo fue examinar el efecto conjunto de la asertividad y la atención plena sobre el bienestar subjetivo. Se aplicaron la Rathus Assertiveness Schedule (EAR), la Mindfulness Attention Awareness Scale (MAAS) y la Satisfaction with Life Scale (SWLS). Los análisis de regresión múltiple revelaron que tanto la asertividad como la atención plena se asociaron positivamente con el bienestar psicológico, el afecto positivo y la satisfacción vital, e inversamente con el afecto negativo. Se llegó a la conclusión de que la asertividad desempeña un papel protector en el bienestar emocional,

facilitando una comunicación eficaz, fortaleciendo la autoestima y favoreciendo la autorregulación emocional.

Hernández-Gracia et al. (2023) en México, evaluó el grado de felicidad laboral en los trabajadores de cuatro empresas manufactureras. La cual fue desarrollado bajo un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional y transversal. La población inicial estuvo conformada por 600 empleados seleccionados mediante muestreo aleatorio simple, de los cuales finalmente participaron 234. Para la medición se aplicó la Escala de Felicidad de Lima (EFL), cuyos resultados mostraron que el nivel de felicidad laboral fue moderado, con una tendencia hacia valores bajos. Los factores organizacionales que presentaron mayor correlación fueron la remuneración y la relación con los jefes inmediatos. Asimismo, observó que, a medida que los trabajadores aumentaron en edad y experiencia, también crecieron sus expectativas y compromisos. En conclusión, se determinó que resultaba necesario alcanzar un equilibrio entre los factores intrínsecos y extrínsecos para favorecer la satisfacción y el bienestar de los empleados.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Determinar la relación entre felicidad y asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Identificar los niveles de felicidad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- Identificar los niveles de asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

- Comparar las diferencias de las medias de la felicidad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- Comparar las diferencias de las medias de la asertividad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- Establecer la relación entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

#### **1.4. Justificación**

Es conveniente porque posibilita conocer si los trabajadores presentan niveles adecuados de felicidad que le pueden permitir afrontar las dificultades presentes durante su rutina. De la misma manera, permitirá conocer el grado de asertividad que estos poseen. Además, hasta el momento no se ha realizado una investigación que correlacione ambas variables en asesores de venta en Lima Metropolitana.

Este estudio cuenta con relevancia teórica, debido a que servirá para comprender de forma clara cómo interactúan la felicidad y la asertividad en asesores de venta, permitiendo tener una base sólida de conocimiento que pueda demostrar la naturaleza de su relación en esta población. Además, se trabajará con teorías relacionadas que abordan la felicidad y la asertividad, lo que permitirá enriquecer la interpretación de los resultados y contextualizar los hallazgos dentro de enfoques teóricos establecidos. El estudio contribuirá a llenar un vacío en la literatura existente, especialmente en el contexto peruano.

El estudio se justifica metodológicamente por su enfoque cuantitativo, que permite medir de manera precisa las variables de felicidad y asertividad en los asesores de venta. Se utiliza un diseño no experimental y transversal, adecuado para observar y analizar las relaciones entre las variables sin manipularlas, y se lleva a cabo en un único momento. La recolección de datos mediante cuestionarios validados previamente garantiza la fiabilidad de

la información. Además, se emplea un análisis cuantitativo correlacional para medir la relación entre las variables, lo que permite obtener resultados objetivos y aplicables al contexto de la empresa retail de Lima Metropolitana.

Presenta relevancia práctica, dado que los resultados que se obtengan, beneficiarán a los trabajadores de primera necesidad y a las organizaciones, permitiendo conocer, en primer lugar, cuál es el grado de felicidad y asertividad de los trabajadores. De forma que la organización pueda crear planes de contingencia y/o reforzamiento de dichas variables en sus trabajadores, buscando incrementar o mantener el grado de felicidad y, al mismo tiempo elevar o mantener el nivel de asertividad. Además, la relación existente entre ambas variables permitirá esclarecer y simplificar las acciones a realizar por la organización para mejorar la calidad de vida de sus trabajadores.

## **1.5. Hipótesis**

### ***1.5.1. Hipótesis general***

- HG: Existe una relación estadísticamente significativa entre el nivel de felicidad y asertividad en asesores de venta de una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- HG0: No existe una relación estadísticamente significativa entre el nivel de felicidad y asertividad en asesores de venta de una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

### ***1.5.2. Hipótesis específicas***

- HE3: Se observan diferencias significativas en las medias de felicidad al comparar por sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- HE0: No se observan diferencias significativas en las medias de felicidad al comparar por sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- HE4: Se observan diferencias significativas en las medias de asertividad al comparar por sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

- HE0: No se observan diferencias significativas en las medias de asertividad al comparar por sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- HE5: Se encuentra relación significativa entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.
- HE0: No se encuentra relación significativa entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

#### 2.1.1. *Felicidad*

**2.1.1.1. Definiciones conceptuales.** Entre las definiciones conceptuales de felicidad, se tienen las siguientes:

Russell (1930) fue uno de los primeros autores en ofrecer una concepción moderna del término, entendiendo la felicidad como un estado emocional estable que surge cuando las personas logran armonía entre sus deseos y la realidad que las rodea. Para el autor, alcanzar la felicidad implica moderar los deseos excesivos y cultivar intereses que permitan disfrutar de la vida cotidiana. Así, la felicidad no depende únicamente de factores externos, sino también de la actitud interna con la que cada individuo enfrenta sus circunstancias.

Posteriormente, Diener (1984) presentó el concepto de bienestar subjetivo, conceptualizando la felicidad como una mezcla entre una evaluación cognitiva, que es la satisfacción con la vida, y una evaluación afectiva, que involucra la presencia de emociones positivas y la ausencia de emociones negativas. Desde esta perspectiva, la felicidad se concibe como una experiencia integral que involucra tanto la emoción como la reflexión, y no solo como un estado transitorio de placer.

Ryff (1989) amplió la comprensión del bienestar al desarrollar el modelo del bienestar psicológico, que asocia la felicidad con el desarrollo personal y la autorrealización. Su propuesta incluye seis dimensiones: autoaceptación, relaciones positivas con los demás, autonomía, dominio del entorno, propósito vital y crecimiento personal. De acuerdo con la autora, la felicidad se alcanza mediante el funcionamiento psicológico óptimo, más allá de la simple presencia de emociones placenteras.

En la década de 1990, Csikszentmihalyi (1990) propuso el concepto de “flow” o flujo, entendido como un estado de inmersión total en una actividad que produce disfrute y sentido. La felicidad, en este contexto, surge cuando las personas se involucran plenamente en actividades que equilibran sus desafíos y habilidades, generando concentración, control y satisfacción intrínseca.

Lyubomirsky (2001) definió la felicidad como la experiencia frecuente de emociones positivas, la satisfacción con la vida y la percepción de que la propia existencia tiene significado. Subraya, además, que la felicidad no depende únicamente de las circunstancias externas, sino también de la interpretación que las personas hacen de ellas y de los hábitos emocionales que cultivan.

Alarcón (2006) en el contexto latinoamericano, planteó que la felicidad se origina en la vivencia de sensaciones positivas derivadas de experiencias gratificantes, expresadas en emociones como la alegría, el placer, la satisfacción, el alborozo y la relajación. De manera complementaria, Boehm y Lyubomirsky (2008) sostienen que una persona feliz se caracteriza por experimentar con frecuencia emociones positivas, tales como entusiasmo, interés y satisfacción, las cuales contribuyen a un mayor bienestar general.

Finalmente, Seligman (2012) amplió la comprensión del concepto a través de su modelo PERMA, que integra cinco componentes fundamentales del bienestar: emociones positivas, compromiso, relaciones positivas, sentido y logros personales. Cada dimensión contribuye de manera independiente al bienestar, pero es su interacción equilibrada la que permite experimentar una vida plena y satisfactoria. Desde esta perspectiva, la felicidad no se reduce a la búsqueda de placer, sino que implica el desarrollo sostenido de aspectos afectivos, sociales y de realización personal.

Para el presente estudio se adoptará la definición de felicidad propuesta por Alarcón (2006), por considerarse la más pertinente al contexto de la investigación y coherente con los objetivos planteados. Dicha concepción constituye, además, la base teórica sobre la cual se desarrolló la Escala de Felicidad de Lima, instrumento ampliamente validado en el contexto peruano y con respaldo empírico sólido. Esta definición permite comprender con mayor precisión la realidad problemática analizada en el estudio.

**2.1.1.2. Teorías relacionadas.** Diversos enfoques teóricos han buscado explicar la naturaleza de la felicidad, sus determinantes y la manera en que se manifiesta en la experiencia humana. Entre las principales propuestas destacan las teorías hedonistas, eudaimónica, del flujo, de la autodeterminación, del set point y la teoría de Alarcón, las cuales abordan la felicidad desde perspectivas complementarias.

**A. Teoría Hedonista.** La teoría hedonista concibe la felicidad como el resultado de la búsqueda del placer y la evitación del dolor. Desde esta postura, las experiencias placenteras y la satisfacción de los deseos constituyen los principales indicadores de bienestar. Este planteamiento, de origen filosófico, ha influido en las concepciones psicológicas contemporáneas que asocian la felicidad con la frecuencia de emociones positivas y con la valoración subjetiva de la vida (Kahneman et al., 1999). En este sentido, el bienestar se entiende como una experiencia interna dependiente del disfrute y de la percepción individual del propio estado emocional.

**B. Teoría Eudaimónica.** La teoría eudaimónica sostiene que la felicidad no se reduce a la búsqueda de placer, sino que se alcanza a través del crecimiento personal, la autorrealización y la vivencia de una vida con propósito. Este enfoque, de raíz aristotélica, destaca el desarrollo de las capacidades humanas y la coherencia entre los valores y las acciones. Las propuestas de Ryff (1989) y Seligman (2012) se inscriben en esta corriente, al

resaltar que el bienestar se logra mediante el funcionamiento psicológico óptimo y el cultivo de virtudes, relaciones y metas con sentido. Así, la felicidad se entiende como una consecuencia del ejercicio activo de las fortalezas personales y del compromiso con una vida significativa.

**C. Teoría del Flujo.** La teoría del flujo o flow, desarrollada por Csikszentmihalyi (1990), complementa las perspectivas anteriores al describir la felicidad como un estado de inmersión total en una actividad que equilibra los desafíos y las habilidades personales. A diferencia de las teorías que conciben la felicidad como un estado pasivo, el flujo representa una experiencia dinámica de concentración, disfrute y sentido. Este enfoque integra el placer del momento (dimensión hedónica) con la realización personal (dimensión eudaimónica), entendiendo la felicidad como un proceso activo de conexión plena con la experiencia.

**D. Teoría de la Autodeterminación.** La teoría de la autodeterminación, propuesta por Deci y Ryan (1985, 2000), explica la felicidad como el resultado de la satisfacción de tres necesidades psicológicas básicas: autonomía, competencia y relación. Cuando estas necesidades se encuentran cubiertas, las personas experimentan motivación intrínseca y bienestar duradero. Esta teoría amplía la comprensión de la felicidad al situarla en el contexto de la motivación humana, subrayando que el bienestar surge de actuar en coherencia con los propios valores y de mantener vínculos significativos con los demás.

**E. Teoría del Set Point o Nivel Base de Felicidad.** La teoría del set point o nivel base de felicidad, propuesta por Brickman y Campbell (1971) y más tarde desarrollada por Lyubomirsky et al. (2005), sostiene que cada persona tiene un grado de felicidad relativamente constante, el cual está influenciado en parte por factores genéticos y de personalidad. Los acontecimientos externos pueden alterar temporalmente este nivel, pero las personas tienden a regresar con el tiempo a su punto de equilibrio emocional, fenómeno conocido como adaptación hedónica. Este enfoque aporta una perspectiva biológica y contextual, al sugerir

que, si bien parte de la felicidad es estable, las acciones intencionales y el desarrollo personal pueden generar cambios sostenidos en el bienestar.

**F. Teoría de la Felicidad de Alarcón.** La teoría de la felicidad de Alarcón (2015), elaborada en el contexto latinoamericano, explica la felicidad como la experiencia subjetiva que resulta de poseer o alcanzar un “bien” valorado por el individuo. Dicho bienestar depende de un proceso evaluativo en el que intervienen componentes afectivos y cognitivos, a través de los cuales la persona asigna significado a los bienes que considera deseables. Estos bienes pueden ser materiales, éticos, sociales o espirituales, y su valor varía según la cultura, el tiempo histórico y las prioridades personales.

Siguiendo la noción de valencia positiva de Kurt Lewin, Alarcón enfatiza que los objetos o metas adquieren su valor según la interpretación subjetiva del individuo, por lo que un mismo bien no produce la misma felicidad en todos. Esta teoría resalta el carácter contextual y cultural de la felicidad, ofreciendo una visión integradora que reconoce la influencia de los factores sociales en la experiencia individual del bienestar.

**2.1.1.3. Las dimensiones de la felicidad.** Para la elaboración de la Escala de Felicidad de Lima, Alarcón (2006) encontró 4 componentes de la felicidad:

**A. Sentido positivo de la vida.** Este factor se refiere a la ausencia de estados depresivos graves, así como a experimentar emociones positivas hacia uno mismo y hacia la vida en general.

**B. Satisfacción con la vida.** Este componente se basa en la satisfacción con los logros alcanzados, la sensación de estar en el lugar adecuado en la vida, o la creencia de estar cerca de cumplir los ideales personales.

**C. Realización Personal.** Esta dimensión implica autonomía, independencia, paz emocional y serenidad. Estas condiciones son fundamentales para alcanzar una felicidad plena. El concepto de "realización personal" está relacionado con la idea de felicidad que considera la búsqueda de metas que el individuo considera importantes y valiosas.

**D. Alegría de vivir.** Este factor refleja la percepción de lo gratificante que es vivir, destacando experiencias positivas y el sentimiento general de bienestar.

### **2.1.2. Asertividad**

**2.1.2.1. Definiciones conceptuales.** En la literatura psicológica, la asertividad ha sido un concepto ampliamente estudiado, particularmente desde la década de 1970, cuando experimentó un notable auge dentro de la psicología conductual y de la terapia del comportamiento. Durante este periodo, el término adquirió gran relevancia en el ámbito clínico y educativo, convirtiéndose en un eje central en el tratamiento de los problemas de interacción social. La popularidad del constructo fue tal que surgieron asociaciones dedicadas exclusivamente al entrenamiento asertivo y publicaciones especializadas, como *ASSERT: The Newsletter of Assertive Behavior* (Caballo, 1983).

No obstante, la diversidad de enfoques teóricos ha generado múltiples definiciones y modelos que, aunque no siempre coinciden, coinciden en que la habilidad para comunicarse de forma adecuada es una manera eficaz de interactuar socialmente, lo que facilita la expresión de pensamientos, emociones y derechos propios de manera respetuosa y adecuada hacia los demás (Caballo, 1983; León y Vargas, 2009).

Desde los primeros enfoques conductuales, Wolpe (1973) definió la asertividad como un conjunto de respuestas aprendidas que permiten expresar adecuadamente los sentimientos y defender los derechos personales sin ansiedad excesiva. En esta línea, Rimm y Masters

(1974) la describieron como una conducta interpersonal que implica la expresión honesta y directa de los propios sentimientos.

Por su parte, Alberti y Emmons (1978) ofrecieron una de las definiciones más influyentes, señalando que la conducta asertiva es aquella que permite a la persona “actuar según sus intereses más importantes, defenderse sin ansiedad inapropiada, expresar sentimientos honestos y ejercer sus derechos sin negar los derechos de los demás” (p. 2). Esta definición marcó un cambio conceptual importante al incorporar la noción de equilibrio entre la autoafirmación y el respeto mutuo.

En una perspectiva complementaria, Jakubowski y Lange (1978) destacaron que la asertividad no solo implica expresar necesidades y emociones, sino hacerlo de manera responsable y empática, reconociendo los derechos propios y ajenos. MacDonald (1978) también contribuyó a esta visión, definiendo la asertividad como la expresión abierta de preferencias o deseos de forma tal que los demás los tomen en cuenta, subrayando su naturaleza comunicativa y relacional.

Posteriormente, Brown (1980) amplió el enfoque conductual al incorporar la dimensión motivacional, explicando la asertividad como un tipo de conducta interpersonal dirigida a obtener refuerzos personales, pero minimizando las pérdidas de refuerzo para los otros. Esta definición subraya el carácter interactivo y adaptativo de la conducta asertiva, que busca la satisfacción de las propias necesidades sin generar conflicto o agresión.

De forma más integradora, Caballo (1986, 2007) conceptualizó la asertividad dentro del marco de las habilidades sociales, señalando que se trata de un conjunto de comportamientos que permiten expresar sentimientos, actitudes, deseos y opiniones de manera adecuada al contexto, respetando los derechos de los demás y resolviendo eficazmente los problemas interpersonales. Caballo propuso además un continuo de conducta que va desde la

pasividad hasta la agresividad, situando la asertividad en un punto medio de equilibrio entre ambos extremos.

En las últimas décadas, autores como Fensterheim y Baer (2008) han reforzado la idea de que la asertividad es una habilidad aprendida, vinculada a la autoestima y la autoeficacia, que permite mantener relaciones interpersonales saludables y reducir los niveles de ansiedad y conflicto social.

A pesar de la variedad de definiciones existentes, existe un consenso general en que la conducta asertiva implica:

- Expresar pensamientos, emociones y derechos de manera honesta y directa.
- Mantener el respeto por los demás y por uno mismo.
- Buscar la resolución constructiva de los conflictos.
- Rechazar demandas injustificadas y aceptar críticas o cumplidos de forma adecuada (León, 2014).

Para los fines del presente estudio, se adoptará la definición de Caballo (1986), por ser la que mejor integra los componentes conductuales, cognitivos y sociales de la asertividad. Asimismo, dicha concepción guarda coherencia con el instrumento empleado para su evaluación: la Escala de Asertividad de Rathus, adaptada por León y Vargas (2009), que operativiza el constructo desde esta perspectiva integradora.

**2.1.2.2. Teorías relacionadas.** La asertividad ha sido abordada desde distintos enfoques teóricos que han contribuido a su comprensión como una habilidad social esencial para el funcionamiento interpersonal. Estas teorías difieren en la manera en que explican su origen, sus componentes y sus funciones adaptativas, pero coinciden en que la conducta asertiva favorece el bienestar psicológico, la comunicación efectiva y la regulación emocional.

A continuación, se presentan los principales enfoques teóricos que sustentan el estudio de la asertividad.

**A. *Enfoque Conductual.*** El enfoque conductual fue uno de los primeros en abordar la asertividad, entendiéndola como una conducta aprendida que puede modificarse mediante técnicas de entrenamiento. Desde esta perspectiva, la asertividad se concibe como un conjunto de respuestas sociales adquiridas por aprendizaje, que permiten expresar pensamientos, emociones y derechos personales de manera adecuada, reduciendo la ansiedad asociada a la interacción social (Wolpe, 1973).

Wolpe (1958, 1973) y Lazarus (1971), pioneros de este modelo, sugirieron que la conducta asertiva puede ser adquirida mediante métodos como el modelado, la exposición progresiva y el refuerzo positivo, con la finalidad de sustituir conductas inhibidas o agresivas por comportamientos más adecuados. Este enfoque dio lugar al Entrenamiento Asertivo, una técnica terapéutica que busca reducir la ansiedad social, mejorar la autoexpresión y optimizar la comunicación interpersonal, lo cual sentó las bases de los programas posteriores de habilidades sociales y de las primeras escalas de evaluación de la asertividad.

**B. *Enfoque Cognitivo-Social.*** Con el tiempo, los modelos cognitivos complementaron la visión conductual al reconocer que la asertividad no solo depende de las respuestas observables, sino también de los procesos cognitivos que las anteceden. Desde esta perspectiva, la conducta asertiva está mediada por pensamientos, creencias y valoraciones personales que influyen en la forma de actuar ante los demás (Bandura, 1986). Autores como Caballo (1986, 2007) y Alberti y Emmons (1978) sostienen que para comportarse asertivamente las personas deben poseer esquemas cognitivos realistas, autoevaluaciones adecuadas y creencias racionales sobre los derechos propios y ajenos. Así, una persona con pensamientos distorsionados —por ejemplo, “si digo no, pensarán que soy egoísta”— tenderá a actuar pasivamente o con culpa.

En síntesis, este enfoque explica la asertividad como una interacción entre cognición, emoción y conducta, donde la autoconfianza, la percepción de autoeficacia y la regulación emocional constituyen los principales factores que facilitan una comunicación interpersonal efectiva.

**C. Teoría de las Habilidades Sociales.** El modelo de competencias sociales, propuesto principalmente por Caballo (1993, 2007), integra los enfoques conductuales y cognitivos al considerar la asertividad como una de las habilidades fundamentales en el repertorio social del individuo. Las habilidades sociales se entienden como conductas aprendidas que permiten interactuar eficazmente con los demás, logrando metas personales sin vulnerar los derechos de los otros. En este contexto, la conducta socialmente competente abarca la expresión apropiada de emociones tanto positivas como negativas, la habilidad para rechazar solicitudes indebidas, pedir favores, defender los derechos personales y ofrecer o recibir cumplidos. La asertividad, dentro de este modelo, representa una dimensión central del comportamiento social adaptativo, esencial para mantener relaciones interpersonales satisfactorias, resolver conflictos de manera constructiva y fortalecer la autoestima. Por su relevancia práctica, este enfoque ha influido de forma decisiva en el diseño de programas de intervención psicológica y entrenamiento social, tanto en contextos clínicos como educativos y organizacionales.

**D. Enfoque Humanista.** Desde este enfoque, la asertividad se concibe como la manifestación de la autoaceptación, autenticidad y congruencia personal. Autores como Rogers (1961) y Fensterheim y Baer (2008) plantean que actuar asertivamente implica ser fiel a los propios sentimientos, valores y necesidades, expresándolos de manera honesta y respetuosa. La conducta asertiva, en este sentido, refleja un proceso de autorrealización y autoestima saludable, al permitir que el individuo se relacione desde la autenticidad y no desde la sumisión o la agresión. Este enfoque resalta el componente ético y existencial de la asertividad: vivir de acuerdo con los propios principios, asumir responsabilidad sobre las propias acciones y

mantener empatía hacia los demás. En conjunto, la perspectiva humanista entiende la asertividad no solo como una habilidad comunicativa, sino como una expresión de madurez personal y bienestar psicológico integral.

**2.1.2.3. Dimensiones de la asertividad.** León y Vargas (2009) encontraron seis dimensiones que conforman la asertividad.

**A. *demostrar disconformidad.*** Habilidad para manifestar molestia o insatisfacción en situaciones públicas donde se espera que una necesidad explícita planteada por la persona sea atendida de una manera específica.

**B. *Manifestación de pensamientos y creencias.*** Actitud para comunicar de manera clara, breve y espontánea los sentimientos, pensamientos y creencias que las personas pueden experimentar en determinadas situaciones. Además, incluye las respuestas motoras, como la búsqueda y confrontación con las personas involucradas.

**C. *Eficacia.*** Valoración de la autoeficacia para gestionar situaciones. Se trata de un juicio personal sobre el nivel de competencia que se tiene para enfrentar interacciones sociales cotidianas.

**D. *Interacción con organizaciones.*** Habilidad para desenvolverse en el entorno organizacional en situaciones donde es necesario realizar solicitudes o atender demandas específicas.

**E. *Expresión de opiniones.*** Libertad y serenidad para expresar públicamente las opiniones, sin temor al ridículo o a la desaprobación social.

**F. *Decir no.*** Habilidad para rechazar, ofrecer comentarios contrarios a los intereses ajenos o decir 'no' ante solicitudes que se consideran inapropiadas o irracionales.

### III. MÉTODO

#### 3.1. Tipo de investigación

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, ya que se emplearon datos numéricos para analizar la relación entre la felicidad y la asertividad, con el propósito de identificar patrones y contrastar las hipótesis formuladas mediante técnicas estadísticas. El estudio tuvo un alcance correlacional, puesto que se centró en determinar si existía una relación significativa entre las dos variables, sin intentar establecer causalidad ni modificar los factores involucrados. Asimismo, se utilizó un diseño no experimental, ya que las variables fueron observadas y evaluadas en su contexto natural, sin intervención por parte de los investigadores. Este enfoque permitió examinar la asociación entre la felicidad y la asertividad de los asesores de ventas en una empresa retail de Lima Metropolitana a través de la observación objetiva y el tratamiento estadístico de los datos (Vizcaíno et al., 2023).

Por su parte, la investigación fue de tipo básica, ya que tuvo como propósito generar conocimiento sobre la relación entre la felicidad y la asertividad en los asesores de venta, sin un objetivo de aplicación práctica inmediata. Se orientó a la comprensión y explicación de las variables estudiadas (Tam et al., 2008). Además, el corte fue transversal, puesto que los datos se recolectaron en un único momento, lo que brindó una visión puntual de la relación entre ambas variables, sin realizar un seguimiento a largo plazo. Según Dagnino (2014), este tipo de diseño se caracteriza por la observación de los participantes en un único momento en el tiempo.

#### 3.2. Ámbito temporal y espacial

El estudio se realizó desde el mes de agosto hasta el mes de diciembre del 2023. La obtención de los datos se llevó a cabo desde la primera semana de noviembre hasta la tercera semana de diciembre. La recolección de la información se efectuó una única vez por

participante, a través de un formulario de Google Forms que se facilitó a los trabajadores de la sede Maestro Colonial de Lima Metropolitana.

### **3.3. Variables**

#### **3.3.1. *Felicidad***

- **Definición conceptual**

Es un estado de satisfacción vivido de manera relativamente constante a lo largo del tiempo, y que es percibido subjetivamente por un individuo que posee algo deseado (Alarcón, 2006).

- **Definición operacional**

Puntuación obtenida en la Escala de Felicidad de Alarcón (EFL).

**Tabla 1***Operacionalización de la variable felicidad*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Niveles y rangos</b>	<b>Nivel de medición</b>
Sentido positivo de la vida	Optimismo en situaciones difíciles.	2, 7, 11, 14, 17, 18,	Muy baja (27-87)	Ordinal
	Enfoque en soluciones.	19, 20, 22,		
	Reconocimiento de logros.	23, 26	Baja (88-95)	
Satisfacción con la vida	Sonrisa frecuente.	1, 3, 4, 5,	Media (96-110)	
	Participación activa en equipo.	6, 10	Alta (111-118)	
	Reacción positiva a elogios.		Muy alta (119-135)	
Realización Personal	Menciona metas alcanzadas.	8, 9, 21,		
	Busca desarrollo personal.	24, 25, 27		
	Enfoque positivo en el trabajo.			
Alegría de vivir	Actitud entusiasta.			
	Disfruta al completar tareas.	12, 13, 15,		
	Busca momentos de descanso.	16		

### 3.3.2. *Asertividad*

- **Definición conceptual**

Caballo (1986) considera que la conducta asertiva se presenta en un continuo, que va desde la pasividad hasta la agresividad. Según este autor, la conducta socialmente efectiva se refiere a un conjunto de comportamientos que un individuo muestra en un contexto social, en los cuales comunica sus emociones, actitudes, deseos, opiniones o derechos de manera apropiada para la situación. Además, respeta las conductas de los demás y busca solucionar los problemas inmediatos, al mismo tiempo que disminuye la posibilidad de que surjan inconvenientes en el futuro.

- **Definición operacional**

Puntaje obtenido en la Escala de Asertividad de Rathus (EAR).

**Tabla 2***Operacionalización de la variable asertividad*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y rangos	Nivel de medición
Demostrar disconformidad	Expresa desacuerdo de manera respetuosa. Hace notar su opinión cuando no está de acuerdo	3,17, 19, 20		
Manifestación de sentimientos y creencias	Expresa sus emociones de forma clara. Habla abiertamente sobre lo que cree.	5, 13, 14, 21		
Eficacia	Cumple con sus responsabilidades de manera eficiente. Resuelve problemas de forma efectiva.	1, 2, 6, 7, 16	Muy inferior (<29) Inferior (30-39) Promedio (40-60)	Ordinal
Interacción con organizaciones	Se comunica de manera efectiva con el grupo. Participa activamente en equipos y proyectos.	8, 9, 10	Superior (61-70) Muy superior (>71)	
Expresión de opiniones	Comparte sus opiniones con seguridad. Aporta ideas y soluciones en conversaciones.	12, 18, 22		
Decir no	Rechaza solicitudes de manera clara y respetuosa. Sabe poner límites cuando es necesario.	4, 11, 15		

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Población**

La población estudiada fueron el conjunto de trabajadores de Maestro que laboran en la sede Colonial de Lima Metropolitana. La cantidad de población para el momento en que se realizó el estudio era de 100 asesores de ventas, de los cuales participaron un total de 95 personas. Del total de participantes, 49 fueron hombres (51.58 %) y 46 mujeres (48.42 %). Las edades de los participantes se encontraron en un rango que comprendía desde los 22 hasta los 72 años.

#### **3.4.2. Muestra**

La muestra estuvo conformada por 95 trabajadores de la sede Maestro Colonial de Lima Metropolitana, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando a aquellos que se encontraban laborando durante el periodo de recolección de datos y aceptaron participar en el estudio. Si bien no se evaluó a la totalidad de la población, la muestra alcanzó una cobertura del 95% de la misma, lo que permite contar con un alto nivel de representatividad de los resultados. De acuerdo con Hernández et al. (2014), el muestreo implica la selección de una parte de la población, mientras que el censo comprende la totalidad de sus elementos.

#### **3.4.3. Criterios de inclusión**

- Trabajadores con más de 18 años de edad.
- Trabajadores que consientan participar de manera voluntaria en el estudio.

#### **3.4.4. Criterios de exclusión**

- Trabajadores que no consientan participar de manera voluntaria en el estudio.
- Trabajadores que no residan en Lima Metropolitana.

### 3.5. Instrumentos

#### 3.5.1. Escala de Felicidad de Lima (EFL)

Esta escala fue desarrollada por Reynaldo Alarcón (2006) con el propósito de medir de manera objetiva el nivel de felicidad en personas adultas. Consta de 27 ítems tipo Likert cuyos puntajes van desde el 1 (“totalmente en desacuerdo”) hasta el 5 (“totalmente de acuerdo”), distribuidos en cuatro dimensiones: sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida, realización personal y alegría de vivir.

Diversos estudios han aportado evidencia sobre la validez y confiabilidad de la EFL en distintos contextos. Por ejemplo, Toribio et al. (2012) hallaron en universitarios peruanos un coeficiente  $\alpha = .917$ , mientras que Arias Gallegos et al. (2016) identificaron en universitarios de Arequipa una estructura de cuatro factores con cargas entre .33 y .64 y un  $KMO = .927$ , respaldando su consistencia interna. Asimismo, Moreno e Ibarra (2017) evaluaron la EFL en 291 trabajadores de empresas de servicios venezolanas, obteniendo un  $\alpha = .86$  y confirmando una estructura de cuatro factores que explicó el 47.88 % de la varianza total, lo que sustenta su validez y confiabilidad.

En el contexto peruano más reciente, Chipana y Minga (2021) aplicaron la EFL a 808 adultos de Lima Metropolitana y reportaron un modelo bifactor con excelentes índices de ajuste ( $TLI = .98$ ;  $CFI = .98$ ;  $\chi^2/df = 2.50$ ;  $RMSEA = .043$ ;  $SRMR = .031$ ) y una alta consistencia interna ( $\alpha = .959$ ;  $\omega = .959$ ). Por su parte, Bazán-Castañeda y Oscate-Aguilar (2022) evaluaron la escala en 321 jóvenes limeños, reportando pruebas de la validez del contenido, con valores entre .88 y 1.00, así como de la validez estructural, con índices que cumplen con los estándares aceptables ( $CFI = .917$ ;  $TLI = .908$ ;  $SRMR = .084$ ;  $RMSEA = .089$ ). Además, reportaron valores de alfa de Cronbach entre .745 y .919, y de  $\omega$  de McDonald entre .763 y .920 para las diversas

dimensiones, concluyendo que la EFL proporciona evidencia suficiente de validez y confiabilidad para la población evaluada.

Finalmente, Ramírez (2020) aplicó la EFL en 430 estudiantes de secundaria del Rímac, obteniendo validez de contenido adecuada ( $V$  de Aiken  $> .70$ ) y una estructura factorial coherente con el modelo original de cuatro dimensiones.

En el presente estudio, la EFL mostró adecuados índices de confiabilidad, con un  $\alpha = .934$  y un  $\omega = .933$ , considerados excelentes según los criterios de George y Mallery (2019). Todas las dimensiones presentaron valores de  $\alpha$  superiores a  $.786$ , lo que indica una consistencia interna aceptable (Bearden et al., 2011). Los valores específicos de confiabilidad para la escala total y sus dimensiones se presentan en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Confiabilidad de la Escala de Felicidad de Lima*

Escala / Dimensión	$\alpha$ de Cronbach	$\omega$ de McDonald	Nº de ítems
Felicidad	.934	.933	27
Sentido positivo de la vida	.867	—	11
Satisfacción con la vida	.876	—	6
Alegría de vivir	.786	—	6
Realización personal	.799	—	4

Se llevó a cabo una evaluación de la correlación ítem-test con el objetivo de evaluar la consistencia interna de los ítems que componen la Escala de Felicidad de Lima. Los resultados,

presentados en la tabla 4, evidenciaron correlaciones ítem–total corregidas que oscilaron entre .175 y .779, lo que demuestra una adecuada homogeneidad entre los ítems y su coherencia con la puntuación total del instrumento. Según los criterios de George y Mallery (2019), los valores superiores a .30 reflejan una adecuada contribución de cada ítem al constructo evaluado. Además, se observó que la eliminación de ninguno de los ítems incrementaría de manera significativa el coeficiente alfa de Cronbach general ( $\alpha = .934$ ), por lo que se conservaron todos los reactivos originales de la escala.

**Tabla 4**

*Análisis ítem–test de la Escala de Felicidad de Lima*

Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa si el ítem se elimina
1	.494	.932
2	.651	.931
3	.670	.930
4	.779	.929
5	.499	.932
6	.746	.929
7	.635	.931
8	.614	.931
9	.379	.936
10	.682	.930
11	.684	.930

**Tabla 4 (continuación)**

Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa si el ítem se elimina
12	.618	.931
13	.702	.930
14	.175	.938
15	.502	.932
16	.599	.932
17	.617	.931
18	.623	.931
19	.369	.934
20	.544	.932
21	.697	.930
22	.661	.930
23	.594	.931
24	.640	.931
25	.651	.931
26	.516	.932
27	.343	.935

*Nota.* Se presentan las correlaciones ítem–test corregidas y el coeficiente alfa de Cronbach si el ítem se elimina.  $\alpha$  total = .934. Los ítems con correlaciones inferiores a .30 pueden considerarse candidatos para revisión (George y Mallery, 2019).

### 3.5.2. Escala de asertividad de Rathus (EAR)

El Rathus Assertiveness Schedule (RAS) fue desarrollado por Rathus (1973) con el propósito de evaluar la conducta asertiva en distintas situaciones sociales. El instrumento original está compuesto por 30 ítems que describen comportamientos vinculados con la expresión de opiniones, la defensa de los derechos personales, la capacidad para rechazar demandas y el manejo de críticas. Se responde mediante una escala tipo Likert de seis puntos, que va desde -3 (“muy poco característico de mí”) hasta +3 (“muy característico de mí”), permitiendo obtener un puntaje total de asertividad. La aplicación requiere entre 15 y 20 minutos y ha mostrado adecuados niveles de validez y confiabilidad, lo que ha favorecido su uso en contextos clínicos, sociales y educativos (Rathus, 1973; Corcoran y Fischer, 1987).

La adaptación de León y Vargas (2009) para población universitaria costarricense redujo la escala a 22 ítems, distribuidos en seis dimensiones: demostrar disconformidad, manifestación de sentimientos y creencias, eficacia, interacción con organizaciones, expresión de opiniones y decir no. En esta versión, las respuestas se organizan en una escala Likert de 0 a 5 (de “muy poco característico de mí” a “muy característico de mí”).

En su proceso de validación, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) con rotación Varimax, obteniendo una estructura de seis factores congruente con el modelo teórico original. Los índices de adecuación muestral fueron  $KMO = .86$  y Bartlett  $p < .001$ , lo que confirmó la idoneidad de los datos para el análisis factorial. Los factores explicaron el 52.4 % del total de la varianza, y las cargas factoriales fueron mayores a .40, evidenciando validez de constructo. Los coeficientes de consistencia interna oscilaron entre  $\alpha = .61$  y  $.81$ , con un  $\alpha$  total =  $.84$ , lo que indica una confiabilidad aceptable del instrumento (León y Vargas, 2009).

Posteriormente, León Madrigal (2014) efectuó una revisión psicométrica con una muestra de estudiantes universitarios costarricenses, confirmando la estructura factorial

mediante análisis factorial confirmatorio (AFC). Los resultados mostraron índices de ajuste adecuados ( $\chi^2 = 452.14$ ;  $gl = 199$ ;  $CFI = .94$ ;  $AGFI = .92$ ;  $RMSEA = .062$ ), así como coeficientes alfa entre .62 y .83, respaldando la validez estructural y la coherencia interna del instrumento.

Dentro del contexto peruano, Gallardo (2020) aplicó la versión adaptada de León y Vargas en 77 trabajadores del sector avícola de Lima, hallando que cinco de las seis dimensiones presentaron valores  $\alpha > .60$ , mientras que la dimensión decir no obtuvo  $\alpha = .57$ , considerado aceptable por su reducido número de ítems.

Asimismo, Richard (2020) evaluó la Escala de Asertividad de Rathus en 505 estudiantes de secundaria de Lima, reportando un alfa de Cronbach de .790 y evidencias de validez de constructo. En su estudio, los índices de adecuación muestral ( $KMO = .846$ ; Bartlett  $p < .001$ ) confirmaron la factibilidad del análisis factorial, mientras que el modelo confirmatorio mostró buenos índices de ajuste ( $\chi^2/gl = 2.520$ ;  $RMSEA = .055$ ;  $TLI = .854$ ;  $CFI = .894$ ;  $PNFI = .60$ ), respaldando la estructura teórica de la escala y su uso en población adolescente peruana.

En el presente estudio, la Escala de Asertividad de Rathus adaptada por León y Vargas (2009) obtuvo un alfa de Cronbach general de .777, lo que indica una consistencia interna aceptable. En las subdimensiones, cuatro de las seis presentaron valores  $\alpha > .60$ , mientras que interacción con organizaciones y decir no alcanzaron valores de .582 y .562, respectivamente. Estos niveles son considerados adecuados para subescalas breves, de acuerdo con los lineamientos de Bearden et al. (2011). Los valores específicos de confiabilidad para la escala total y sus dimensiones se presentan en la Tabla 5.

**Tabla 5***Confiabilidad de la Escala de Asertividad de Rathus Adaptada*

Dimensión	$\alpha$ de Cronbach	Nº de ítems
Asertividad	.777	22
Demostrar disconformidad	.696	4
Manifestación de sentimientos y creencias	.696	4
Eficacia	.619	5
Interacción con organizaciones	.582	3
Expresión de opiniones	.673	3
Decir no	.562	3

Posteriormente, se efectuó el análisis de la correlación ítem–test con el propósito de examinar la consistencia interna de los reactivos que conforman la *Escala de Asertividad de Rathus* (EAR). Los resultados, presentados en la tabla 6, mostraron que las correlaciones ítem–total corregidas oscilaron entre .045 y .720, lo cual indica que la mayoría de los ítems presentan correlaciones adecuadas; sin embargo, algunos ítems evidencian coeficientes bajos ( $< .20$ ), lo que sugiere una débil contribución al constructo evaluado. Además, se observó que la eliminación de ningún ítem incrementaría de manera sustancial el coeficiente alfa de Cronbach general ( $\alpha = .777$ ), por lo que se decidió conservar todos los reactivos originales de la escala.

**Tabla 6***Análisis ítem-test de la Escala de Asertividad de Rathus (EAR)*

Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa si el ítem se elimina
1	.045	.785
2	.458	.760
3	.134	.781
4	.166	.779
5	.093	.782
6	.475	.761
7	.554	.756
8	.136	.782
9	.271	.772
10	.440	.762
11	.534	.756
12	.720	.745
13	.357	.768
14	.103	.784
15	.499	.760
16	.293	.771
17	.080	.783

**Tabla 6 (continuación)**

Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa si el ítem se elimina
18	.429	.763
19	.361	.771
20	.263	.781
21	.485	.767
22	.452	.761

*Nota.* Se presentan las correlaciones ítem–test corregidas y el coeficiente alfa de Cronbach si el ítem se elimina.  $\alpha$  total = .777. Los ítems con correlaciones inferiores a .30 pueden considerarse candidatos para revisión (George y Mallery, 2019).

### 3.6. Procedimientos

La aplicación de los instrumentos se efectuó de manera individual, con una duración aproximada de 20 a 25 minutos. Los participantes tuvieron la posibilidad de responder en el momento que consideraron más adecuado dentro del plazo establecido, lo que aseguró tanto la flexibilidad como la voluntariedad en su participación.

Tras culminar la fase de recolección de datos, se procedió a la construcción de una base en el software SPSS v.27, en la cual se registraron y depuraron los puntajes obtenidos. Posteriormente, se realizó la revisión psicométrica de los instrumentos, junto con el análisis descriptivo, las pruebas de normalidad y la correlación de las variables conforme a los objetivos de la investigación.

Finalmente, a partir de los resultados se elaboraron la discusión, las conclusiones y las recomendaciones del estudio, insumos que sustentaron la redacción del informe final y su correspondiente defensa.

### **3.7. Análisis de datos**

El análisis de los datos se llevó a cabo en varias fases utilizando el software SPSS v.27. En primer lugar, se verificaron la confiabilidad y validez de los instrumentos utilizados. Para esto, se determinaron los coeficientes Alfa de Cronbach y Omega de McDonald, cuyos resultados mostraron niveles adecuados de consistencia interna.

Dado que el tamaño muestral ( $N = 95$ ) no cumple con los criterios mínimos recomendados para realizar un análisis factorial confirmatorio estable (Hair et al., 2019; Kline, 2016; Lloret-Segura et al., 2014), no se efectuó dicho procedimiento. En su lugar, se evaluó la consistencia interna de los instrumentos mediante el coeficiente alfa de Cronbach y el análisis de correlación ítem-test, con el fin de examinar la homogeneidad de los reactivos y la contribución de cada ítem al constructo medido. Asimismo, se consideraron las correlaciones entre las dimensiones y los puntajes totales de ambas escalas como evidencia de validez basada en las relaciones con otras variables, conforme a las directrices de la American Educational Research Association, American Psychological Association y National Council on Measurement in Education (AERA et al., 2014).

Posteriormente, se efectuó un análisis descriptivo de las variables, mediante el cálculo de medidas de tendencia central (media, mediana y moda) y de dispersión (desviación estándar, rango y varianza), con el propósito de obtener una visión general de las características de los datos, identificar patrones y detectar posibles valores atípicos.

En la siguiente etapa, se verificó la normalidad de los datos mediante las pruebas de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk. No obstante, se tomó como referencia principal la

prueba de Shapiro-Wilk, debido a que presenta mayor potencia estadística para la detección de desviaciones de la normalidad en muestras pequeñas y medianas (Razali & Wah, 2011; Field, 2018). Considerando que la muestra del presente estudio estuvo conformada por 95 participantes, se priorizó dicho estadístico.

En línea con estos resultados, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson ( $r$ ) para analizar la relación entre los puntajes totales de felicidad y asertividad, así como entre cada una de sus dimensiones. Asimismo, se elaboraron tablas de frecuencias de las puntuaciones totales de ambas escalas, lo que permitió complementar y profundizar la interpretación de los resultados.

Por último, con el propósito de identificar posibles diferencias en los puntajes obtenidos por hombres y mujeres en ambas variables, se empleó la prueba  $t$  de Student para muestras independientes, dado que los puntajes de ambas escalas no se desviaron significativamente de la normalidad según la prueba de Shapiro-Wilk.

### **3.8. Consideraciones éticas**

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo siguiendo estrictos principios éticos para garantizar la protección de los derechos y el bienestar de los participantes. Se puso especial énfasis en aspectos clave como el consentimiento informado y la confidencialidad de la información proporcionada.

En primer lugar, se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes antes de su inclusión en el estudio. Este consentimiento fue obtenido de manera voluntaria, clara y comprensible. Se les explicó detalladamente el propósito del estudio, los procedimientos a seguir, los posibles riesgos y beneficios, y su derecho a la confidencialidad y a retirarse del estudio en cualquier momento sin que esto afectara su relación con el investigador. Además, se les garantizó que su participación era completamente voluntaria y que su decisión de participar o no en el estudio no influyó en ningún aspecto de su vida personal o profesional.

En cuanto a la confidencialidad, se tomaron una serie de medidas para asegurar que toda la información personal y los datos recogidos se mantuvieran en estricto secreto. Los datos fueron codificados y almacenados en bases de datos seguras, accesibles solo para los investigadores autorizados. Asimismo, los resultados del estudio se presentaron de manera agregada y anónima, sin identificar a los participantes en ningún momento. Se aseguró que cualquier documento relacionado con el estudio, como cuestionarios y grabaciones, fuera destruido o almacenado de manera segura una vez que finalizó el proceso de investigación.

Finalmente, todas las acciones de recolección y manejo de datos se realizaron conforme a las Normas Éticas de la American Psychological Association (APA, 2017) y al Código de Ética del Psicólogo del Colegio de Psicólogos del Perú (2017).

#### IV. RESULTADOS

Considerando los objetivos de la investigación, en este capítulo se presentan los resultados obtenidos sobre felicidad y asertividad en Asesores de Venta en una Empresa Retail de Lima Metropolitana, 2023.

##### 4.1. Determinar la relación entre felicidad y asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023

En la Tabla 7 se observa que los puntajes totales de la Escala de Felicidad de Alarcón ( $S-W = .975, p = .068$ ) y de la Escala de Asertividad de Rathus adaptada ( $S-W = .977, p = .088$ ) no difirieron significativamente de la normalidad. De esta manera, ambas variables pueden considerarse distribuidas normalmente según la prueba de Shapiro-Wilk.

**Tabla 7**

*Prueba de normalidad Shapiro-Wilk para las variables del estudio*

Variable	<i>N</i>	Estadístico <i>S-W</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
Felicidad	95	.975	95	.068
Asertividad	95	.977	95	.088

*Nota. S-W: prueba de Shapiro-Wilk.  $p > .05$  indica distribución normal.*

En la Tabla 8 se observa que existe una relación positiva de magnitud media entre el puntaje total de la Escala de Asertividad de Rathus y el puntaje total de la Escala de Felicidad de Lima ( $r = .429, p < .01$ ), de acuerdo con los criterios establecidos por Cohen (1992). De manera específica, esta relación también se evidencia entre la asertividad y las dimensiones sentido positivo de la vida ( $p < .01$ ) y alegría de vivir ( $p < .01$ ). Asimismo, entre la dimensión realización personal y la asertividad se encontró una relación positiva de magnitud baja ( $p <$

.05). Por otro lado, en el caso de la dimensión satisfacción con la vida y la asertividad, se encuentra que no existe una relación significativa entre ambas variables. Por lo que se puede concluir que ambas variables son independientes entre sí.

**Tabla 8**

*Relación entre la felicidad y la asertividad*

Variable/ Dimensiones	Asertividad		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,429	0.000	95
Sentido positivo de la vida	,518	0.000	95
Satisfacción con la vida	,194	0.059	95
Realización personal	,210	0.041	95
Alegría de vivir	,477	0.000	95

#### **4.2. Identificar los niveles de felicidad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023**

Los resultados mostrados en la tabla 9 evidencian que, a nivel de la escala general, un 50.5 % de la población de trabajadores de la sede Maestro Colonial poseen un nivel medio de felicidad. De forma homóloga, para cada una de las dimensiones de la Escala de Felicidad de Lima, prevalece el nivel medio: sentido positivo de la vida con el 55.8 %, satisfacción con la vida con el 45.3%, realización personal con el 44.2 % y alegría de vivir con un 47.4 %.

**Tabla 9***Niveles de felicidad y sus dimensiones*

	Bajo		Medio		Alto	
	<i>F</i>	%	<i>F</i>	%	<i>F</i>	%
Felicidad						
Escala general	24	25.3	<b>48</b>	<b>50.5</b>	23	24.2
Sentido positivo de la vida	27	28.4	<b>53</b>	<b>55.8</b>	15	15.8
Satisfacción con la vida	30	31.6	<b>43</b>	<b>45.3</b>	22	23.2
Realización personal	30	31.6	<b>42</b>	<b>44.2</b>	23	24.2
Alegría de vivir	36	37.9	<b>45</b>	<b>47.4</b>	14	14.7

#### **4.3. Identificar los niveles de asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023**

En la tabla 10 se observa que, de forma similar a la felicidad, en la asertividad y todas sus dimensiones prevalece un nivel promedio. La escala general cuenta con el 52.6 %, lo cual indica que el 52.6 de la población de trabajadores de Maestro sede Colonial cuenta con un nivel promedio de asertividad. Además, las dimensiones demostrar disconformidad, manifestación de sentimientos y creencias, eficacia, interacción con organizaciones, expresión de opiniones y decir no, cuentan con 51.6 %, 49.5 %, 53.7 %, 40 %, 54.7 % y 54.7% respectivamente.

**Tabla 10***Niveles de asertividad y sus dimensiones*

	Inferior		Promedio		Superior	
	F	%	F	%	F	%
Asertividad						
General	24	25.3	<b>50</b>	<b>52.6</b>	21	22.1
Demostrar disconformidad	25	26.3	<b>49</b>	<b>51.6</b>	21	22.1
Manifestación de sentimientos y creencias	27	28.4	<b>47</b>	<b>49.5</b>	21	22.1
Eficacia	25	26.3	<b>51</b>	<b>53.7</b>	19	20
Interacción con organizaciones	35	36.8	<b>38</b>	<b>40.0</b>	22	23.2
Expresión de opiniones	27	28.4	<b>52</b>	<b>54.7</b>	16	16.8
Decir no	24	25.3	<b>52</b>	<b>54.7</b>	19	20

#### **4.4. Comparar las diferencias de las medias de la felicidad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023**

En la Tabla 11 se detalla lo obtenido de la comparación de medias de felicidad según sexo, con el objetivo de identificar si existían diferencias estadísticamente significativas entre los grupos. La prueba *t* de Student para muestras independientes, con la suposición de varianzas iguales, reveló que los hombres obtuvieron una media de 108.00 (*SD* = 13.25), en contraste, las mujeres registraron una media de 103.15 (*SD* = 14.61). A pesar de que la media de los hombres fue ligeramente mayor, el análisis indicó que esta diferencia no fue estadísticamente significativa,  $t(93) = 1.70$ ,  $p = .093$ . Estos resultados sugieren que, dentro de la muestra

analizada, los niveles de felicidad reportados por hombres y mujeres pueden considerarse equivalentes.

**Tabla 11**

*Prueba t para la comparación de medias de felicidad según sexo*

Variable	Sexo	<i>N</i>	Media	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
Felicidad	Hombres	49	108.00	13.25	1.70	93	.093
	Mujeres	46	103.15	14.61			

*Nota.* Se utilizó la prueba *t* de Student para muestras independientes, asumiendo varianzas iguales ( $F = 1.32, p = .254$ ).

#### **4.5. Comparar las diferencias de las medias de asertividad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023**

En la Tabla 12 se muestran los hallazgos de la comparación de los puntajes de asertividad según sexo, evaluada mediante la prueba *t* de Student para muestras independientes, dado que los datos cumplieron con el supuesto de normalidad. El análisis indicó que los hombres ( $M = 53.45, SD = 9.12$ ) obtuvieron puntajes ligeramente superiores a los de las mujeres ( $M = 50.85, SD = 8.08$ ). Sin embargo, esta diferencia no resultó estadísticamente significativa,  $t(93) = 1.47, p = .146$ . En consecuencia, se puede señalar que no existen diferencias significativas en los niveles de asertividad entre hombres y mujeres en la muestra estudiada.

**Tabla 12**

*Prueba t para la comparación de medias de asertividad según sexo*

Variable	Sexo	<i>N</i>	Media	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
Asertividad	Hombres	49	53.45	9.12	1.47	93	.146
	Mujeres	46	50.85	8.08			

*Nota.* Se utilizó la prueba *t* de Student para muestras independientes, asumiendo varianzas iguales ( $F = 1.27, p = .262$ ).

#### **4.6. Establecer la relación entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023**

Los resultados de la tabla 13 muestran que la dimensión mostrar disconformidad no presenta asociación significativa con el puntaje global de la EFL ni tampoco con ninguna de las dimensiones que lo componen.

**Tabla 13**

*Relación entre la dimensión mostrar disconformidad y felicidad*

	Demostrar disconformidad		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	-,043	0.682	95
Sentido positivo de la vida	-,013	0.901	95
Satisfacción con la vida	-,051	0.622	95
Realización personal	-,032	0.755	95
Alegría de vivir	,038	0.716	95

En cuanto a la tabla 14, los resultados indican que existe una relación positiva baja entre la dimensión manifestación de sentimientos y creencias y el puntaje total de la Escala de Felicidad de Lima ( $p < .05$ ), del mismo modo con la dimensión alegría de vivir ( $p < .05$ ) y la dimensión sentido positivo de la vida ( $p < .01$ ).

Por el contrario, las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal no mostraron tener relación significativa con la manifestación de sentimientos y creencias de la Escala de Asertividad de Rathus.

**Tabla 14**

*Relación entre la dimensión manifestación de sentimientos y creencias y felicidad*

	Manifestación de sentimientos y creencias		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,241	0.018	95
Sentido positivo de la vida	,288	0.005	95
Satisfacción con la vida	,152	0.141	95
Realización personal	,146	0.158	95
Alegría de vivir	,263	0.010	95

Los resultados consignados en la tabla 15 muestran una correlación positiva baja entre la dimensión eficacia y el puntaje global de la Escala de Felicidad de Lima ( $p < .01$ ), hallazgo que se repite con la dimensión alegría de vivir ( $p < .01$ ). En contraste, la dimensión sentido positivo de la vida evidencia una correlación positiva de magnitud media con eficacia ( $p < .01$ ).

Por otro lado, las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal no registraron vínculos significativos con la dimensión eficacia.

Las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal no mostraron relación significativa con la dimensión eficacia.

**Tabla 15**

*Relación entre la dimensión eficacia y felicidad*

	Eficacia		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,349	0.000	95
Sentido positivo de la vida	,448	0.000	95
Satisfacción con la vida	,116	0.261	95
Realización personal	,186	0.071	95
Alegría de vivir	,368	0.000	95

Los hallazgos presentados en la tabla 16 evidencian una correlación positiva baja entre la dimensión interacción con organizaciones y el puntaje global de la Escala de Felicidad de Lima ( $p < .01$ ). Un patrón similar se observa con las dimensiones sentido positivo de la vida y alegría de vivir ( $p < .01$ ). En contraste, las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal no muestran una relación significativa con la dimensión interacción con organizaciones.

De forma opuesta, las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal no presentan relación significativa con la dimensión interacción con organizaciones.

**Tabla 16***Relación entre la dimensión interacción con organizaciones y felicidad*

	Interacción con organizaciones		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,281	0.006	95
Sentido positivo de la vida	,375	0.000	95
Satisfacción con la vida	,026	0.803	95
Realización personal	,081	0.438	95
Alegría de vivir	,325	0.000	95

En la tabla 17 se aprecia la presencia de una relación positiva media entre la dimensión expresión de opiniones y el puntaje total de la Escala de Felicidad de Lima ( $p < .01$ ). Esta misma relación existe para la dimensión sentido positivo de la vida y la dimensión alegría de vivir ( $p < .01$ ), mientras que las dimensiones satisfacción con la vida y realización personal, presentan una relación positiva baja con la dimensión expresión de opiniones ( $p < .05$ ).

**Tabla 17***Relación entre la dimensión expresión de opiniones y felicidad*

	Expresión de opiniones		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,416	0.000	95
Sentido positivo de la vida	,470	0.000	95
Satisfacción con la vida	,229	0.025	95
Realización personal	,236	0.021	95
Alegría de vivir	,434	0.000	95

Los datos expuestos en la tabla 18 evidencian una correlación positiva baja entre la dimensión decir no y el puntaje global de la Escala de Felicidad de Lima ( $p < .01$ ), observándose un patrón similar con las dimensiones satisfacción con la vida y alegría de vivir ( $p < .01$ ). Asimismo, se identificó que la dimensión sentido positivo de la vida mantiene una correlación positiva de magnitud media con decir no ( $p < .01$ ). Antagónicamente, la dimensión realización personal presenta una relación no significativa con la dimensión decir no.

**Tabla 18***Relación entre la dimensión decir no y felicidad*

	Decir no		
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>n</i>
Felicidad	,378	0.000	95
Sentido positivo de la vida	,403	0.000	95
Satisfacción con la vida	,324	0.000	95
Realización personal	,182	0.078	95
Alegría de vivir	,259	0.011	95

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación tuvo como propósito central identificar la relación existente entre la felicidad y la asertividad en los asesores de ventas de una empresa retail ubicada en Lima Metropolitana. El análisis estadístico evidenció una correlación positiva de magnitud media entre ambas variables ( $r = .429$ ;  $p < .01$ ), lo que indica que un mayor nivel de felicidad se asocia con un incremento en la asertividad dentro de la muestra analizada. Este resultado adquiere relevancia al mostrar cómo los componentes emocionales y sociales se integran en entornos laborales de atención al cliente, donde la interacción interpersonal constituye el núcleo de la actividad cotidiana.

Esta relación empírica entre la felicidad y la asertividad puede considerarse una evidencia de validez basada en las relaciones con otras variables, ya que los resultados obtenidos concuerdan con lo planteado teóricamente respecto al vínculo positivo entre ambas dimensiones del bienestar psicológico y las habilidades socioemocionales. De acuerdo con las directrices de la American Educational Research Association, American Psychological Association y National Council on Measurement in Education (AERA et al., 2014), este tipo de evidencia respalda la validez de constructo de los instrumentos empleados, en tanto sus resultados se comportan de manera consistente con la teoría y con estudios previos realizados en poblaciones laborales similares (Fernández, 2020; León y Vargas, 2009). En este sentido, el hallazgo refuerza la pertinencia del uso conjunto de ambas escalas (EFL y EAR) en contextos organizacionales, al evidenciar que la capacidad de expresar pensamientos y emociones de manera asertiva se asocia con mayores niveles de satisfacción vital y sentido positivo de la vida.

El resultado principal mostró una relación positiva entre la felicidad y la asertividad. En otras palabras, quienes alcanzan mayores niveles de bienestar tienden a manifestar sus ideas,

emociones y necesidades de manera más clara y respetuosa. Este hallazgo coincide con lo señalado por Fernández (2020), quien identificó una asociación significativa entre ambas variables en trabajadores del sector agroindustrial de Lambayeque, concluyendo que el bienestar subjetivo potencia la conducta asertiva. De manera semejante, Merlo (2021) evidenció que la felicidad se vincula con la comunicación intrafamiliar, en la cual la asertividad representa un componente fundamental.

Los resultados también son consistentes con la literatura internacional. Okpamen et al. (2020) encontraron que las habilidades asertivas predicen un mejor desempeño laboral en trabajadores de empresas manufactureras, lo cual se explica en parte porque la asertividad facilita el establecimiento de vínculos interpersonales saludables, incrementando a su vez la satisfacción con la vida. Proctor et al. (2014) señalaron que la comunicación organizacional efectiva impacta en la actitud y la felicidad de los trabajadores, lo que confirma que el vínculo entre ambas variables se reproduce en diferentes contextos y sectores económicos.

Desde la perspectiva teórica, la Psicología Positiva de Seligman (2012) refuerza este hallazgo al plantear que la felicidad se sostiene en cinco pilares (emociones positivas, compromiso, relaciones, sentido y logros). En este marco, la asertividad puede considerarse un puente entre las relaciones positivas y el compromiso social, puesto que permite al individuo comunicarse de manera efectiva, establecer vínculos saludables y afrontar con mayor resiliencia las demandas del entorno.

En cuanto a los niveles de felicidad, se observó que el 50.5 % de los participantes se ubicaron en el nivel medio, mientras que un 25.3 % presentó niveles bajos y un 24.2 % niveles altos. Estos resultados muestran que la mayoría de los asesores de venta experimentan un bienestar subjetivo moderado, lo cual refleja un estado intermedio que puede ser mejorado mediante intervenciones organizacionales.

Los resultados concuerdan con lo indicado por Gamero (2013), donde se encontró que un 69 % de su muestra presentó un nivel medio de felicidad. De forma similar, Merlo (2021) reportó un predominio de niveles medios en su investigación sobre comunicación afectiva. No obstante, difieren de Fernández (2020), quien halló mayor prevalencia de niveles altos. Estas discrepancias pueden atribuirse a las diferencias en el contexto laboral: mientras Fernández trabajó con empresas agroindustriales, la presente investigación se desarrolló en el sector retail, caracterizado por altas exigencias en atención al cliente, metas de ventas y ritmos de trabajo intensos, lo que puede limitar la percepción de felicidad de los trabajadores.

El predominio de niveles medios de felicidad implica que, aunque los trabajadores no experimentan un malestar severo, tampoco alcanzan estados óptimos de bienestar. Esto podría derivar en riesgos de desgaste laboral si no se implementan estrategias adecuadas, pero al mismo tiempo constituye una oportunidad para fortalecer programas de promoción del bienestar.

Respecto a la asertividad, se encontró que el 52.6 % de los participantes se ubicaron en un nivel promedio, mientras que un 25.3 % mostró un nivel inferior y un 22.1 % un nivel superior. Este hallazgo evidencia que más de la mitad de los asesores poseen una capacidad intermedia para expresar opiniones, establecer límites y comunicar necesidades de manera adecuada.

Estos resultados guardan coherencia con los reportados por Fernández (2020), quien encontró un predominio de niveles medios en trabajadores administrativos de empresas agroindustriales. Asimismo, se alinean con la literatura de Caballo (1986), quien sostiene que la conducta asertiva se presenta en un continuo entre pasividad y agresividad, y que la mayoría de las personas tiende a ubicarse en posiciones intermedias.

El hecho de que una proporción significativa se ubique en niveles inferiores de asertividad resulta preocupante, ya que la falta de expresión clara puede generar frustración, conflictos no resueltos y desgaste emocional. Por ello, se recomienda diseñar programas de entrenamiento en asertividad orientados al manejo de situaciones típicas del retail, tales como la atención a clientes difíciles, la negociación de horarios laborales y la resolución de desacuerdos con compañeros de trabajo.

Otro hallazgo relevante es que no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres en los niveles de felicidad ni de asertividad. Este resultado coincide con lo reportado por Castilla et al. (2016), quien concluyó que no existen diferencias significativas en felicidad entre ambos sexos y difiere de lo encontrado por Paz (2021) quien encontró una diferencia significativa en los puntajes de felicidad a favor de los varones. Por otro lado, con respecto a la asertividad, los resultados contrastan con lo señalado por Maluenda et al. (2017), quienes sí encontraron diferencias en asertividad a favor de los hombres en una muestra de estudiantes universitarios chilenos.

Las discrepancias entre los estudios pueden deberse a factores culturales y contextuales. En el caso de la presente investigación, el sector retail exige a hombres y mujeres un desempeño similar en atención al cliente, lo que podría generar un equilibrio en el desarrollo de habilidades de comunicación. Asimismo, la composición casi equitativa de la muestra (51.6 % hombres y 48.4 % mujeres) pudo haber contribuido a la ausencia de diferencias estadísticamente significativas.

Un análisis detallado de las dimensiones de la asertividad permitió identificar relaciones diferenciales con la felicidad. Se halló que la dimensión mostrar disconformidad no presentó una relación significativa con ninguna de las dimensiones de la Escala de Felicidad de Lima. Esto podría explicarse porque, en contextos laborales donde la atención al cliente es prioritaria,

expresar descontento puede ser percibido como riesgoso o poco funcional, limitando su impacto en la experiencia de bienestar.

Por el contrario, las dimensiones expresión de opiniones y decir no presentaron relaciones significativas tanto con la escala general de felicidad como con las dimensiones sentido positivo de la vida y alegría de vivir. Estos hallazgos son coherentes con lo señalado por León (2014), quien afirma que la capacidad de expresar pensamientos y fijar límites constituye un pilar de la conducta asertiva y del ajuste social. En términos prácticos, los asesores que logran comunicar sus ideas y establecer límites claros experimentan mayores niveles de satisfacción personal y laboral, lo cual repercute en su bienestar subjetivo.

La dimensión eficacia también mostró asociaciones positivas con la felicidad y con el sentido positivo de la vida, lo que sugiere que la percepción de autoeficacia en la interacción social incrementa la valoración positiva de la propia vida. De manera similar, interacción con organizaciones y manifestación de sentimientos y creencias evidenciaron relaciones significativas con distintas dimensiones de la felicidad, lo que confirma que la asertividad no es un constructo unitario, sino un conjunto de habilidades interpersonales que inciden de manera diferenciada en el bienestar.

Los resultados obtenidos tienen implicancias prácticas relevantes para el sector retail. El predominio de niveles medios en felicidad y asertividad indica que los trabajadores cuentan con recursos psicológicos adecuados, pero requieren refuerzo para alcanzar niveles más altos de desempeño y bienestar. La evidencia respalda la implementación de programas de intervención centrados en la promoción de emociones positivas y en el entrenamiento en habilidades sociales.

En el caso específico de la sede donde se realizó la investigación, resulta pertinente desarrollar talleres psicoeducativos orientados a fortalecer la expresión de opiniones y la

capacidad de decir no, dado que estas dimensiones se relacionaron significativamente con la felicidad. Además, es recomendable incluir estrategias para incrementar la autoeficacia y mejorar la interacción con la organización, lo que contribuiría a un clima laboral más saludable y a una atención al cliente de mayor calidad.

Finalmente, es necesario reconocer algunas limitaciones. En primer lugar, la investigación se llevó a cabo en una sola sede del sector retail, lo que restringe la generalización de los resultados. En segundo lugar, el diseño transversal impide establecer relaciones causales, limitándose a identificar asociaciones en un momento específico. En tercer lugar, se emplearon instrumentos de autoinforme, los cuales pueden estar influenciados por sesgos de deseabilidad social.

Futuras investigaciones deberían replicar este estudio en múltiples sedes y en diferentes sectores laborales, emplear diseños longitudinales que permitan observar cambios en el tiempo, e incorporar variables adicionales como la satisfacción laboral, el compromiso organizacional o la calidad del servicio percibida por los clientes. De esta manera, se podría obtener una visión más completa del impacto de la felicidad y la asertividad en el desempeño laboral y en el bienestar de los trabajadores.

## VI. CONCLUSIONES

6.1. Se identificó una correlación positiva moderada entre la felicidad y la asertividad en los asesores de venta de la empresa retail ( $r = .429$ ;  $p < .01$ ). Este resultado permite concluir que, conforme aumenta el nivel de felicidad, también lo hace el nivel de asertividad en la muestra estudiada.

6.2. Se identificó que el 50.5 % de los participantes presentó un nivel medio de felicidad, mientras que un 25.3 % se ubicó en niveles bajos y un 24.2 % en niveles altos. Estos hallazgos reflejan que la mayoría de los trabajadores experimenta un bienestar subjetivo moderado, aunque existe un sector con niveles bajos que podría requerir atención organizacional.

6.3. Se observó que el 52.6 % de los trabajadores obtuvo un nivel promedio de asertividad, el 25.3 % se ubicó en un nivel inferior y el 22.1 % en un nivel superior. Este resultado sugiere que más de la mitad de los participantes posee un nivel intermedio en cuanto a su habilidad para comunicar sus opiniones, fijar límites y mantener una comunicación apropiada.

6.4. El análisis estadístico mostró que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en los niveles de felicidad ( $t(93) = 1.70$ ;  $p = .093$ ) ni en los niveles de asertividad ( $t(93) = 1.47$ ;  $p = .146$ ). Estos resultados sugieren que tanto la felicidad como la asertividad se manifiestan de manera similar en los participantes, independientemente del sexo, lo que indica que el género no constituye un factor determinante en la expresión de estas variables dentro del contexto laboral analizado.

6.5. Se halló que distintas dimensiones de la asertividad presentaron asociaciones positivas con las dimensiones de la felicidad. Por ejemplo, la expresión de opiniones mostró una correlación media con la felicidad general ( $r = .416$ ;  $p < .01$ ), mientras que la dimensión decir no también presentó un vínculo significativo ( $r = .378$ ;  $p < .01$ ). Estas evidencias confirman que las conductas asertivas en sus diversas formas se relacionan con el bienestar subjetivo de los trabajadores.

## VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Replicar la investigación en diferentes sedes y empresas del sector retail de Maestro y Sodimac, con el fin de analizar las variables en distintos contextos organizacionales y obtener resultados más representativos y generalizables.
- 7.2. Desarrollar investigaciones de forma longitudinales que accedan a poder observar la evolución de la felicidad y la asertividad a lo largo del tiempo. La empresa ya cuenta con evaluaciones de clima laboral y bienestar, por lo que incorporar estos instrumentos en dichas evaluaciones resultaría una estrategia eficiente para dar seguimiento a estas variables.
- 7.3. Replicar el estudio en empresas de otros sectores (como servicios, educación o salud) para comparar los niveles de felicidad y asertividad y determinar si las relaciones encontradas son consistentes en diferentes contextos laborales.
- 7.4. Incorporar los resultados de la evaluación de la felicidad y la asertividad en los procesos de planificación y toma de decisiones organizacionales, con el fin de orientar políticas internas, estrategias de gestión del talento y acciones de mejora del clima laboral.
- 7.5. Implementar programas breves de intervención psicológica orientados a fortalecer la felicidad y la asertividad de los asesores de venta, mediante talleres psicoeducativos y dinámicas prácticas enfocadas en la comunicación asertiva, la expresión emocional y la gestión de situaciones difíciles en la interacción con clientes.
- 7.6. Analizar la relación entre la felicidad y la asertividad con indicadores de desempeño laboral, tales como la satisfacción del cliente, el cumplimiento de metas de venta o la evaluación del rendimiento, con el fin de evidenciar el impacto de estas variables psicológicas en los resultados organizacionales.

## VIII. REFERENCIAS

- Abedzadeh, M. y Mahdian, H. (2014). Relationship between assertiveness and social anxiety with happiness. *International Journal of Education and Applied Sciences*, 1(6), 274–280.
- AERA, APA y NCME. (2014). *Standards for Educational and Psychological Testing*. American Educational Research Association.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala Factorial para Medir la Felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40(1), 99–106.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28440110>
- Alarcón, R. (2015). La idea de la felicidad. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 5(1), 6–9.  
<https://doi.org/10.18259/acs.2015002>
- Alarcón, R. (2015). *La felicidad y los “bienes” que la hacen posible*. Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Alberti, R. y Emmons, M. (1978). *Your perfect right: A guide to assertive behavior*. Impact.
- Álvarez, N. (2022). La felicidad como factor motivacional en el desempeño de los trabajadores en una compañía de consumo de alimentos en Panamá. *Orbis Cognita*, 6(2), 65–78.  
<https://portal.amelica.org/ameli/journal/213/2133348003/>
- Angeles, R. B. (2017). *La asertividad y el desarrollo de la convivencia en estudiantes universitarios* [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2792>
- Argyle, M. y Lu, L. (1990). Happiness and social skills. *Personality and Individual Differences*, 11(12), 1255–1261. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(90\)90152-H](https://doi.org/10.1016/0191-8869(90)90152-H)

- Arias Gallegos, W. L., Caycho Rodríguez, T., Ventura León, J. L., Maquera Fernández, C., Ramírez-Chávez, M. y Tamayo Butilier, X. (2016). Análisis exploratorio de la Escala de Felicidad de Lima en universitarios de Arequipa (Perú). *Psychologia: Avances de la Disciplina*, 10(1), 13-24. <https://doi.org/10.21500/19002386.2462>
- Árraga Barrios, M. V. y Sánchez Villarroel, M. (2012). Validez y confiabilidad de la Escala de Felicidad de Lima en adultos mayores venezolanos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 381–393. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy11-2.vcef>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bazán-Castañeda, A. y Oscate-Aguilar, K. (2022). *Evidencias psicométricas de la Escala de Felicidad (EFL) en adultos de Lima Metropolitana, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/82384>
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G. y Haws, K. L. (2011). *Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Belen, H. (2021). The impact of mindfulness and assertiveness on well-being: A structural equation modeling analysis. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 11(60), 147–160. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1672248>
- Benavides, F. G. (2020). La salud de los trabajadores y la COVID-19. In *Archivos de prevención de riesgos laborales*, 23(2), 154-158. <https://doi.org/10.12961/apr1.2020.23.02.02>

- Berrios, H. y Carbone, N. (2018). *Asertividad y estilos cognitivos de interacción social en docentes tutores de instituciones educativas nacionales de la ciudad de Lambayeque, agosto a diciembre 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional USAT. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1362/1/TL\\_BerriosCarrascoHelenn\\_CarbonelZamoraNataly.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1362/1/TL_BerriosCarrascoHelenn_CarbonelZamoraNataly.pdf)
- Boehm, J. K. y Lyubomirsky, S. (2008). Does happiness promote career success? *Journal of Career Assessment*, 16(1), 101–116. <https://doi.org/10.1177/1069072707308140>
- Brickman, P. y Campbell, D. T. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. In M. H. Appley (Ed.), *Adaptation-level theory: A symposium* (pp. 287–305). Academic Press.
- Brown, S. y Brown, L. (1980). Trends in assertion training research and practice: A content analysis of the published literature. *Journal of Clinical Psychology*, 36(1), 265-269.
- Bustamante, L. y Escapa, J. T. (2021). *Felicidad y engagement en trabajadores del rubro construcción civil de una empresa en la ciudad de Arequipa* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10984>
- Caballo, V. E. (1983). Asertividad: Definiciones y dimensiones. *Estudios de Psicología*, 4(13), 51–62. <https://doi.org/10.1080/02109395.1983.10821343>
- Caballo, V. E. (1986). *Evaluación de las habilidades sociales. Evaluación conductual: metodología y aplicaciones*. Pirámide.
- Caballo, V. E. (1993). *Manual de técnicas de terapia y modificación de conducta*. Siglo XXI.

- Caballo, V. E. (2007). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales* (9ª ed.). Siglo XXI.
- Fensterheim, H. y Baer, J. (2008). *Don't say yes when you want to say no: Making life right when it feels all wrong*. Ballantine Books.
- Cajusol, S. E. (2022). *La experiencia del cliente y su lealtad en las tiendas por departamento del sector retail, Chiclayo 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/5400>
- Castilla, H., Caycho, T. y Ventura-León, J. L. (2016). Diferencias de la felicidad según sexo y edad en universitarios peruanos. *Actualidades en Psicología*, 30(121), 25-37. <https://doi.org/10.15517/ap.v30i121.24366>
- Castillo, W., Montaña, Y. y Pertuz, C. (2020). *Relación entre felicidad y estrés en el trabajo en una muestra de trabajadores* [Trabajo de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/57a59517-4d37-404e-ae67-84ab5289aeb9/content>
- Chipana, R. y Minga, G. (2021). *Evidencias psicométricas y datos normativos de la Escala de Felicidad (EFL) en población adulta de Lima Metropolitana 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84318>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
- Corcoran, K. y Fischer, J. (1987). *Measures for clinical practice: A sourcebook*. The Free Press.

- Córdova, J. M. y Sulca, L. V. (2018). *Estilos de afrontamiento y felicidad en estudiantes de la Facultad de Psicología de una universidad particular de Lima* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional de la Universidad Ricardo Palma. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/1424>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper y Row.
- Dagnino, J. (2014). Tipos y clasificación de los estudios. *Revista Chilena de Anestesia*, 43, 104-108. <https://revistachilenadeanestesia.cl/PII/revchilanestv43n02.05.pdf>
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press.
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575.
- Dionisio, M. y Román, S. (2020). *Relación entre felicidad y engagement en los trabajadores de una empresa del sector retail – Supermercados – Huancayo* [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio Institucional Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8178>
- Fernández, A. K. (2020). *Felicidad, asertividad y engagement en trabajadores administrativos de empresas agroindustriales de Lambayeque, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/8975>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE.

- Gallardo, M. E. (2020). *Asertividad y estilos de afrontamiento en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652363>
- Gamero Maldonado, H. Y. (2013). La satisfacción laboral como dimensión de la felicidad. *Ciencia & Trabajo*, 15(47), 94–102. <https://doi.org/10.4067/S0718-24492013000200010>
- García, F. R. (2023). Comunicación asertiva para la resolución de conflictos laborales en el Área de Recursos Humanos de la circunscripción Judicial de Ñeembucú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9045. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i1.5104](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5104)
- George, D. y Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference* (16th ed.). Routledge.
- Guzmán, R. (2010). *Felicidad y trabajo: Psicología positiva en las organizaciones. Relación entre diversos factores laborales y la felicidad* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/902>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. y Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Haro, A. F., Chisag, E. R., Ruiz, J. P. y Caicedo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones: Types and classification of investigations. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 956-966. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández-Gracia, T. J., Anaya, P. A., Duana-Avila, D. y Brito, C. J. (2023). Felicidad laboral en trabajadores de empresas manufactureras en una región hidalguense. *Revista De Ciencias Sociales*, 29, 492-503. <https://doi.org/10.31876/rsc.v29i.40970>
- Ipsos. (2023). *Informe global de felicidad 2023* [Informe]. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/felicidad-global-2023>
- Jakubowski, P. y Lange, A. J. (1978). *The assertive option: Your rights and responsibilities*. Research Press.
- Juárez, B. (2022, 10 de octubre). Número de personas infelices se cuadruplicó en una década; malos empleos, factor clave. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Numero-de-personas-infelices-se-cuadruplico-en-una-decada-malos-empleos-factor-clave-20221009-0005.html>
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Kahneman, D., Diener, E. y Schwarz, N. (Eds.). (1999). *Well-being: The foundations of hedonic psychology*. Russell Sage Foundation.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). The Guilford Press.
- Kottirre, J., Blickle, G. y Wihler, A. (2024). Fearless happiness in apparel store sales performance and the two faces of conscientiousness. *Personality and Individual Differences*, 232, 112864. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112864>

- Lazarus, A. A. (1971). *Behavior therapy and beyond*. McGraw-Hill.
- León, D. D. (2021). *La felicidad en el trabajo y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Marco Marketing Consultant S.A.C.* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/9564>
- León, F. (2014). *Psicología de la comunicación y habilidades sociales*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- León, M. (2014). Revisión de la escala de asertividad de Rathus adaptada por León y Vargas (2009). *Revista Reflexiones*, 93(1), 157-171. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72930086012.pdf>
- León, M. y Vargas, T. (2009). Validación y estandarización de la escala de asertividad de Rathus (R.A.S.) en una muestra de adultos costarricenses. *Revista Costarricense de Psicología*, 28(41-42), 169-185. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476748706001>
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A. y Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López, E. G. e Iza, M. S. (2024). *Manejo y estrategias de comunicación asertiva en trabajadores del área de contabilidad y auditoría en una empresa privada del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28287>

- Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, 56(3), 239–249. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.239>
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M. y Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111–131. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.111>
- MacDonald, M. L. (1977). Measuring assertion: A model and method. *Behavior Therapy*, 8(5), 889–899.
- Maluenda Albornoz, J., Navarro Saldaña, G. y Varas Contreras, M. (2017). Asertividad: Diferencias de sexo en estudiantes universitarios chilenos medidas a través del Inventario de Gambrill y Richey. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 16(31), 55-68. <https://doi.org/10.21703/rexe.20173155684>
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P. y García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Mexicana de Cirugía Laparoscópica*, 30(1), 36-49. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.11.005>
- Merlo Vidarte, E. (2021). *Felicidad y comunicación intrafamiliar en estudiantes de una institución educativa estatal de Chiclayo* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9558>
- Moreno, Z. e Ibarra, L. (2017). Fiabilidad y validez de la Escala de Felicidad de Lima en trabajadores de empresas de servicios. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 16–34. <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2583>

- Okpamen, K. O., Chiahemba, M. D., Anshir, S. S. y Samuel, W. (2020). The role of assertive skills on employees' work performance: As key to organisational sustainability. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(4), 137–147.
- Paz Castro, D. (2021). *Diferencias por sexo y edad en la felicidad en practicantes pre profesionales de psicología de Chiclayo, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional USAT. <https://hdl.handle.net/20.500.12423/1102841>
- Paeizi, M., Shahrarai, M., Farzad, V. E. y Safaei, P. (2008). A study of the impact of assertive training on happiness and academic achievement of high- school girls. *Psychological Studies*, 3(4), 25–43. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=140654>
- Proctor, C. (2014). Effective organizational communication affects employee attitude, happiness, and job satisfaction [Tesis de maestría, Southern Utah University]. <https://www.suu.edu/hss/comm/masters/capstone/thesis/proctor-c.pdf>
- PwC. (2018). *Future of customer experience: 32 % of customers will walk away from a brand they love after a single bad experience.* <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>
- Ramírez-Ángel, L. M. y Riaño-Casallas, M. I. (2022). Equilibrio trabajo-vida y su relación con la salud mental en trabajadores de diferentes profesiones: una revisión sistemática. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 92, 208-252. <https://doi.org/10.21158/01208160.n92.2022.3335>
- Ramírez, G. (2020). *Propiedades psicométricas de la Escala de Felicidad de Lima (EFL) en estudiantes de secundaria del distrito del Rímac* [Tesis de licenciatura, Universidad

César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/47621>

Rathus, S. A. (1973). A 30-item schedule for assessing assertive behavior. *Behavior Therapy*, 4(3), 398–406. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(73\)80120-0](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(73)80120-0)

Razali, N. M. y Wah, Y. B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21–33.

Richard, D. W. (2020). *Propiedades psicométricas de la Escala de Autoestima de Rosenberg y de la Escala de Asertividad de Rathus en estudiantes de secundaria del Colegio Unión de Ñaña, Lima* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana Unión.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12840/3090>

Rimm, D. y Masters, J. (1974). *Behavior Therapy: Techniques and empirical Findings*. Academic Press.

Rodríguez-Hernández, G., Domínguez-Zacarías, G. y Escoto Ponce de León, M. C. (2017). Evaluación psicométrica de la Escala de Felicidad de Lima en una muestra mexicana. *Universitas Psychologica*, 16(4), 1–10. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-4.epef>

Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.

Russell, B. (1930). *The conquest of happiness*. George Allen & Unwin.

- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Sánchez, D. (2023). *Comunicación asertiva y rendimiento laboral del personal de salud en la Clínica Santa María, 2021* [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/13615>
- Seligman, M. E. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Tam, J., Vera, G. y Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación. *Pensamiento y Acción*, 5, 145-154. [https://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_modela\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](https://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)
- Tasayco-Jala, A. A., Pachas, L. M., Magallanes, E. M. y Ralli, L. G. (2024). *Experiencia del usuario y decisión de compra en un retail de Cañete*. *Revista InveCom*, 4(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10811102>
- Toribio Pérez, L., González Arratia López Fuentes, N. I., Valdez Medina, J. L., González Escobar, S. y Van Barneveld, H. O. (2012). *Validación de la Escala de Felicidad de Alarcón para adolescentes mexicanos*. *Psicología Iberoamericana*, 20(1), 71-79. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133924623008>
- Ugarte, J. M., Alegría, J. D., Huapaya, H., Arica, K. M. y Ortiz, G. (2021). *Balance vida-trabajo y felicidad en trabajadores de Lima Metropolitana* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1896>

Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J. y Maldonado, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723.  
[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)

Wolpe, J. (1958). *Psychotherapy by reciprocal inhibition*. Stanford University Press.

Wolpe, J. (1973). *The practice of behavior therapy*. Pergamon Press.

Zainal, N., Wider, W., Lajuma, S., Ahmad Khadri, M., Taib, N. y Joseph, A. (2022). Employee retention in the service industry in Malaysia. *Frontiers in Sociology*, 7, 928951.  
<https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.928951>

## IX. ANEXOS

## Anexo A. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	MÉTODO
General	General	General	
¿Existe relación entre la felicidad y la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?	Existe una relación significativa entre los niveles de felicidad y asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	Determinar la relación entre felicidad y asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
Específicos	Específicos	Específicos	
- ¿Cuáles son los niveles de felicidad que presentan los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?	-No existen diferencias significativas en los niveles de felicidad comparando según el sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	-Identificar los niveles de felicidad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
- ¿Cuáles son los niveles de asertividad que presentan los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?	-No existen diferencias significativas en los niveles de asertividad comparando según el sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	-Identificar los niveles de asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
- ¿Existen diferencias significativas en las medias de la felicidad según el sexo de los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?	-Existe una relación significativa entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	-Comparar las diferencias de los niveles de felicidad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
- ¿Existen diferencias significativas en las medias del asertividad según el sexo de los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?		-Comparar las diferencias de los niveles de asertividad según sexo en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
-¿Qué relación existe entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023?		-Establecer la relación entre las dimensiones de la felicidad y las dimensiones de la asertividad en asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana, 2023.	
			Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Alcance: Correlacional

## Anexo B. Escala de Felicidad de Lima

### ESCALA DE FELICIDAD DE LIMA

Lea detenidamente las siguientes afirmaciones y coloque la respuesta que más se acomode a tu experiencia de vida. Para ello debe elegir entre las siguientes alternativas:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de 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 C. Escala de Asertividad de Rathus

### ESCALA DE ASERTIVIDAD DE RATHUS

Indique hasta qué punto cada una de las siguientes frases describen la forma en que usted piensa o se comporta ante ciertas situaciones. Para ello debe elegir entre las siguientes alternativas:

0 = Muy poco característico de mí, extremadamente no descriptivo.

1 = Bastante poco característico de mí, no descriptivo.

2 = Algo no característico de mí, ligeramente no descriptivo.

3 = Algo característico de mí, ligeramente descriptivo.

4 = Bastante característico de mí, bastante descriptivo.

5 = Muy característico de mí, extremadamente descriptivo.

1. Pienso que mucha gente parece ser más agresiva y auto afirmativa que yo.
2. He dudado en proponer o aceptar una cita con alguien por timidez.
3. Cuando la comida que me han servido en el restaurante no está hecha a mi gusto, me quejo con el mesero o mesera.
4. Cuando un vendedor se ha tomado el rato y la molestia de mostrarme un producto que después no quiero, paso mal rato al decir "NO".
5. Me esfuerzo, como la mayoría de la gente, por mantener mi posición.
6. En realidad, la gente se aprovecha de mí con frecuencia.
7. Con frecuencia no sé qué decir a personas atractivas del otro sexo.
8. Evito llamar por teléfono a instituciones o empresas.
9. En caso de solicitar un trabajo o la admisión en una institución, preferiría escribir cartas o enviar correos electrónicos, a realizar entrevistas personales.
10. Me resulta embarazoso devolver un artículo comprado.
11. Si un pariente cercano y respetado me molesta prefiero esconder mis sentimientos antes de expresar mi disgusto.
12. He evitado hacer preguntas por miedo a parecer tonto.
13. Soy abierto y franco en lo que respecta a mis sentimientos.
14. Si alguien ha hablado mal de mí o me ha atribuido hechos falsos, lo (la) busco para saber qué es lo que pasa.
15. Con frecuencia, paso un mal rato cuando tengo que decir que "NO".
16. Suelo reprimir mis emociones antes de hacer una escena.
17. En el restaurante o en cualquier sitio, protesto por un mal servicio.
18. Cuando me halagan con frecuencia, no sé qué responder.
19. Si dos personas en el cine o en una conferencia están hablando demasiado alto, les pido que hagan silencio o se vayan a hablar a otra parte.
20. Si alguien se cuele en una fila, le llamo abiertamente la atención.
21. Expreso mi opinión con facilidad.
22. Hay veces en las que simplemente no puedo decir nada.

## Anexo D. Consentimiento Informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### **Estudio: Felicidad y Asertividad en Asesores de Venta en una Empresa Retail de Lima Metropolitana, 2023**

Estimado/a participante,

Le invitamos a formar parte de la investigación titulada "**Felicidad y Asertividad en Asesores de Venta en una Empresa Retail de Lima Metropolitana, 2023**", que tiene como objetivo comprender la relación entre la felicidad y la asertividad en el entorno laboral de los asesores de ventas. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes de este estudio para que pueda tomar una decisión informada sobre su participación.

#### **1. Propósito del estudio**

El propósito de este estudio es analizar cómo la felicidad y la asertividad afectan el desempeño y el bienestar de los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana. Los resultados ayudarán a mejorar las condiciones laborales y las estrategias de recursos humanos en el sector.

#### **2. Procedimiento**

Si decide participar en este estudio, se le pedirá que complete un cuestionario en línea, que incluirá preguntas sobre su nivel de felicidad y asertividad en el contexto de su trabajo. El cuestionario tomará aproximadamente **20-25 minutos** de su tiempo. Se le garantizan condiciones de privacidad durante el proceso de recolección de datos.

#### **3. Participación voluntaria**

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Usted tiene derecho a decidir si desea participar o no, y en cualquier momento puede retirarse sin que esto afecte su relación con la empresa ni con el equipo de investigación. No se le exigirán explicaciones si decide abandonar el estudio.

#### **4. Confidencialidad**

Toda la información proporcionada será confidencial. Los datos serán almacenados de manera anónima y solo serán accesibles para los investigadores del proyecto. Los resultados del estudio serán presentados de manera agregada, por lo que no se identificará a ningún participante de forma individual. Los cuestionarios serán almacenados de manera segura y destruidos una vez que se complete el análisis de los datos.

#### **5. Riesgos y beneficios**

No se prevén riesgos significativos para los participantes, ya que el estudio se basa en la recolección de datos a través de cuestionarios y entrevistas. No obstante, si en algún momento usted siente incomodidad al responder alguna pregunta, puede decidir no responderla sin consecuencias. Los beneficios del estudio incluyen la mejora de las condiciones laborales de los asesores de ventas, mediante una mayor comprensión de factores como la felicidad y la asertividad en su desempeño.

#### **6. Consentimiento**

Para continuar con el cuestionario en Google Forms, es necesario marcar la opción "Si, Acepto". Sin esta confirmación digital, no será posible avanzar al resto del formulario.

#### **Datos de contacto**

Si tiene alguna duda o desea más información sobre el estudio, no dude en ponerse en contacto con el investigador:

Nombre del Investigador: André Rivera Garay  
 Correo electrónico: 2017026309@unfv.edu.pe  
 Teléfono: 912851876

Gracias por su disposición a participar en este estudio.

## Anexo E. Captura del forms de Google

Sección 1 de 3

# Consentimiento Informado

Lea atentamente.

Estimado/a participante,

Le invitamos a formar parte de la investigación titulada "**Felicidad y Asertividad en Asesores de Venta en una Empresa Retail de Lima Metropolitana, 2023**", que tiene como objetivo comprender la relación entre la felicidad y la asertividad en el entorno laboral de los asesores de ventas. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes de este estudio para que pueda tomar una decisión informada sobre su participación.

**1. Propósito del estudio**

El propósito de este estudio es analizar cómo la felicidad y la asertividad afectan el desempeño y el bienestar de los asesores de venta en una empresa retail de Lima Metropolitana. Los resultados ayudarán a mejorar las condiciones laborales y las estrategias de recursos humanos en el sector.

**2. Procedimiento**

Si decide participar en este estudio, se le pedirá que complete un cuestionario en línea, que incluirá preguntas sobre su nivel de felicidad y asertividad en el contexto de su trabajo. El cuestionario tomará aproximadamente **20-25 minutos** de su tiempo. Se le garantizan condiciones de privacidad durante el proceso de recolección de datos.

**3. Participación voluntaria**

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Usted tiene derecho a decidir si desea participar o no, y en cualquier momento puede retirarse sin que esto afecte su relación con la empresa ni con el equipo de investigación. No se le exigirán explicaciones si

**Anexo F. Permiso de la empresa para llevar a cabo el estudio**

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA  
OBTENCION DE TITULO PROFESIONAL**

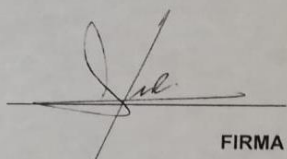
**Institución:** Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Yo, Diana Herrera Ramos , identificado con DNI 45709693, como Jefa de Desarrollo del Asesor de la empresa Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. con R.U.C. N° 20112273922

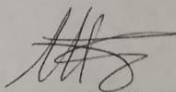
**AUTORIZO,**

Al señor Andre Joaquin Rivera Garay Identificado con DNI N° 47906420, bachiller en la carrera de Psicología, para que utilice la información de esta empresa/institución con la finalidad de desarrollar su Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, de esta manera optar el Título Profesional.

13 de diciembre 2022

  
FIRMA  
DNI 45709693

El Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta son auténticos. En caso de comprobarse lo contrario, el Bachiller será sometido al Comité de Disciplina.

  
FIRMA DEL BACHILLER  
DNI 47906420