

ILLUSTRO

REVISTA DE INVESTIGACIÓN CONTABLE, FINANZAS Y GESTIÓN



AREQUIPA 2017

ILLUSTRO

Revista de Investigación Contable, Finanzas y Gestión

Director:

Luis Castro Sucupuca. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Editor Asistente:

Geraldine Farfán Caballero. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Comité Editorial:

Jorge Angulo Paulet. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Jorge Benavides Shialer. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Fredy Leiva Flores. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

Comité de Revisores:

Diego Arias Padilla. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Lourdes Paz de Lazo. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

Carolina Vita Haeussler. Universidad Gabriela Mistral, Santiago, Chile.

Juan Pablo Manrique Málaga. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

Helio Ramírez Echeverry. Universidad Libre, Bogotá, Colombia.

Fredy Begazo Zegarra. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

César Manrique Velazco. Edpyme Raíz, S.A., Lima, Perú.

Alba Robles González. Universidad Santo Tomás, Tunja, Colombia.

Oscar Díaz Becerra. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Christian Farfán Caballero. Universidad Juan Pablo II, San José, Costa Rica.

Traducción:

Ana Lucía Núñez Cohello

Diagramación:

José Luis Vizcarra Ojeda

Cristofer Jason Vizcarra Ojeda

Carátula:

Omar Suri



© Universidad Católica San Pablo

Urb. Campaña Paisajista s/ n Quinta Vivanco, Cercado, Arequipa – Perú.

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2009-05536

ISSN 2311 – 4126

Impreso en ADRUS D&L Editores S.A.C.

Calle San José 311 Of. 314, Cercado, Arequipa – Perú.

Las opiniones libremente vertidas por los autores de los artículos no constituyen orientaciones oficiales de la Universidad Católica San Pablo y son enteramente responsabilidad de ellos.

SUMARIO

ARTÍCULOS

IMPORTANCIA DEL ETHOS EN LA ESFERA ECONÓMICA.....	7
<i>Johnny Velásquez Delgado</i>	
LOS EFECTOS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA SATISFACCIÓN FAMILIAR EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA DE AREQUIPA.....	21
<i>José Luis Espinoza Mendoza y Kimverly Aileen Rodríguez Ayma</i>	
TALLER DE COACHING PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE AREQUIPA.....	33
<i>Mónica Sánchez Sanssoni</i>	
IMPACTO DE LOS CAMBIOS DEL MACRO ENTORNO ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO Y CULTURAL SOBRE EL NIVEL Y CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN DE LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO	53
<i>Ricardo Valdez Cornejo, María Fonseca Flores y Hernán Molano Gutiérrez</i>	
EFFECTOS DE LA INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS DE LA REGIÓN AREQUIPA	69
<i>Hortencia Hinojosa Pérez</i>	
INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES.....	77

ARTÍCULOS

IMPORTANCIA DEL *ETHOS* EN LA ESFERA ECONÓMICA

RELEVANCE OF *ETHOS* IN THE ECONOMIC AREA

Jhonny E. Velásquez Delgado

Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España

Resumen:

El presente trabajo presenta la relevancia que tienen los valores y virtudes en la actividad económica. Para esto, se propone partir de las características y consecuencias de la crisis y confrontarlas con los supuestos que ha asumido el modelo de libre mercado para su funcionamiento. Se finaliza destacando el rol que pueden desempeñar los valores y virtudes en el devenir de la actividad económica, para esto, se muestra –como ejemplo– el rol que juegan dichos elementos en la experiencia económica del noreste italiano.

Palabras clave: *Ethos*, crisis económica, valores, virtudes, libre mercado.

Summary:

This paper presents the relevance of the values and virtues in economic activity. To achieve this goal, it is proposed begin from the characteristics and consequences of the crisis and confront them with the assumptions that has assumed by the free-market model for its operation. This work finalizes highlighting the role can play the values and virtues in the evolution of economic activity; exposing as example, the role played by these elements in the economic experience of the Italian northeast.

Key words: *Ethos*, economic crisis, values, virtues, free market.

“La eficiencia de una economía de mercado, y más en general su desempeño, depende también del tipo de cultura que prevalece en ella.”

(Stefano Zamagni)

Introducción

La explosión de la crisis financiera en el año 2008 y sus consecuencias –muchas de las cuales se pueden apreciar aún hoy en día– han vuelto a poner de manifiesto muchos temas en el centro del debate económico, tales como la mayor o menor intervención del Estado y el inversamente proporcional desempeño del mercado (Zamagni, 2014), la cabida que tiene –o que debería tener– la esfera ética en el devenir económico de las sociedades, la creciente desigualdad en la mayoría de países, entre otros.

Si bien es cierto, se podrían encontrar muchos más temas que merecerían ser debatidos, repensados, abordados nuevamente a la luz de la situación económica actual, se considera relevante dirigir la mirada a uno de éstos; la relevancia que tienen en el aspecto económico los valores, los principios, las normas de comportamiento, en otras palabras, el *ethos* que comparten las personas de una sociedad. Se entenderá *ethos* como la forma de comportarse que tienen las personas en una sociedad, como las normas y las reglas de vida que imperan en un grupo de personas.

Lo que dejó la crisis

Los últimos meses del año 2007 y todo el año 2008 serán recordados como el inicio de una de las mayores crisis contemporáneas, que si bien tuvo su inicio en el sistema financiero de Estados Unidos, poco a poco fue extendiéndose no solo al resto del sistema financiero mundial, sino también al sector real en los diversos países del orbe.

Si bien es cierto, en los últimos treinta años –a pesar que la economía, como la conoce-

mos en nuestros días, con la globalización y desde la crisis del sistema socialista, se convirtió en un dato de la realidad libre de discusiones acerca de su estructura más profunda– han aparecido diversas críticas al capitalismo. Se podría citar por ejemplo la teoría de las capacidades de Sen (1993, 2000, 2002), los negocios sociales de Yunus (2008, 2011), las críticas desarrolladas por Stiglitz (2007, 2011, 2012) y Piketty (2014) a la desigualdad, la economía de la tierra de Shiva (2006) o el decrecimiento de Latouche (2011); no se ha llegado a proponer un modelo alternativo al sistema capitalista (Bruni y Zamagni, 2015).

Para los autores italianos mencionados, la crisis iniciada en los años 2007-2008 ha reforzado su diagnóstico acerca del sistema capitalista, el cual está totalmente abocado a la búsqueda de ingresos. Hace ya algunos años, Bruni y Zamagni (2015) denunciaban

...los serios límites de una visión de mercado y de una concepción de la empresa fundamentada en el individuo –y no en la persona–, en la búsqueda compulsiva de la riqueza –y no de la felicidad pública–, olvidando y destruyendo bienes económicos fundamentales como los bienes relacionales, los bienes comunes y los bienes gratuitos. (p. 7)

Si se acepta la propuesta anterior, la crisis financiera explota en medio de un sistema capitalista movido únicamente por la búsqueda de la riqueza; sin embargo, la crisis no se limitaría únicamente al sector financiero o económico, sino que llegaría a más ámbitos. De hecho, se podría afirmar que es una crisis que va más allá

de lo meramente económico y financiero y que toca la dimensión antropológica de las personas; ya que por su amplitud, profundidad y duración, la crisis que aún se está viviendo podría influenciar los procesos de toma de decisión en los individuos (Campiglio, 2010).

Ahora bien, ¿cuáles son las características de la crisis? Dentro de los muchos elementos que caracterizan a la crisis se podría mencionar los siguientes. Es una crisis de naturaleza estructural y sistémica ya que no responde a un ciclo coyuntural o a una región geográfica, sino que fue causada por el incremento imprevisto y agudo del nivel de riesgo y del nivel de incerteza en todo el sistema (Campiglio, 2010). Para Zamagni (2010), la crisis además de ser sistémica y ser el inicio de muchos problemas económicos es al mismo tiempo un punto de llegada,

...es la culminación, inevitable, de un proceso que por más de treinta años ha modificado en la raíz el modo de ser y de funcionar de las finanzas, minando de esta manera las bases mismas del orden social liberal que es un signo inequívoco del modelo de civilidad occidental. (p. 17)

Este hecho puede entenderse mejor si se recuerda los primeros años del nuevo milenio, años en los cuales la euforia en las bolsas de valores de la mayoría de países –se podría evocar, por ejemplo, que la bolsa de valores peruana fue la más rentable del mundo en el año 2010– generó una especie de omnipotencia de las finanzas, tanto en los inversores, en los negociadores o *traders*, en las instituciones financieras, como en las autoridades reguladoras, en las autoridades políticas, en los centros mediáticos o en

algunas instituciones universitarias y de investigación. La euforia por las finanzas siguió creciendo hasta desembocar en la “autorreferencialidad” del sector financiero –otra de las características de este proceso–, por la cual, el sector financiero se convertía en un “...fin a sí y en sí mismo” (Zamagni, 2010, p. 19).

A las características ya señaladas se podría adicionar el carácter internacional de la crisis, ya que se propagó por todo el mundo y requirió de medidas económicas –buenas y malas– a nivel global; el hecho que haya provocado un cambio imprevisto del comportamiento de las familias y de las empresas a escala mundial, ya que mientras aumentaba la demanda de liquidez por parte de las empresas y el ahorro de las familias, caían al mismo tiempo las inversiones y el consumo de dichos agentes económicos; el incremento sensible de la desigualdad en los ingresos a nivel internacional –se volverá sobre este punto a continuación–; el cambio en la naturaleza de la deuda privada asemejándose a aquella correspondiente a la deuda pública, debido al incremento del nivel total de deuda privada; el hecho de enfatizar y fomentar en gran medida los canales de transmisión entre el sector financiero y el sector real de la economía; la magnitud de la caída imprevista de la demanda y de la producción, los índices de dos dígitos fueron el presagio que esta crisis no era pasajera o respondía a un ciclo económico severo, por el contrario, estaba destinada a cambiar profundamente tanto la economía como la geopolítica global (Campiglio, 2010).

Sin pretender agotar el tema de la desigualdad, es oportuno desarrollar brevemente

algunas ideas acerca de ella ya que se le considera uno de los efectos más graves que ha derivado de la actual crisis. Se podría afirmar que el tema de la distribución de la riqueza es un tema que nació con la economía política misma,

...cuando nació la economía política clásica en el Reino Unido y en Francia, a fines del siglo XVIII y principios del XIX, la distribución ya era el centro de todos los análisis. Todos veían claramente que habían empezado transformaciones radicales, sobre todo con un crecimiento demográfico sostenido –desconocido hasta entonces– y los inicios del éxodo rural y de la Revolución Industrial. (Piketty, 2014, p. 17)

Muestra de la relevancia de la redistribución de la riqueza –y de la desigualdad que se podría generar como consecuencia– en el discurso económico clásico es que dos de los economistas más importantes del siglo XIX, David Ricardo y Karl Marx, se plantearon las consecuencias de una concentración excesiva de los medios de producción y del ingreso en la sociedad. Según la propuesta de Ricardo –por ejemplo–, ante un incremento duradero en el tiempo de la población y de la producción inicia a escasear la tierra, lo que no hace más que encarecer su precio, esto conduciría, a su vez, a un incremento en el precio de la tierra y en las rentas pagadas a los dueños por dicho recurso. Esta dinámica no haría más que conducir a una destrucción del “equilibrio social”, ya que los terratenientes recibirían una parte cada vez mayor del ingreso nacional en detrimento del resto de las personas, que recibirían una parte cada vez menor. De alguna forma esta preocupación por la redistribución y la desigualdad se diluyó

cuando Simon Kuznets, basándose en el análisis de datos y series históricas, sostuvo que la desigualdad atravesaría un proceso –describiendo una trayectoria similar a una campana invertida– por el cual crecería al inicio e iría decreciendo después, como consecuencia de las etapas del proceso de industrialización y desarrollo económico (Piketty, 2014).

Si bien es cierto el sistema capitalista puede tolerar o desear desigualdad en alguna medida, ya que bajo la óptica económica es la manera de estimular y motivar a las personas; el nivel de desigualdad actual puede afectar de manera radical no solo la vida de los individuos sino también a toda la sociedad, y como consecuencia a la economía (Stiglitz, 2011; Zamagni, 2013; Reich, 2013). Si por un lado, se puede entender que la desigualdad es uno de los motores de la actividad económica, pues las personas al experimentar divergencia en diversos aspectos, se ven motivadas a contribuir a la sociedad con la finalidad de incrementar las retribuciones obtenidas de ésta como consecuencia de las contribuciones realizadas; por otro lado, se puede observar que esta relación no se respetó en la pasada crisis, en palabras de Stiglitz (2011):

...conceder recompensas proporcionales a las contribuciones de las personas a la sociedad da lugar a una economía más eficiente. Pero quienes fueron tan bien recompensados durante la burbuja inmobiliaria no hicieron más eficaz a la sociedad. Puede que durante un tiempo aumentar los beneficios de los bancos, pero esos beneficios eran un espejismo. En última instancia imponían enormes costos sobre la

gente en todo el mundo. El capitalismo no puede funcionar si las recompensas privadas no tienen relación con la rentabilidad social. (p. 209)

La lógica del sistema de libre mercado no asigna recursos de acuerdo a términos como justicia, igualdad o felicidad, sino que lo hace siguiendo términos como maximización, rentabilidad o eficiencia; el mercado no siempre asigna los recursos de acuerdo a las convenciones de justicia, de igualdad o de equidad que tiene una sociedad; “el límite más inquietante del mercado es, sobre todo, su incapacidad de asegurar una distribución equitativa del rédito entre todos aquellos que han concurrido a producirlo” (Zamagni, 2014, p. 89).

La desigualdad hoy en día es un grave problema no solo desde el apartado moral –que es el argumento principal de este discurso–, sino también desde el plano meramente económico, ya se ha visto como diversos autores como Stiglitz, Piketty o Reich, entre muchos otros, muestran su preocupación frente a este hecho, ya que niveles de desigualdad semejantes a los que se tiene hoy en día atentarían en el largo plazo contra el ordenamiento económico y social. Según estudios recientes,

...la desigualdad en la distribución de la riqueza a nivel mundial a principios de la década de 2010 parece ser comparable, por su amplitud, a la observada en las sociedades europeas hacia 1900-1919. (...) En concreto, el 0,1% de los más ricos del planeta (...) parece poseer una riqueza neta promedio del orden de 10 millones de euros, es decir, casi 200 veces el patrimonio promedio a nivel

mundial (...); por lo tanto, una participación en la riqueza total de casi 20%. El 1% de los más ricos (...) posee un patrimonio promedio del orden de 3 millones de euros (...), es decir, 50 veces el patrimonio promedio; por lo tanto, una participación en la riqueza total del orden de 50%. (Piketty, 2014, p. 482)

Con la mayoría de países del mundo saliendo de un proceso de crisis, que ha sido consecuencia –al menos en parte– de algunas de las limitaciones del mercado y con un modelo económico autorreferencial, que busca explicarse partiendo de sí y terminando en sí mismo; se considera más que oportuno y relevante retomar la cuestión acerca de la razón de ser del mercado, acerca del origen y del fin último del sistema económico.

Smith, sentimientos morales y autosuficiencia del mercado

Después de haber revisado algunas de las consecuencias que ha traído consigo la crisis financiera y económica, es conveniente retomar la primera idea expuesta –los límites de la concepción de mercado y de la empresa– y contrastarla con el origen del modelo económico actual. Sería pretencioso intentar revisar de forma sucinta todo el pensamiento de Smith, por esa razón, se destacarán solo dos partes.

Virtudes morales y economía

Desde que el filósofo y economista escocés Adam Smith publicara la obra que serviría de referencia a la economía clásica y al sistema económico de libre mercado –“Investigación sobre la Naturaleza y las Causas de la Riqueza de las Naciones”– en

1776 (Smith, 2014), el tema de la distribución desigual ha sido una preocupación; es de esta obra que se extraen las ideas más relevantes que han ido impregnando el modelo económico, tales como la mano invisible o la consecución del bien social a partir de la búsqueda del beneficio individual, entre otros. Sin embargo, poco o mucho menos se ha mencionado o se ha tomado en cuenta lo que el autor escocés daba a conocer en otra obra publicada años antes, “Teoría de los Sentimientos Morales” (Smith, 2013).

Si por un lado, Adam Smith reconoce en su “Teoría de los Sentimientos Morales” que “el ser humano tiene una tendencia natural hacia la simpatía, la benevolencia y la relación inmediata con el otro,” y asume, también, “que sería más humano y bello poder obtener servicios de los demás gracias a la amistad o al amor” y que como consecuencia, la amistad y el amor son humanamente superiores respecto a las motivaciones que orientan el intercambio en el mercado; por otro lado, destaca que “estas características antropológicas y psicológicas no son necesarias para el funcionamiento de los mercados”. Se podría decir que según Smith (2013) algunas virtudes o valores como la benevolencia o la amistad no son suficientes para asegurar el funcionamiento del mercado, sin embargo “al mismo tiempo en su Teoría de los Sentimientos Morales nos recuerda que también el mercado necesita, como elementos esenciales, otras virtudes, aquellas civiles, como la prudencia o la justicia” (Bruni, 2009, p. 122, 2010, p. 117).

Una de las virtudes que necesita el mercado y sin la cual no podría funcionar de forma

adecuada es la confianza. La palabra confianza procede del latín *fides* que literalmente significa “cuerda”, el elemento que mantiene unidos uno o más elementos. Para funcionar, el mercado requiere altos niveles de cooperación entre las personas que intervienen en las transacciones, y la cooperación requiere a su vez sólidas relaciones de confianza (Zamagni, 2014).

Sin la existencia de confianza en cualquier transacción comercial, un comprador cualquiera no se fiaría del vendedor de un producto que está interesado en comprar por miedo a ser engañado; por otro lado, un vendedor cualquiera, sino confiara en el comprador, no le entregaría la mercadería acordada, por el temor a no recibir el pago por la misma en las condiciones y términos pactados. Sin confianza el mercado no funciona adecuadamente ya que los costes de transacción se elevan considerablemente como consecuencia de la necesidad de recurrir a garantías, abogados, contratos e instituciones que velen por el cumplimiento de los términos y condiciones.

Tocando, solo por un momento, el tema de la confianza en Perú, hace algunos días González de Olarte (2016) afirmaba que la desconfianza es la causa de muchos de los problemas que enfrenta el país, ya que la confianza es un código ético que la sociedad peruana ha perdido con el paso del tiempo. El autor peruano destaca la relevancia de la confianza al sostener que es la base del funcionamiento de la economía, de la política y de la sociedad.

La razón principal es que las instituciones y la confianza reducen drásticamente la incertidumbre, aumentan los beneficios de

las economías de escala, facilitan los contratos, estabilizan el futuro, es decir, generan condiciones para avanzar en sociedad con todas las ventajas de la división del trabajo, de la creatividad e innovación. En otras palabras, son base del desarrollo. (Olarte, 2016, párr. 6)

La confianza en Perú ha desaparecido por diversas razones y según se ha comentado antes sería fundamental tanto en el desarrollo social como en el desarrollo económico; sin embargo, el sistema económico no fomenta ni promueve el desarrollo de aquellos elementos intangibles que precisa para su adecuado funcionamiento, tales como confianza, cooperación y solidaridad.

Autosuficiencia de mercado

Ahora bien, podría surgir la duda sobre la importancia de virtudes –tales como la confianza– en el devenir económico, al fin y al cabo, el mercado en todo el mundo sigue funcionando cada día con elevados o con bajos niveles de confianza, de hecho, podría decirse que el mercado se autorregula ¿correcto?

Sería bueno destacar dos puntos. Primero, el mercado sigue funcionando aún sin valores y virtudes que lo orienten, pero lo hace por debajo de sus posibilidades. Piénsese, por ejemplo, en todos los recursos que destina la sociedad –en su conjunto– para reducir el riesgo y la incertidumbre cuando se realiza un transacción comercial, tales como abogados, contratos, notarios, seguros y reaseguros, entre otros; todos estos son costes de transacción adicionales que se deben asumir como consecuencia de la falta de confianza.

Segundo, el mercado no se autorregula ya que “por sí mismos, los mercados a menudo no producen resultados eficientes ni deseables” (Stiglitz, 2012, p. 80). Para que el mercado funcionara adecuadamente debería desenvolverse dentro de las condiciones teóricas que determinan libre competencia de mercado, dichas condiciones podrían resumirse de la siguiente manera:

Primero, que todos los participantes en el juego del mercado posean completa información sobre los datos del mercado; solo así los agentes económicos se encuentran en posición de aprovechar las oportunidades mutuamente ventajosas. Segundo, que los bienes objeto de transacciones sean solo bienes privados; por lo tanto, ni bienes públicos, ni bienes comunes (*commons*). Tercero, que cuando las dos partes de un contrato realizan la transacción a la cual se dedican, los efectos (positivos o negativos) que deriven no recaigan en una tercera parte; es decir no se deben generar externalidades ni en la etapa de la producción ni en aquella del consumo. Cuarto, que ningún agente tenga un poder de mercado que le permita influenciar la determinación de precios, más general aún, condicionar las decisiones de asignación; es decir no deben existir estructuras monopolísticas y/o oligopolísticas. Finalmente, debe estar asegurada la condición de totalidad de los mercados: deben existir mercados para todos los bienes y servicios, presentes y futuros. (Zamagni, 2014, pp. 79-80)

Ante la ausencia de una o más de estas condiciones –como sucede prácticamente en todos los mercados– no es de esperar que en el mercado real exista competencia perfecta, como consecuencia, el mercado

no es plenamente eficiente ni se regula. Frente a este hecho, que muchos economistas han llamado “teoría de los fallos del mercado”, uno de los caminos para corregir las desviaciones sería la intervención de un actor externo: el Estado.

Smith utilizó una metáfora para referirse a la actuación del mercado: la Mano Invisible. Según el filósofo escocés, las personas al perseguir individualmente sus propios intereses, son conducidas por una fuerza o mano invisible a la consecución del bienestar general (Stiglitz, 2012). El sentido de la metáfora de Smith sería que en condiciones de competencia perfecta no es necesaria la intervención del Estado o de institución pública alguna para asegurar un orden social que permita maximizar el bienestar social (Zamagni, 2014).

Si bien es cierto la metáfora de la mano invisible se ha convertido en uno de los dogmas de la economía de mercado, Zamagni (2010) propone una visión más amplia de la propuesta de Smith. Para el autor italiano:

Adam Smith insistía que un orden social auténticamente liberal tenía necesidad de dos manos para durar en el tiempo: invisible una –aquella de la que todos hablan, muchas veces de manera disparatada, probablemente por una carente capacidad interpretativa– y visible la otra, aquella del Estado que debe intervenir en clave subsidiaria, como se dice hoy, todas las veces en las que el accionar de la mano invisible conlleve el riesgo de conducir hacia la monopolización u oligopolización de la economía. (p. 37)

Visto que el mercado no siempre es la institución que asigna recursos de manera

adecuada y logra los mejores resultados –la reciente crisis podría ser el mejor ejemplo–, se podría otorgar mayor preponderancia al papel del Estado. Si bien se entiende tradicionalmente que “el Estado es un mal administrador”, sucede que el Estado no siempre es ineficiente en su gestión, pueden encontrarse ejemplos de buena y mala gestión de empresas tanto en el sector privado como en el sector público. De hecho en algunos países el gobierno ha ido más allá, llegando a desarrollar el rol de articulador de la sociedad, interviniendo de manera subsidiaria en la actividad económica. Este el caso de Corea del Sur, hace cuarenta años la ventaja comparativa del país asiático era la producción de arroz, el Estado decidió promover e invertir en educación y tecnología con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos; hoy en día Corea del Sur exporta tecnología, en forma de chips, de teléfonos móviles o de automóviles (Stiglitz, 2011).

La relevancia de un modelo de mercado centrado en virtudes y valores

Existe una propuesta identificada por su acrónimo “NOMA” (Non-Overlapping Magisteria) que propone la total independencia de las diversas áreas del conocimiento para ser consideradas ciencia. Comúnmente se ha usado este principio para separar la economía de otras áreas del conocimiento –como la ética, la política o la filosofía– que podrían cuestionar la orientación fundamental de la actividad económica hacia el beneficio, la rentabilidad y la eficiencia. Si bien es cierto que las ciencias deben ser autónomas en cada campo de competencia; es en el pluralismo y en el enfoque multidisciplinario donde se

encuentra mayor riqueza, donde se puede apreciar la realidad con más elementos de juicio, debido a la luz que puede arrojar sobre una realidad dada la conjunción de diversas ciencias y métodos científicos.

Ahora bien, pretender separar la esfera económica de las demás esferas de la vida, como la esfera política, la esfera cultural o la esfera social parece inviable. El mercado –con todas las limitaciones que tiene, algunas de las cuales se han señalado aquí–, como se ha demostrado, ha hecho grandes aportaciones a la vida de las personas; sin embargo estos beneficios se hacen realidad solo a partir de la interacción de actores privados con diversos actores públicos (como por ejemplo entidades reguladoras o de fomento) y con el resto de la sociedad civil (organizaciones del tercer sector, entre otros). Por otro lado, separar el mercado o la esfera económica de sus razones éticas es pretencioso, ya que el mercado por sí mismo no se orienta necesariamente al bien común ni busca por encima de todo el desarrollo humano integral (Zamagni, 2014).

Finalmente, conviene recordar que la actividad económica tiene un sujeto que la hace posible, este sujeto es el ser humano, y el ser humano es un ser capacitado para discernir acerca de lo bueno y lo malo, acerca de lo justo y lo injusto.

Noreste italiano, un ejemplo de ethos

El noreste italiano, también llamado la Tercera Italia, es un modelo emblemático de la forma en que la presencia real de valores y virtudes en la actividad económica

pueden mejorar la vida de las personas. Según el Instituto Aspen Italia se consideraría dentro de este macro agregado territorial a las provincias de *Bolzano, Reggio Emilia, Trento, Padova, Modena, Vicenza, Verona, Parma, Rovigo y Bologna* (Aspen Institute Italia, 2011). Dentro de los sectores económicos comprendidos en esta zona de Italia se podrían mencionar por ejemplo: alimentario y tabaco, textil, cuero, madera, papel, refinerías de petróleo, químico, metal, mecánico, etc.

Esta zona del norte italiano llamó la atención del mundo y de estudiosos –Becattini, Bagnasco, Bonazzi, Garofoli o Zurla, entre otros– ya que en base a elementos y características peculiares se constituyó en un caso de éxito de economía difusa; mediante la organización de redes de empresas y una adecuada coordinación entre el sector privado (mercado), el sector público y diversos agentes de la sociedad civil –sindicatos, organizaciones empresariales, etc. –, se lograron elevados índices de productividad y eficiencia, elevada renta per cápita, y finalmente y más importante aún, se elevó la calidad de vida de los ciudadanos.

Si bien es cierto, mucho se puede escribir sobre los resultados económicos del modelo italiano –prueba de ello son los diversos estudios que existen al respecto–, se destacará el rol que ha jugado en esta positiva experiencia lo que en este ensayo se ha denominado *ethos*.

Becattini (2002) al describir el surgimiento espontáneo de esta experiencia de desarrollo territorial –también denominada “distritos industriales”– expone algunos elementos interesantes:

...a finales de los años sesenta del siglo xx, algunos economistas italianos perciben algunos curiosos fenómenos: a) en ciertas zonas del país (por ejemplo, la Toscana), donde la gran empresa, pública o privada, que opera en sectores de alta intensidad y/o tecnología, muestra claros signos de declive, se produce un extraño florecimiento de pequeñas empresas manufactureras, a cuyo impulso crecen la renta, el empleo y las exportaciones en la zona; b) las pequeñas empresas de estas aglomeraciones se presentan técnicamente preparadas para el trabajo que realizan, en un nivel parecido al de las grandes empresas de la competencia... (p. 18)

Y destaca que lejos de agotarse –como referían algunos expertos– éste fenómeno persistió:

poniendo en evidencia, además, otra característica no menos extraña: las nuevas empresas no nacen en el interior de las ciudades industriales, y en casi todos los sectores se extienden territorialmente en una amplia área (...) para concentrarse en áreas relativamente restringidas que, a menudo, la teoría corriente de la localización industrial no considera atractivas para la inversión (con pocas infraestructuras o poco accesibles, por ejemplo), en sectores que la economía industrial predominante considera pasados y sin perspectivas (textil, vestido, calzado y peletería, muebles de madera, etc.) y bajo formas (la pequeña empresa, por lo general familiar) que considera sin futuro. (p. 18)

Merece la pena prestar atención a algunos factores que no son comunes a la actividad económica cotidiana. Son pequeñas empre-

sas y organizaciones las que se encuentran en el centro de esta dinámica empresarial; son organizaciones muy especializadas en cada uno de los rubros de pertenencia; se encuentran ubicadas en las cercanías de pequeñas ciudades y en lugares que no serían los más adecuados desde un punto de vista logístico; en sectores económicos sin mucho futuro y bajo una forma de organización que teóricamente no es la más adecuada para hacer frente al mercado global.

Sin duda alguna todos estos elementos son relevantes, a partir de ellos podría profundizarse en diversos temas, como las redes de colaboración, la flexibilidad que tiene el modelo de producción al estar configurado en base a pequeñas empresas u organizaciones, el nivel de coordinación, entre otros. Sin embargo el tema de mayor interés, desde el punto de vista del discurso que se ha hecho en este trabajo, son los elementos inmateriales que ordenan la actividad económica en el modelo de desarrollo territorial tratado.

Becattini (1989) al comentar las características de la tercera Italia, afirma que el sistema de valores y la filosofía de vida en los distritos industriales o también llamadas características socio-culturales, son las fuerzas que mantienen unidos a los requisitos productivos tales como las instituciones, la tecnología, las empresas y los habitantes. Piore y Sabel (1990), sostienen que en entornos como éste, no son las instituciones las que mantienen unidas a las unidades productivas, ya que “la cohesión de la industria se basa en un sentido más fundamental de comunidad, del que las distintas formas institucionales de coope-

ración son un resultado más que una causa” (p. 381). Vázquez (1999) destaca que “en los procesos de desarrollo local, la dinámica del sistema productivo está condicionado por los valores que orientan a la sociedad” (p. 40), por ejemplo, la confianza entre los empresarios de una localidad, fomenta la cooperación y permite las transacciones entre empresas; mientras que la ética en el trabajo, reduce la conflictividad social, al mismo tiempo que mejora la cualificación de las personas, colaborando de esta manera, en el proceso económico.

Según algunos autores italianos, la filosofía de vida que se encuentra en los distritos industriales italianos es peculiar, pues presenta la mezcla de una necesidad por la afirmación individual-familiar dentro de una elevada dependencia de las relaciones con la comunidad local. El elemento central de la experiencia italiana son los elementos inmateriales, los valores, las virtudes, los códigos de comportamiento; son éstos el centro de esta forma de organización económica.

Estos valores y virtudes no son comunes en todo el mundo, inclusive se podría decir que no son comunes a un mismo país. En Italia misma, existe diferencia entre el *ethos* del norte del país y el *ethos* del sur del país. En el sur, por ejemplo; el excesivo individualismo –que traería como consecuencia la ausencia de comportamientos de tipo cooperativo–; la ausencia de redes sólidas de confianza entre los agentes económicos y el escaso respeto por los bienes de propiedad común explicarían la diferencia de costos de transacción que existe entre esta parte de Italia y el norte del país (Zamagni, 2009).

El ejemplo antes mencionado, sin ser el único o el mejor, es una muestra válida y práctica de la relevancia que tienen los elementos inmateriales –tales como confianza, solidaridad, respeto por los derechos, conciencia de los deberes, sentido de pertenencia, etc.– en el devenir económico, social y político de las sociedades.

Conclusión

Después de revisar distintos elementos acerca de la relevancia que podría tener la existencia de un *ethos*, de valores y de virtudes en el apartado económico se pueden extraer algunas conclusiones. Se podría sostener que la crisis –que se propagó por todo el sistema económico mundial, por lo que sería sistémica y no coyuntural– fue una consecuencia de la lógica interna del modelo de libre mercado en la cual se priorizó el corto plazo sobre el largo plazo, en la que se pensó que el tamaño de las entidades financieras les impediría caer o quebrar, en la que la recompensa privada estuvo totalmente dissociada de la rentabilidad social. Todos estos elementos se conjugaron al interior de un modelo de mercado en el que la autorreferencialidad del mismo intenta responder las cuestiones fundamentales del qué producir, cómo producir y para quién producir, abordando la respuesta solo desde una perspectiva económica.

Los niveles de desigualdad que actualmente existen en los diversos países del mundo –con diversos matices– no se ajustan a una distribución equitativa de la renta y el mercado, por sí mismo, no intentará corregir dicho desequilibrio. Esta distribución desequilibrada de la renta no solo

no es adecuada desde el punto de vista ético o moral en primer lugar; sino que siguiendo solamente la lógica del mercado, esta inapropiada distribución de la renta será nociva no solo para la esfera económica, sino que también podría atentar contra el ordenamiento político y social. Asimismo, no se puede olvidar que la fortaleza y el motor del modelo de libre mercado no es la riqueza de las grandes fortunas, sino una clase media sólida y amplia que goce de una adecuada retribución por el trabajo que desarrolla.

Concebir el mercado como un modelo basado en el egoísmo y con la búsqueda de la riqueza como único objetivo podría traer mayores problemas en un futuro. Sin embargo, entender el mercado como un sistema que se basa en la cooperación y que pretende como objetivo último la consecución del bien común, probablemente sea más adecuado al estar en consonancia con las mociones más profundas de los seres humanos, como ya reconoció Smith. Se podría rescatar, por ejemplo, los valores y la propuesta de la economía civil italiana que sostiene que en lugar de entender el mercado bajo la óptica del “dilema del prisionero” (donde se invita a la actuación de tipo *free rider*), se comprenda el sistema económico desde la perspectiva de la “caza al ciervo” (donde se fomenta la cooperación entre los agentes intervinientes).

El mercado necesita de valores y virtudes –justicia o prudencia, por ejemplo– como elementos esenciales en su funcionamiento; sin embargo, es curioso que el sistema no fomente ni promueva el desarrollo de estos elementos en las personas, premiando los comportamientos que estén en consonancia

con ellos y sancionando aquellas actuaciones oportunistas. Aun reconociendo que el mercado puede seguir funcionando sin la existencia de valores y virtudes arraigados en él, sería correcto inferir que el mercado estaría funcionando por debajo de sus posibilidades. Por ejemplo, un mercado impregnado por valores tales como confianza y cooperación tendría mejores resultados que uno en el que estos valores estuvieran ausentes, ya que los costes de transacción en el primer caso serían presumiblemente más bajos que en el segundo caso.

Teniendo en cuenta que la probabilidad de la existencia de un mercado en el que se cumplan todos los presupuestos de libre competencia es muy baja –por decir casi imposible, se piense sino solo a uno de los supuestos: el libre acceso a la información–, el rol que puede desempeñar el Estado sería central para la corrección de los “fallos del mercado”, siempre en clave subsidiaria. Un Estado que corrija y complemente las acciones de la “mano invisible” podría constituirse en un elemento central en la consecución del bien común de las diversas sociedades. El Estado no siempre es un mal administrador o gestor, no está condenado a serlo necesariamente.

Así como no se debería pretender separar la esfera económica de las otras esferas de la vida en sociedad, como la esfera política o la esfera social, ya que conjugándolas se podría obtener mejores resultados; tampoco se debería intentar separar la ciencia económica de otras ciencias como la filosofía o la ética, ya que estas podrían contribuir y ayudar a la economía a responder a sus preguntas fundamentales y a encontrar su razón de ser fundamental: el ser humano.

Se podría tener como un ejemplo de la importancia de la existencia de valores y virtudes en el apartado económico a la experiencia italiana; no como un modelo a seguir –ya que cada país, área geográfica o sociedad tiene características propias y cada una es diversa y rica por esta causa– sino como un ejemplo claro, palpable, realista que *ethos*, valores, virtudes no están peleados o se oponen a otros adjetivos que caracterizan el mercado en nuestros días, tales como eficiencia, productividad o rentabilidad.

Hoy más que nunca es necesario pensar, enjuiciar y criticar la situación en la que nos encontramos y definir cuál es el escenario en el que esperamos encontrarnos en un futuro, cuál es el futuro que pretendemos dejar a las personas en cada una de nuestras ciudades, sociedades y países. De otra forma el riesgo más grande que enfrentaremos será –como dice Luigino Bruni (2010)– “pensar, escribir y contar que el *ethos* de mercado hoy dominante sea el único posible también mañana” (p. 225).

Referencias

- Aspen Institute Italia (2011): “La vitalità económica delle province italiane”. [Documento en formato html] Recuperado el 7 de abril de 2016. En línea: <http://www.aspeninstitute.it/inte-resse-nazionale/articolo/la-vitalit%C3%A0-dei-territori-seconda-edizione>
- Becattini, G. (1989). Los distritos industriales y el reciente desarrollo italiano. “Sociología del Trabajo”, 5, 3-18.
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial Marshalliano a la teoría del distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. “Investigaciones Regionales”, 1, 9-32.
- Bruni, L. (2009). “L’economia la felicità e gli altri. Un’indagine su beni e benessere”. Roma: Città Nuova Editrice.
- Bruni, L. (2010). “L’ethos del mercato. Un’introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell’economia”. Milano: Bruno Mondadori.
- Bruni, L. y Zamagni, S. (2015). “La economía civil”. Bologna: Società Editrice il Mulino.
- Campiglio, L. (2010). L’uomo al centro del lavoro e dell’impresa. Come il crédito può favorire lo sviluppo. En Campiglio, L. y Zamagni, S. “Crisi económica. Crisi antropológica” (pp. 9-16). Napoli: El Cerchio S. R. L.
- González de Olarte, E. (2016). “La desconfianza peruana como causa de nuestros males: subdesarrollo, democracia de baja intensidad y estado ineficiente”. [Documento en formato html] Recuperado el 5 de abril de 2016 de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/economiaperuana/2016/02/04/desconfianza-e-instituciones/>
- Latouche, S. (2011). “Hora del decrecimiento”. Barcelona: Octaedro.
- Piketty, T. (2014). “El capital en el siglo XXI”. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

- Piore, M. y Sabel, C. (1990). "La segunda ruptura industrial". Madrid: Alianza Editorial S. A.
- Reich, R. (2013). "La verdad incómoda de la economía". [Documento en formato html] Recuperado el 31 de marzo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/02/08/economia/1360341478.html>
- Sen, A. (1993). "Il tenore di vita. Tra benessere e libertà". Padova: Marsilio Editori.
- Sen, A. (2000). "Desarrollo y libertad". Barcelona: Editorial Planeta.
- Sen, A. (2002). ¿De qué se trata el desarrollo? En Meier, G. y Stiglitz, J. (Ed.) "Fronteras de la economía del desarrollo. El futuro en perspectiva" (pp. 509-516). Bogotá: Banco Mundial en coedición con Alfaomega Colombiana S. A.
- Smith, A. (2013). "La teoría de los sentimientos morales". Madrid: Alianza Editorial.
- Smith, A. (2014). "La riqueza de las naciones". Madrid: Alianza Editorial.
- Stiglitz, J. (2011). "Caída libre: El libre mercado y el hundimiento de la economía mundial". Madrid: Santillana Ediciones Generales S. L.
- Stiglitz, J. (2012). "El precio de la desigualdad". Madrid: Santillana Ediciones Generales S. L.
- Vázquez, A. (1999). "Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno". Madrid: Ediciones Pirámide S. A.
- Yunus, M. (2008). "Un mundo sin pobreza. Las empresas sociales y el futuro del capitalismo". Barcelona: Ediciones Paidós.
- Yunus, M. (2011). "Las empresas sociales. Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad". Barcelona: Ediciones Paidós.
- Zamagni, S. (2009). "Economia ed etica. La crisi e la sfida dell'economia civile". Brescia: Editrice La Scuola.
- Zamagni, S. (2010). La lezione e il messaggio di una crisi annunciata. En Campiglio, L. y Zamagni, S. "Crisi económica. Crisi antropológica" (pp. 17-43). Napoli: El Cerchio S. R. L.
- Zamagni, S. (2013). "Per un'economia a misura di persona". Roma: Città Nuova Editrice.
- Zamagni, S. (2014). "Mercato". Torino: Rosenberg & Sellier.

Recibido: 20-04-2016

Aceptado: 04-12-2016

LOS EFECTOS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA SATISFACCIÓN FAMILIAR EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA DE AREQUIPA

EFFECTS OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND FAMILY SATISFACTION OVER ORGANIZATIONAL CLIMATE IN A PUBLIC INSTITUTION FROM AREQUIPA

José Luis Espinoza Mendoza y Kimverly Aileen Rodríguez Ayma
Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú

Resumen:

En el presente estudio se analizan tres variables: inteligencia emocional, satisfacción familiar y clima organizacional. Se consideraron diversos análisis de estas variables, para lo cual se diseñó un estudio cuantitativo de corte predictivo. La muestra estuvo conformada por 77 trabajadores de una institución pública de Arequipa, se utilizaron tres instrumentos el Cuestionario de inteligencia emocional para trabajadores de Arias, la Escala de satisfacción familiar de Wilson y Olson, y el Perfil Organizacional de Likert. Los resultados indican que los niveles de clima organizacional son bajos, sobre todo en las dimensiones de Claridad y Reconocimiento, mientras que los trabajadores poseen niveles moderados de inteligencia emocional, al igual que su satisfacción familiar. Se encontraron relaciones entre la satisfacción familiar y el clima organizacional, y a nivel predictivo, a través del análisis de regresión, la satisfacción familiar predijo positivamente el clima organizacional, sin embargo la inteligencia emocional no tuvo efecto en el clima organizacional, ni se correlacionó con esta variable. Se concluye por tanto que la satisfacción familiar tiene efecto en el clima organizacional de los trabajadores del público que fueron evaluados.

Palabras clave: Inteligencia emocional, satisfacción familiar, clima organizacional.

Summary:

In this study we analyze three variables: emotional intelligence, family satisfaction and organizational climate. We consider several analysis of these variables, so it was designed a quantitative and predictive research. The sample was conformed by 77 workers from a public institution at Arequipa. Moreover, we applied the following instruments: Emotional Intelligence Questionnaire for Workers, Wilson y Olson Family Satisfaction Scale, and Likert Organizational Profile. The results indicate that organizational climate register low levels, specially in the dimensions of Clarity and Reward, while workers have moderate levels of emotional intelligence, so as in family satisfaction. We found statistical relations between family satisfaction and organizational climate, and in predictive level, though regression analysis, family satisfaction predicted positively the organizational climate, although the emotional intelligence does not have effect in organizational climate, and it was not correlated with this variable. We conclude that family satisfaction has effect in organizational climate in workers who were tested.

Key words: Emotional intelligence, family satisfaction, organizational climate.

Introducción

Un problema reciente en las empresas actuales, es el conflicto que deviene de la conciliación entre la vida familiar y laboral de los trabajadores, que recibe el nombre de conflicto familia-trabajo o conflicto trabajo-familia. Esto se debe a que para los trabajadores (que hoy en día, son tanto el varón como la mujer), les genera dificultad ordenar sus tareas familiares con sus labores en el trabajo. La crianza de los hijos, es cada vez más demandante y las obligaciones en la empresa son también complejas, porque el uso de la tecnología se relaciona con nuevas formas de estrés laboral, y las relaciones humanas en el trabajo tienen un impacto más fuerte en el desenvolvimiento del trabajador.

Esto hace que los aspectos emocionales del trabajador cobren un peso importante en su entorno laboral, por ello autores como Goleman (2010) señalan que la inteligencia

emocional en el trabajo es fundamental en el ajuste del empleado a su puesto de trabajo, ya que de ello depende cómo serán sus relaciones con sus compañeros de trabajo, sus jefes y subordinados. Esto a su vez, afectaría el clima organizacional, ya que, si los trabajadores se llevan bien, el clima organizacional tendería a ser óptimo (Arias y Arias, 2014).

Precisamente, los estudios hechos en la ciudad de Arequipa, señalan que el clima organizacional de los trabajadores es deficiente en los aspectos de reconocimiento que reciben de los empleadores y de las responsabilidades que deben asumir, pero las relaciones con los compañeros de trabajo pueden amortiguar el estrés que generan estos dos factores (Arias, 2013).

Con respecto al conflicto familia-trabajo, se tiene que un estudio realizado en Arequipa, ha reportado que la integración familiar tiene efectos moderadores entre el estrés del traba-

jador y su satisfacción laboral, lo que quiere decir que si los trabajadores, se sienten satisfechos con su familia, pueden afrontar mejor el estrés en el trabajo (Arias y Ceballos, 2016).

Estos temas, son relativamente nuevos en el ámbito peruano, pero los primeros hallazgos apuntan a que como ocurre en otros países, la satisfacción familiar tiene efectos en el desempeño del trabajador. Ahora bien, para que el trabajador pueda tener un trabajo y una familia con armonía, el control y gestión de sus emociones es fundamental. Por ello, en el presente estudio se plantea analizar, los efectos que tiene tanto la inteligencia emocional como la satisfacción familiar, en el clima organizacional de un grupo de trabajadores de una institución pública de Arequipa.

En tal sentido nuestras preguntas de investigación fueron: ¿La inteligencia emocional y la satisfacción familiar de los trabajadores tendrán efectos en el clima organizacional en una institución pública de Arequipa?, ¿Cuáles son las características de la inteligencia emocional de los trabajadores, la satisfacción familiar y el clima organizacional entre los trabajadores de esta institución?, ¿Qué relación existe entre la inteligencia emocional, al satisfacción familiar y el clima organizacional?

Con respecto a la inteligencia emocional, este concepto que fue propuesto por Salovey y Mayer (1990) y popularizado por Daniel Goleman (1997). Sin embargo, aunque la inteligencia emocional, ha sido frecuentemente relievada (Cabanillas, 2002), también ha generado polémica, ya que según algunos autores este concepto, estaría relacionada con la personalidad,

las habilidades individuales o los estilos cognitivos, más que con la inteligencia misma (Vallés, 2002).

La inteligencia emocional puede definirse como la habilidad para conocer las propias emociones y las de los demás, y gestionarlas eficientemente para lograr buenas relaciones sociales. De este modo, la inteligencia emocional tiene cinco características básicas (Goleman, 1997): 1) Habilidad para reconocer nuestras propias emociones, 2) Habilidad para reconocer las emociones de los demás, 3) Capacidad de gestionar nuestras propias emociones, 4) Capacidad de gestionar las emociones de los demás, 5) Sirve para cultivar buenas relaciones humanas con otras personas.

Con respecto al clima organizacional, varios autores convienen en definirlo como el conjunto de percepciones que tienen los trabajadores sobre su centro de trabajo (Arias, 2013). Algunos estudios han relacionado el clima organizacional con la satisfacción laboral (Salgado, Remeseiro e Iglesias, 1996; Arias y Arias, 2014) y diversas variables organizacionales como la estructura de la empresa, las condiciones de trabajo, el ambiente laboral, el salario, la seguridad, el confort, las relaciones humanas entre los trabajadores, etc. (Sandoval, 2004). Precisamente por ello, un clima de trabajo óptimo brinda depende en gran medida de la inteligencia emocional de los trabajadores. De este modo, así como los factores organizacionales impactan en el trabajador, las características del trabajador pueden influir en la organización (Schultz, 1999).

Por otro lado, una variable que recientemente ha adquirido mayor importancia en

el trabajo, es la vida familiar del trabajador. En ese sentido, las estructuras familiares nucleares se han relacionado con el desarrollo económico (Riesco y Arela, 2015) y el bienestar de las personas (Pliego y Castro, 2015), tanto en el Perú como en otros países. Otros estudios han indicado que entre un 11 y 25% de personas señala que las tensiones de la familia debilitan la capacidad para trabajar (Prado y Del Águila, 2010). En nuestro medio, solo existe un estudio publicado sobre dicho tema (Arias y Ceballos, 2016), donde se señala que, la integración familiar tiene impacto en la satisfacción laboral del trabajador. Aquí también vemos que la inteligencia emocional puede considerarse como una bisagra entre la satisfacción familiar y el clima organizacional, dada su relevancia en la vida personal y laboral de las personas (Goleman, 2010). Sin embargo, hasta la fecha no hay estudios que prueben dichas relaciones.

Metodología

El tipo de investigación es básica y cuantitativa, dado que los datos analizados permitirán generar nuevos conocimientos en lugar de tener implicancias prácticas directas. Asimismo, el diseño de investigación es predictivo *ex post facto*, pues no se provocan los efectos sobre el clima organizacional, sino que éstos se evalúan después de que ocurren. Además, al aplicar regresiones lineales, es posible predecir los efectos de la inteligencia emocional y la satisfacción familiar sobre el clima organizacional.

Muestra

La Muestra está conformada por 77 trabajadores de una institución pública ubicada en la ciudad de Arequipa. La selección de la muestra se

basó en métodos no probabilísticos, mediante la técnica de muestreo por cuotas. De modo que se trata de una muestra intencional, pero se evaluó a la mayoría de trabajadores, para que sea lo más representativa posible. La edad promedio de los trabajadores fue de 29,38 con una desviación estándar de 9,20. En cuanto al sexo, 42 son mujeres y el 35 son varones. El 45% es profesional con estudios universitarios y el 50,7% tiene estudios técnicos, mientras que el 4% solo tiene estudios secundarios.

Instrumentos

El Cuestionario de Inteligencia Emocional fue elaborado y validado por Arias y Ceballos (2015, citado por Arias, Infantes y Ceballos, 2016) para una muestra de trabajadores de Arequipa. Consta de 12 ítems en una escala de Likert, con cinco alternativas de respuesta, que van desde nunca hasta siempre. El inventario se compone de 2 escalas (ítems positivos e ítems negativos). El tiempo de respuesta para la escala es de 10 minutos como promedio. La prueba cuenta con correlaciones ítem-test superiores a 0,380 y con una confiabilidad de 0,733, mediante la prueba Alfa de Cronbach.

La Escala de Satisfacción Familiar de Olson y Wilson fue validada para trabajadores de Arequipa, por Arias, Rivera y Ceballos (2017), y está basada en el modelo circunplejo de Olson y Wilson. Consta de 14 ítems que tienen dos dimensiones: Cohesión y Adaptabilidad. La prueba cuenta con validez obtenida mediante análisis factorial confirmatorio y confiabilidad mediante el método de consistencia interna con la prueba Alfa de Cronbach ($\alpha = 0.858$).

El Perfil Organizacional de Likert (POL) fue elaborado por Renis Likert en 1960, consta

de 25 preguntas con cinco alternativas de respuesta (siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca) que se puntúan de 1 a 5 donde 1 se valora como muy en desacuerdo y 5 como muy de acuerdo; ofreciendo un puntaje total y puntajes parciales en función de las seis dimensiones que lo componen las cuales son: 1) Flexibilidad, 2) Responsabilidad, 3) Estándares, 4) Reconocimiento, 5) Claridad, y 6) Espíritu de equipo. Tiene una validez obtenida a través de la correlación ítem-test cuyos valores superan el coeficiente mínimo permitido de 0.20; y tiene un índice de confiabilidad superior a 0.70 obtenido a través del método de consistencia interna y con la prueba alfa de Cronbach. Estos valores han sido obtenidos en muestra de trabajadores de Arequipa por Arias y Jiménez (2016).

Procedimiento

Primeramente, se gestionó los permisos que fueron con dos semanas de anticipación para

la realización del estudio. Luego se coordinarán las fechas para aplicar los instrumentos a los trabajadores que atienden a los usuarios de la institución pública de salud de Arequipa. Posteriormente los datos se procesarán cuantitativamente mediante la técnica de análisis de datos utilizando el SPSS 20. Finalmente se procesaron los datos según nuestros objetivos, el análisis descriptivo de las variables, las correlaciones entre variables y el análisis de regresión lineal para valorar los efectos de la inteligencia emocional y la satisfacción familiar en el clima organizacional.

Resultados

En la Tabla 1, se puede apreciar los estadísticos descriptivos de las variables de estudio. Se tiene que del clima organizacional, las dimensiones todas las dimensiones son bajas, sobre todo Reconocimiento, Claridad y Espíritu de equipo. La satisfacción familiar es baja y la inteligencia emocional moderada.

Tabla 1.
Valores descriptivos de la evaluación del clima organizacional

	Flexibilidad	Responsabilidad	Estándares	Reconocimiento	Claridad	Espíritu de equipo	Clima organizacional	Satisfacción familiar	Inteligencia emocional
Media	17.160	13.626	9.133	8.986	14.746	16.360	78.933	46.080	27.253
Mediana	17.00	14.00	9.00	8.00	14.00	16.00	80.00	49.00	28.00
Moda	18.00	13.00	9.00	7.00	12.00	15.00	84.00	40.00	28.00
Desv. típ.	2.645	3.447	2.406	3.185	3.141	4.022	12.116	18.136	6.549
Varianza	7.001	11.886	5.793	10.148	9.867	16.179	146.820	328.939	42.894
Asimetría	-.173	-.431	-.340	-.515	.077	.007	-.505	-1.163	-1.945
Curtosis	-.069	-.207	.015	-.505	-1.068	.616	.411	1.179	6.751
Rango	14.00	16.00	11.00	13.00	11.00	20.00	60.00	70.00	38.00

Así se tiene que el clima organizacional tiene una media de 78.93, mientras que la satisfacción familiar tiene una media de 46.08 y la inteligencia emocional tiene una media de 27.25. Con respecto a la moda, los valores del clima organizacional y de la

inteligencia emocional son óptimos pues están por encima de la media, pero en la satisfacción familiar se ubican debajo. Esto quiere decir que una buena cantidad de personas obtiene puntajes bajos en satisfacción familiar.

Tabla 2.
Comparaciones por sexo

Sexo	N	Media	Desviación típ.	t	gl	p	
Flexibilidad	Varón	35	15.846	2.640	-.839	37	.407
	Mujer	42	16.615	2.728			
Responsabilidad	Varón	35	13.615	3.708	.090	37	.929
	Mujer	42	13.500	3.797			
Estándares	Varón	35	9.384	1.709	.335	37	.740
	Mujer	42	9.115	2.627			
Reconocimiento	Varón	35	9.461	3.306	.518	37	.608
	Mujer	42	8.923	2.938			
Claridad	Varón	35	15.384	3.279	.199	37	.843
	Mujer	42	15.153	3.472			
Espíritu de equipo	Varón	35	16.846	3.670	.383	37	.704
	Mujer	42	16.230	5.156			
Clima organizacional	Varón	35	78.692	10.648	-.096	37	.924
	Mujer	42	79.153	15.534			
Satisfacción familiar	Varón	35	48.153	20.995	.879	37	.385
	Mujer	42	42.230	19.263			
Inteligencia emocional	Varón	35	26.769	3.491	.214	37	.832
	Mujer	42	26.269	8.022			

En la Tabla 2 se tienen los valores en función de los trabajadores, las medias más altas corresponden a los varones en Responsabilidad, Estándares, Reconocimiento, Claridad, Espíritu de equipo, Satisfacción familiar e Inteligencia emocional, mientras que las mujeres tienen medias

más altas en Flexibilidad y Clima organizacional. Sin embargo, ninguna de estas diferencias resultó ser significativa, porque la significancia fue mayor que .05, por lo que no puede decirse que los varones tienen puntajes más altos que las mujeres ni viceversa.

Tabla 3
Análisis de varianza en función del grado de instrucción

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Flexibilidad	Inter-grupos	48.998	3	16.333	2.472	.069
	Intra-grupos	469.082	71	6.607		
	Total	518.080	74			
Responsabilidad	Inter-grupos	112.514	3	37.505	3.472	.020
	Intra-grupos	767.033	71	10.803		
	Total	879.547	74			
Estándares	Inter-grupos	21.647	3	7.216	1.259	.295
	Intra-grupos	407.020	71	5.733		
	Total	428.667	74			
Reconocimiento	Inter-grupos	26.375	3	8.792	.861	.465
	Intra-grupos	724.611	71	10.206		
	Total	750.987	74			
Claridad	Inter-grupos	28.583	3	9.528	.964	.415
	Intra-grupos	701.604	71	9.882		
	Total	730.187	74			
Espíritu de equipo	Inter-grupos	137.082	3	45.694	3.060	.034
	Intra-grupos	1060.198	71	14.932		
	Total	1197.280	74			
Clima organizacional	Inter-grupos	983.058	3	327.686	2.354	.079
	Intra-grupos	9881.608	71	139.178		
	Total	10864.667	74			
Satisfacción familiar	Inter-grupos	2706.579	3	902.193	2.961	.038
	Intra-grupos	21634.941	71	304.717		
	Total	24341.520	74			
Inteligencia emocional	Inter-grupos	151.990	3	50.663	1.190	.320
	Intra-grupos	3022.197	71	42.566		
	Total	3174.187	74			

Se hicieron también comparaciones en función del grado de instrucción, con el análisis de varianza, encontrándose que hay diferencias significativas, es decir significancias superiores a 0.05, en Flexibilidad, Responsabilidad y Satisfacción familiar, a

favor de los trabajadores con mayor grado de instrucción. De modo que los trabajadores con mayor grado de instrucción los que perciben que tienen mayor flexibilidad responsabilidad y satisfacción familiar (Tabla 3).

Para analizar las relaciones entre las variables se utilizó la prueba de correlación de Pearson. La tabla 4 contiene los valores de las correlaciones obtenidas. Así tenemos que Flexibilidad se relaciona baja y negativamente con Reconocimiento ($r = -0.213$), lo que sugiere que a mayor flexibilidad menor reconocimiento. Por otro lado, la Responsabilidad se relaciona significativamente con Estándares ($r = 0.563$), Claridad ($r = 0.534$), Espíritu de equipo ($r = 0.584$) y Clima organizacional ($r = 0.765$), pero débilmente con Reconocimiento ($r = 0.276$), esto sugiere que cuando aumenta la responsabilidad sube también los valores en las otras variables.

Estándares se relaciona fuerte y significativamente con Reconocimiento ($r = 0.414$), Claridad ($r = 0.209$), Espíritu de equipo ($r = 0.595$) y Clima organizacional ($r = 0.760$). Reconocimiento se relaciona con Espíritu de equipo ($r = 0.268$) y Clima organizacional ($r = 0.525$), mientras que Claridad correlaciona positivamente Espíritu de equipo ($r = 0.479$) y Clima organizacional ($r = 0.656$). Espíritu de equipo se relaciona fuertemente con el Clima organizacional ($r = 0.798$) y de manera más moderada con la Satisfacción familiar ($r = 0.346$). No hubo relación entre la inteligencia emocional y la satisfacción familiar o el clima organizacional, pues los coeficientes de correlación no superaron el 0.20.

Tabla 4.
Correlación entre las variables

	Flexibilidad	Responsabilidad	Estándares	Reconocimiento	Claridad	Espíritu de equipo	Clima organizacional	Satisfacción familiar	Inteligencia emocional
Flexibilidad	1	.033	-.163	-.213	-.179	-.044	-.035	.121	.189
Responsabilidad		1	.563**	.276*	.534**	.584**	.765**	.127	.081
Estándares			1	.414**	.375**	.595**	.760**	.141	-.013
Reconocimiento				1	.209	.268*	.525**	.018	.061
Claridad					1	.479**	.656**	.138	-.200
Espíritu de equipo						1	.798**	.346**	-.269*
Clima organizacional							1	.290*	-.099
Satisfacción familiar								1	-.033
Inteligencia emocional									1

Finalmente, para valorar el efecto de la satisfacción familiar y la inteligencia emocional sobre el clima organizacional, se practicó un análisis de regresión lineal, que resultó

significativo ($p = 0.31$). Las variables independientes fueron la inteligencia emocional y la satisfacción familiar, y la variable dependiente fue el clima organizacional.

Tabla 5.
Análisis de regresión

		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		t	Sig.	Correlaciones		
		B	Error típ.	Beta				Orden cero	Parcial	Semiparcial
1	(Constante)	74.578	6.867			10.860	.000			
	Satisfacción familiar	.192	.075	.287		2.559	.013	.290	.289	.287
	Inteligencia emocional	-.165	.208	-.089		-.794	.430	-.099	-.093	-.089

El modelo de regresión indica que la satisfacción familiar tiene efectos positivos y significativos en el clima organizacional, pues los coeficientes beta fueron negativos y la significancia fue de $p = 0.013$. La inteligencia emocional sin embargo, no tuvo efectos significativos en el clima organizacional, porque su nivel de significancia fue superior a 0.05 (Tabla 5).

Discusión

Nos propusimos como objetivo principal valorar el efecto de la satisfacción familiar y la inteligencia emocional sobre el clima organizacional. En ese sentido, nuestros resultados indican que hay un efecto moderado y positivo de la satisfacción familiar en el clima organizacional, vale decir que el grado de satisfacción que los trabajadores encuentran en sus familias repercute en la armonía que se vivencia en el trabajo, siendo una de sus manifestaciones el clima organizacional.

Estos resultados ponen en relieve el tema del conflicto familia trabajo, pues se detecta que, si hay satisfacción en la familia, los trabajadores tienen un mejor clima organi-

zacional. Esto supone que, por el contrario, si hay insatisfacción en la familia, el clima de trabajo será pésimo, lo cual repercute negativamente en la productividad y la rentabilidad de la empresa.

Esto quiere decir que, para tener una buena productividad, es conveniente apuntar a mejorar la satisfacción familiar de los trabajadores, para lo cual se pueden aplicar diversas técnicas e incentivos, como bonos familiares, flexibilidades en el horario, formas alternativas de trabajo como el teletrabajo, guardería para los hijos de los trabajadores, fiestas familiares y capacitaciones en temas de familia, tanto para el trabajador como sus conyugues.

Por otro lado, se ha encontrado que no hay diferencias entre varones y mujeres tanto en la percepción del clima organizacional, como en la satisfacción familiar y en la inteligencia emocional, pero sí existen diferencias significativas entre los trabajadores que tienen mayor grado de instrucción. Así, por ejemplo, quienes tienen mayor grado de instrucción tienen puntajes más altos en Flexibilidad, Responsabilidad y Satisfacción familiar. Esto podría deberse

a que un mayor grado de instrucción se asocia a un mejor puesto de trabajo y más beneficios laborales, que implica tener más tiempo y autonomía, que podría tener un efecto favorable en la vida familiar. Aunque también tienen más demandas laborales, los trabajadores que presentan más alto nivel de estudios tendrían que verse favorecidos laboral y familiarmente.

Otro dato interesante es que la inteligencia emocional no se relaciona con las variables de estudio, en tanto que el clima organizacional y la satisfacción familiar sí tienen relación moderada. Esto es consistente con el hecho de que la satisfacción familiar tiene un efecto moderado en el clima organizacional, más no la inteligencia emocional.

Referencias

- Arias, W. L. (2013) Clima organizacional en ocho empresas de Arequipa. "Illustro", 4, 39-56.
- Arias, W. L. & Arias G. (2014) Relación del Clima organizacional y la satisfacción laboral en una pequeña empresa del sector privado. "Ciencia y Trabajo", 16(51), 185-191.
- Arias, W. L. y Ceballos, K. (2016). Síndrome de burnout, satisfacción laboral e integración familiar en trabajadores de una tienda por departamento de Arequipa. "Illustro", 7, 43-58.
- Arias W. L., Infantes A. y Ceballos K. D. (2016). Personalidad, Inteligencia, Inteligencia Emocional y Estilos de Afrontamiento en los Conciliadores de la Ciudad de Arequipa. "Interacciones", 2(1) 21-33.
- Arias, W. L. y Jiménez, N. A. (2016). Análisis psicométrico del Perfil Organizacional de Likert. "Revista de Psicología". (Artículo aceptado para su publicación).
- Arias W. L., Rivera, R. & Ceballos, K. D. (2017). Análisis psicométrico de la Escala de Satisfacción Familiar de Wilson y Olson en una muestra de trabajadores de Arequipa. "Ciencia & Trabajo" (Artículo sometido a revisión).
- Cabanillas, W. E. (2002). Modelos en inteligencia emocional: Más allá del legado de Goleman. "Revista Peruana de Psicología", 12, 35-41.
- Goleman, D. (1997). "Inteligencia emocional". Barcelona: Kairós.
- Goleman, D. (2010). "La inteligencia emocional en la empresa". Buenos Aires: Vergara.
- Piiego, F. y Castro, R. (2015). "Tipos de familia y bienestar de adultos y niños". Arequipa: Universidad Católica San Pablo.
- Prado, T. y Del Águila, M. (2010). Ajuste y satisfacción en parejas que trabajan. "Revista de Investigaciones Psicológicas", 1, 38-52.
- Riesco, R. y Arela, R. (2015). Impacto de la estructura familiar en la satisfacción con los ingresos en los hogares urbanos en Perú. "Economía", 38(76), 51-76.
- Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. "Imagination, Cognition and Personality", 9, 185-211.

- Salgado, J. Remeseiro C. & Iglesias M. (1996) Clima Organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. "Psicothema", 8(2), 329-335.
- Sandoval, M. C. (2004). Concepto y dimensiones del clima organizacional. "Hitos de Ciencias Económico Administrativas", 10(27), 83-87.
- Schultz, D. (1999). "Psicología industrial". México. McGraw-Hill.
- Vallés, A. (2002). Inteligencia emocional ¿Personalidad o inteligencia? "Revista Peruana de Psicología", 12, 19-34.

Recibido: 23-08-2016
Aceptado: 08-01-2017

TALLER DE COACHING PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES ENTRE PROFESORES

COACHING WORKSHOP TO IMPROVE THE SATISFACTION OF INTERPERSONAL RELATIONS BETWEEN TEACHERS

Mónica Sánchez Sanssoni

Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Resumen:

El presente estudio de corte experimental tiene por finalidad valorar el efecto de un taller de coaching en la satisfacción las relaciones interpersonales de los profesores de la institución educativa de Arequipa. Para ello se trabajó con un taller de diez sesiones y se aplicó el Cuestionario de Satisfacción en las Relaciones Interpersonales en el Trabajo. El instrumento fue suministrado en dos momentos (antes y después de las sesiones de coaching), a 45 profesores que forman parte de nuestra muestra. Las aplicaciones pre y post test indican que entre una y otra hay diferencias significativas en la satisfacción de las relaciones interpersonales en el trabajo, lo cual da cuenta de la eficiencia del taller de coaching. No se han registrado diferencias significativas en la variable de estudio, según el sexo, el cargo, el área de trabajo, la ocupación ni la profesión de los docentes.

Palabras clave: Coaching, relaciones interpersonales, gestión educativa.

Summary:

The present experimental study aims to assess the impact of a workshop of coaching in interpersonal relations satisfaction of teachers from Arequipa. To do this, we worked with a ten-session workshop and applied the Satisfaction Questionnaire in Interpersonal

Relations at Work. The instrument was applied in two moments (before and after the coaching sessions), to 45 teachers who are part of our sample. The pre and post test applications indicate that between one and the other there are significant differences in the satisfaction of interpersonal relations at work, which gives an account of the efficiency of the workshop of coaching. There were no significant differences in the study variable, according to gender, position, area of work, occupation or profession.

Key words: Coaching, interpersonal relationships, educational management.

Introducción

El término “coaching” se origina en Hungría entre el siglo XV y el siglo XVI, en la ciudad de Kocs, donde habían unos carruajes llamados “*Kosci szeker*” utilizados para trasladarse con fines turísticos. La palabra coaching proviene entonces del término “carruaje de Kocs” (Lárez, 2008). Sin embargo, a partir de los ‘80, en parte por la obra de Beverly Showers, se empieza a utilizar en los contextos educativos (Jiménez, 2012). Ahora bien, como dice Lárez (2008) el coaching se utilizó profusamente en el ámbito deportivo, para luego aplicarse a los escenarios organizacionales, de consejería, educativos y diversos campos profesionales. Por ello, dicen Nava y Mena (2012) que la palabra *coach* tiene dos significados: entrenador y carruaje. Para otros el coaching es un término polisémico, que tiene múltiples significados, usos y aplicaciones, en distintos ámbitos y con diversos fines (Moreno et al., 2013).

Hoy se puede distinguir el coaching personal, ejecutivo, empresarial, profesional, deportivo y educacional (O’Connors y Lages, 2010). En ese sentido, se debe diferenciar la labor del *coach*, del entrenador, el tutor, el mentor y el terapeuta; aunque todos ellos comparten algunas características comunes propias del coaching. Para

ello debemos partir señalando qué es el coaching. O’Connors y Lages (2010) indican que el coaching es una actividad orientada al cambio en función del planteamiento de determinadas metas. Entonces, las metas van a variar en función del campo en el que se aplique el coaching, pero siempre va a girar en torno al cambio, el aprendizaje, el liderazgo, la reflexión y las emociones positivas.

Para Nava y Mena (2012) el coaching es un “proceso de acompañamiento a un individuo o un grupo, para ayudarlos a profundizar el conocimiento de sí mismos y guiarlos en el desarrollo de nuevas acciones con el objetivo de mejorar su desempeño personal y profesional para obtener óptimos resultados” (p. 118).

En ese sentido, aunque el *coach* es un motivador no es un entrenador personal, aunque utiliza técnicas terapéuticas no es un terapeuta, aunque promueve las destrezas y capacidades de los *coachees* no es un mentor (ya que el mentor siempre sabe más que el discípulo, el *coach* en cambio puede no ser un experto en el campo en el que se desarrolla el *coachee*), aunque dirige y orienta a las personas no es un tutor.

Ciertamente es complejo definir el coaching, por ello, para algunas personas,

el coaching presenta diversos obstáculos para ser objeto de estudio, sin embargo, en los últimos años, el coaching ha generado diversas investigaciones, sobre todo en los campos organizacional y educativo. Muchas de estas investigaciones son ubicables en tesis de pre y postgrado en diversas áreas del saber, pero es menos común encontrar artículos académicos sobre el coaching.

En la presente investigación la autora se avoca al coaching educativo, que es más fácil de definir y que cuenta con abundante investigación, sobre todo en temas relativos a la investigación (Moreno, Álvarez e Inojosa, 2013), la formación de profesores (Jiménez, 2012b) y el desarrollo profesional (Jiménez, 2012a). Nuestra investigación se circunscribe al campo del desarrollo profesional, con énfasis en las relaciones interpersonales.

Según Hirsch, el coaching educativo es un proceso continuo que se enfoca en las destrezas, competencias y técnicas, siendo su finalidad, el aumentar la efectividad de la enseñanza y ofrecer aprendizaje individualizado para el profesor. Para Reiss, el coaching es un proceso que promueve el cambio transformacional. Para Knight el coaching educativo es un enfoque que ofrece apoyo a los profesores, para obtener nuevas formas de pensar y practicar sus enseñanzas a partir de la reflexión conjunta, la discusión y la exploración (Wise y Avendaño, 2013).

El coaching educativo por tanto, abarca tanto una filosofía como una metodología. A nivel filosófico, el coaching se basa en una manera de comprender y percibir el mundo de manera optimista, poniendo

mucho interés en las virtudes humanas, la autorrealización y la gestión eficaz de las propias potencialidades humanas. A nivel metodológico, su rasgo más esencial es la práctica concreta, pues aunque se nutre de diversas técnicas, perspectivas, enfoques, actividades, procedimientos, etc.; aplica técnicas activas de aprendizaje y formación. Por ejemplo, puede haber un coaching sistémico (Ayuso et al., 2010), un coaching basado en la programación lingüística (O'Connors y Lages, 2010), un coaching cognitivo (Nava y Mena, 2012), un coaching fenomenológico (Moreno et al., 2013), un coaching basado en enfoques socioculturales (Jiménez, 2012b), o en las neurociencias (Escribano, 2009), o un coaching basado en la psicología positiva (Seligman, 2006); pero los rasgos mencionados, estarán siempre presentes.

En América Latina el coaching es una práctica reciente como tal, pero si consideramos las implicancias del coaching, podemos decir que el liderazgo educativo sería una de las formas en las que el coaching se venía aplicando desde hace varios años atrás (Barrientos, 2015). Un estudio de Beganza y Escribano (2004), reportó que en España las organizaciones implementan principalmente el coaching individual (56%); tiene una duración promedio de 1 a 9 meses; aplican la metodología de equipos de trabajo (75%); como características más valoradas se señalan la experiencia y las habilidades interpersonales del *coach*, así como el compromiso, la rigurosidad y su discreción. Además, los planes de coaching son coordinados por el área de Recursos Humanos (49%) y lo que más afecta el coaching es la falta de apoyo de la dirección. También se reportó que en la mayoría de

las organizaciones, no se evalúa el impacto del coaching (69%), y se considera que su principal aporte es el desarrollo de capacidades para el trabajo (44%).

A nivel educativo, podemos decir que el coaching se focaliza en cuestiones como el aprendizaje, el liderazgo, la innovación, los valores, las emociones positivas, la inteligencia emocional y las habilidades sociales. Además se aplica con la finalidad de mejorar la escuela, en diferentes instancias y focalizándose en todos sus actores, según los métodos, planes y objetivos del *coach*.

En ese sentido, son tantos los actores que inciden en la enseñanza, que es más recomendable aplicar el coaching educativo con metas claras y objetivos precisos. Para ello un diagnóstico previo es de gran ayuda (O'Connors y Lages, 2010). En ese diagnóstico conviene abarcar factores macro y micro de la escuela, como los que refiere Arias (2008). Este autor indica que a nivel macro, la educación comprende el sistema educativo, las políticas de educación, los factores socioeconómicos y otros de tipo contextual con respecto a las escuelas. A nivel micro, se tienen la escuela, los aspectos organizacionales, el cuerpo docente, el aula y los currículos. Siguiendo esta perspectiva, podemos decir que el coaching está diseñado para incidir en los aspectos micro. Por ejemplo en el estudio de Gorrochotegui-Martell, Vicente-Mendoza y Torres-Escobar (2014) se aplicó un programa de coaching dirigido al equipo directivo de una escuela de la capital de Chile, para lo cual se evaluó el clima escolar según los padres, los profesores y los alumnos. Se encontró que tras la aplicación del programa, los padres y alumnos reportaron

un clima escolar más satisfactorio, cosa que no ocurrió con el profesorado.

Este diagnóstico, nos permite, antes de aplicar el coaching, valorar los aspectos deficitarios de la gestión educativa, ya sea con acento pedagógico o administrativo. En el primer caso, el coaching se centra en la práctica pedagógica del docente con la finalidad de mejorar el aprendizaje de los estudiantes, mientras que en el segundo caso, se avoca a diversas cuestiones de orden institucional.

A nivel pedagógico, el coaching se parece mucho a la actividad tutorial. Por ello, autores como Lárez (2008) señalan que el tutor debe ser un *coach* para los alumnos. Siguiendo ese razonamiento, el *coach* tutor requiere de las siguientes habilidades: Saber escuchar y atender a los estudiantes, ofrecer disponibilidad de ayuda, saber hacer su trabajo docente y de *coach*, ser competente profesionalmente, tener buen ánimo y una actitud mental positiva, usar una metodología de trabajo precisa.

A nivel de institucional, interesa que el *coach* se focalice en diversos aspectos organizacionales relacionados con la gestión educativa y que directa o indirectamente, inciden en los procesos de enseñanza-aprendizaje. En ese sentido, un estudio realizado en Arequipa, encontró por ejemplo, que la percepción que tenían los estudiantes de nivel secundario de una institución educativa pública sobre la calidad de la gestión, se relacionaba con el rendimiento académico que tenían en la escuela, aunque se obtuvieron coeficientes de correlación variables en función del año de estudios (Arias, Zavala y Bernilla,

2014). Esto da evidencias de cómo algunos aspectos organizacionales como la calidad de la gestión educativa inciden en el aprendizaje de los estudiantes. En consecuencia, el coaching puede ayudar a mejorar ciertos procesos educativos y por ende generar buenos resultados, lo que se refleja en la percepción de los actores implicados, sean éstos, estudiantes, profesores, trabajadores o padres de familia. El estudio de Gorrochotegui-Martell, Vicente-Mendoza y Torres-Escobar (2014) es otro ejemplo de ello.

Precisamente, desde una perspectiva organizacional es que se han documentado mayor cantidad de estudios sobre el coaching. Por ejemplo, en la investigación de Lárez (2008) se aplicó el coaching a la gestión de la investigación, siguiendo los siguientes criterios: La responsabilidad del trabajo de investigación es de los autores, el uso de la mayéutica, la facilitación de recursos y herramientas necesarias para hacer investigación, fomentar valores y una cultura de investigación, tener conocimiento de la labor investigativa, brindar acompañamiento durante el proceso de investigación, tener una visión sabia, los rasgos de personalidad del coach.

A nivel organizacional, se pueden distinguir varios modelos, dentro de los cuales, a decir de Arqueros (2009) sobresalen cuatro, en los que se pone énfasis en el liderazgo y la empatía, así como en el trabajo en equipo y la comunicación.

El modelo de Saporito (1996) se aplica en ejecutivos para cuestiones de consultoría y se divide en cuatro escenarios. Primero se define el contexto, luego se da un proceso

de guía para el desarrollo de personas en 360 grados. Después se planifica el desarrollo en base al *feedback* y al liderazgo; para finalmente realizar el coaching ejecutivo a partir del desarrollo de experiencias. En el modelo de Kirkpatrick (1994) se trabaja más la evaluación, también en cuatro niveles: reacción, aprendizaje, comportamiento y resultados. En el modelo de Passmore (2007) se trabaja el coaching en tres niveles: comportamental, cognitivo e inconsciente. Propone además, cuatro corrientes de cambio o flujo: Necesidad de los *coaches* de trabajar con lo que pueden ver, que viene a ser el comportamiento, necesidad de trabajar con lo que pueden escuchar, que tiene que ver con la cognición, necesidad de trabajar con el inconsciente, necesidad de trabajar sistémicamente. En el modelo de Kilburg (2001) se pone énfasis en la adherencia, y para lograr ello, se tienen ocho componentes clave: Comportamiento de los clientes, compromiso del *coach*, características de los problemas y cuestiones de los clientes, estructura del contenido del proceso de coaching, relación cliente-coach, calidad de las intervenciones de coaching, protocolo de adherencia, marco organizacional del cliente-coach.

Por otro lado, dado que el coaching en el escenario organizacional, sirve para adaptarse a los cambios, liderar y generar innovación, se debe orientar hacia el cambio de mentalidad. Para ello, el coaching cognitivo, es muy adecuado, ya que al cambiar la mentalidad de las personas se concentra en la ética, el liderazgo, la asertividad, la reflexión, entre otras habilidades cognitivas (Nava y Mena, 2012).

La metodología más usada empero, es la de trabajo en equipo. El coaching en equipos

crea una base fundamental para el autoconocimiento y facilita el crecimiento del grupo. Mira a la persona como un miembro inmerso en un sistema o una red vincular. El equipo es por tanto un sistema dinámico y activo, con su propia cultura y reglas de funcionamiento. El coaching en equipos está orientado a la consecución de objetivos colectivos y se fundamenta generalmente en el enfoque sistémico (Ayuso, 2010).

El coaching en equipos se sustenta en la enseñanza cooperativa, y recibe diversos nombres, amén de que puede trabajarse desde diversas modalidades: coaching entre iguales, apoyo colaborativo, amigo crítico, etc. En el estudio de Rodríguez et al. (2011), el 81% valoró la técnica de amigo crítico de manera positiva y el 75% señaló que las sesiones de trabajo fueron motivadoras. Por ello, puede decirse que el coaching entre iguales es un potente instrumento de desarrollo profesional, además de ser una importante estrategia para el aprendizaje en equipos, que se enriquece con la propia experiencia y con las aportaciones de los compañeros, permitiendo enfocarse en una perspectiva cooperativa de trabajo (Rodríguez et al., 2011).

En ese sentido, las escuelas son comunidades de aprendizaje que se caracterizan por: 1) fomentar las relaciones colaborativas entre el profesorado; 2) la construcción de una cultura pedagógica sobre valores, principios y prácticas; y 3) procesos de investigación sobre la práctica, que conllevan análisis y revisión crítica de los hechos y métodos (Jiménez, 2012b).

Ahora bien, en Lima, Manuel Fernández (2002) ha investigado el síndrome de

burnout en los profesores de primaria, y ha encontrado que muchos maestros se encuentran estresados y agobiados por diversas condiciones de trabajo. En nuestra localidad, un se ha encontrado que los profesores de colegios nacionales presentan mayores niveles de despersonalización lo que se manifiesta en el trato indiferente hacia sus estudiantes, mientras que en los profesores de colegios privados, se observan mayores niveles de baja realización personal, lo que se explica por la labor más demandante que deben realizar (Arias y Jiménez, 2013a).

Otro estudio encontró que altos niveles de estrés se relacionan con la creatividad en los profesores (Arias, Montes y Masías, 2014), por lo que se infiere que se trata de un estrés positivo, también conocido como eustrés, mientras que el estrés negativo es el que se conoce como distrés. Sin embargo, a nivel de relaciones interpersonales, Arias y Jiménez (2013b) ha reportado que las relaciones humanas de los trabajadores de mypes de Arequipa son negativas. Para el caso de los profesores, sus hallazgos indican que una gran mayoría de profesores presenta relaciones de tipo inseguro, egoísta y agresivo (Arias, 2013a).

En cuanto a las relaciones interpersonales, Portugal (2000), las define como las vinculaciones que se van conformando en la vida real entre los individuos que sienten y piensan. Hernández (2004) dice que las relaciones interpersonales son el conjunto de interacciones humanas mediadas por los factores personales y sociales. En ese sentido, las relaciones interpersonales se ubican entre el individuo y lo social, por tanto tienen una gran relevancia, pues

comunican dos aspectos de la vida humana que son determinantes para el desarrollo de la humanidad (Hochman, 2010).

En ese sentido, no son pocos los estudios que señalan que así como las relaciones interpersonales afectan positivamente el clima organizacional (Orduño, 2006), el clima organizacional también puede afectar las relaciones interpersonales (Rota, Reynolds Zamasi, 2012). En este caso se evidencia que las condiciones de trabajo desfavorables, pueden afectar las relaciones interpersonales y por ende la eficacia del trabajo (Ripollo et al., 2004).

En nuestro país, los estudios sobre relaciones interpersonales en contextos laborales, son escasos, pero sí es posible encontrar investigaciones sobre los valores interpersonales en contextos educativos (Matalinares et al., 2009). Las relaciones interpersonales son importantes porque nos comunican acerca de las vinculaciones sociales con otros, y el tejido de interacciones que se establece tiene un fuerte impacto en las maneras de convivencia que se desarrollan entre las personas. De este modo, las relaciones interpersonales, según sean favorables o desfavorables, pueden ser catalizadores de nuestro mundo interno en el trabajo, o bien ser obstáculos que limitan el trabajo del docente (Lugo, 2004).

Por ejemplo, en el estudio de Arias (2013b) se encontró que en ocho empresas de Arequipa, aunque el clima organizacional fue negativo debido básicamente al bajo reconocimiento a la labor de los trabajadores y las altas demandas laborales, pero que la cohesión de los trabajadores y las buenas relaciones humanas en el trabajo, fueron

un factor protector de la salud laboral y les permitía compensar otras deficiencias en la organización del trabajo.

Ahora bien, las relaciones humanas tienen que ver con el liderazgo, la inteligencia emocional y las habilidades sociales. En ese sentido, las habilidades sociales son fortalezas que nos ayudan a relacionarnos con los demás, de manera adecuada y asertiva (Mamani, 2006). Para ello, la inteligencia emocional, nos permite gestionar nuestras emociones y las de los demás, a partir de la correcta lectura de los afectos humanos (Goleman, 2000). Las relaciones interpersonales también se relacionan con el liderazgo por cuanto, van surgiendo de manera espontánea roles de liderazgo entre las personas, según sus habilidades y las situaciones (Jay, 2004).

Como dice Fingerman (1980) las relaciones interpersonales pueden verse afectadas por diversos factores, por ejemplo la percepción de justicia. Fernández (2009) por ejemplo, nos dice que hay diversas formas de justicia en el trabajo, distributiva, procedimental, interactiva, etc. Lo importante es tener en cuenta que las relaciones entre los trabajadores deben ser equilibradas y que los dirigentes deben velar siempre por brindar un trato equitativo sin favoritismos. Por ejemplo, en el trabajo de Díaz L. (2005) se menciona que las relaciones interpersonales pueden ser afectadas por el rol que juegan los sindicatos. Precisamente, Arias (2013a) concluyó en su estudio, que las pésimas relaciones humanas halladas entre los profesores del sector público de Arequipa, podrían deberse al discurso reaccionario de los dirigentes sindicales, que lejos de promover la reconciliación y

una actitud proactiva en el trabajo educativo, genera desunión y enconos cada vez más notables.

Por otro lado, las relaciones interpersonales en tanto se objetivan a través de las interacciones humanas (Bisquerra, 2003) y por lo tanto pueden ser susceptibles de medición objetiva y cuantificarse (Díaz A., 2005), pero hay que tener en cuenta dos criterios: uno conceptual o teórico y otro estadístico o tecnológico. En el primer caso, existen diversos modelos teóricos que nos permiten entender las relaciones humanas. Hay por ello teorías socio-críticas, situacionales, organizacionales, sistémicas, etc.

En el segundo caso, el fundamento estadístico, muchas veces no permite confirmar los modelos teóricos propuestos, en parte por fallas metodológicas, y en otras ocasiones debido a que la teoría no se condice con la realidad. En ese sentido, algo similar ha ocurrido con el coaching, con el que las relaciones interpersonales comparten entre otras cosas, sus relaciones con el liderazgo y la inteligencia emocional (Jay, 2004). En ese sentido, es importante abordar la vida afectiva de los profesores, pues de ello depende su correcto desenvolvimiento y por ende el aprendizaje de los estudiantes (Pérez, 2001).

El coaching puede promover el aprendizaje de las personas, ya que les enseña a aprender a aprender. Uno de los aspectos más importantes del coaching es precisamente ese. En ese sentido, el coaching es una aproximación estratégica y sistemática a la mejora del aprendizaje, y aunque puede aplicarse a los estudiantes, es más frecuente su uso en la formación de profesores, ya sea

que usen modelos puros o mixtos (Jiménez, 2012b). Nava y Mena (2012) señalan que el coaching es en el fondo una modalidad de aprendizaje, pues el coaching facilita que las personas se adapten a los cambios fácilmente, por ello es ideal para los contextos organizacionales, ya que las organizaciones del siglo XXI cambian constantemente, debido a la introducción de la tecnología en el trabajo y a las nuevas fórmulas empresariales que privilegian al trabajador en lugar de las instancias burocráticas como ocurría en la primera mitad del siglo XX. La globalización de los mercados es otro factor que ha hecho posible este cambio de visión en las organizaciones.

El coaching también promueve los valores y el liderazgo, por ello Nava y Mena (2012) dicen que es un sistema de motivación y liderazgo que activa los valores personales y los compromisos del ser humano. Dentro de los valores que se trabajan en el coaching, se tienen como primordiales, el involucramiento en el trabajo y la orientación de metas que conducen a la mejora constante y a una política de exigencia continua, o si se quiere de autoperfeccionamiento. En ese sentido, desde el punto de vista axiológico el coaching enfatiza el compromiso y la responsabilidad para cumplir con funciones definidas (Moreno, Álvarez e Inojosa, 2013).

El coaching también promueve las emociones positivas. Según Alles (2009), el coach debe inyectar optimismo y motivación a las personas a la vez que se focaliza en la visión-misión del trabajo. Por eso, la dimensión psicológica, conjuga los aspectos motivacionales y emocionales (Moreno, Álvarez e Inojosa, 2013). Nosotros tuvimos

la oportunidad de aplicar un taller basado en el amor y la ternura en estudiantes de primero de primaria que mostraban conducta indisciplinada, y conseguimos resultados notables en valores tales como la responsabilidad, la justicia y (Sánchez, 2015).

Esta nueva tendencia dentro de la psicología y la pedagogía científica surge en el 2000, y ha generado abundante investigación que hasta la fecha señala que los factores que más generan bienestar en el hombre son: Autoaceptación, crecimiento personal, propósito en la vida, dominio del entorno, autonomía, relaciones positivas.

El coaching promueve todas estas características en las personas, pero además de ello, desde un ángulo pedagógico, abarca factores educacionales abarcan tales como la reflexión, la creatividad, el pensamiento crítico, etc. (Moreno, Álvarez e Inojosa, 2013). A nivel profesional el coaching propone un entrenamiento en el desarrollo de las competencias técnicas que inciden profundamente en las personas (Jiménez, 2012b).

De acuerdo con Nava y Mena (2012) los principios del coaching son: Respeto por la persona, autonomía, método personalizado, consideración de las emociones, reflexión sobre el sentido de los actos, deseo de cambio, *feedback* constante, construcción de confianza, mutualidad, empatía y confidencialidad.

Es así que el coach mediante diversas estrategias de aprendizaje y pautas de conducta, establece una orientación hacia el carácter individual y la consecución de acción. Está

además estructurado en cuatro etapas según Jiménez (2012b): conversaciones reflexivas, *feedback* positivo, proceso constructivo, apoyo emocional. Para Maisel (2005) se tienen las siguientes etapas: Identificación, selección y formación de coach, toma de contacto y creación de condiciones, delimitación de situaciones problemas, sesiones de diseño y planificación colaborativa de procesos de enseñanza-aprendizaje, implementación de procesos de enseñanza-aprendizaje, sesiones de reflexión guiada sobre las intervenciones educativas.

Para O'Connor y Lages (2010), las etapas iniciales del coaching son esenciales porque se definen las metas y se hace el diagnóstico inicial. Además se formula el plan de acción, se establecen los métodos y técnicas para su implementación y se conoce a los participantes, *coachees* o clientes. Asimismo, se pueden mencionar una diversidad de técnicas usadas para el coaching, muchas de las cuales se usan en el *mentoring*, la terapia y el entrenamiento personal. Entre estas técnicas se tiene: la pausa, el parafraseo, y el sondeo, que son técnicas conversacionales que retroalimentan a la persona. También se tiene el reflejo de emoción, el reflejo de contenido, y las preguntas circulares que favorecen la interacción y la escucha activa de los participantes. Las técnicas de la estatua, el *role playing*, la silla vacía, etc. Son técnicas que nos permiten realizar diversas dinámicas y juegos transaccionales con la finalidad de promover la empatía que es base de la confianza (Berne, 1998).

Todas estas técnicas aplicadas al campo de la formación docente, aumentan en el profesorado, la conciencia profesional y la

transferencia de aprendizajes a la práctica (Jiménez, 2012b). Por ello, la metodología del coaching aplicada al medio educativo es de gran utilidad, porque desarrolla competencias para un desempeño óptimo y reconoce la necesidad de lograr que los actores educativos acepten invertir todo su talento en la educación (Moreno, Álvarez e Inojosa, 2013).

En ese sentido, el desarrollo profesional docente abarca ocho principios, según Jiménez (2012): Objetivos del profesorado, aprendizaje contextualizado resolución colaborativa de problemas, apoyo suficiente el proceso, información rica y rigurosa, oportunidades para la comprensión teórica, es procesual, es continuo.

Finalmente, tenemos que en el ámbito educativo, las modalidades de coaching son a nivel de supervisión, el *mentoring*, a nivel de formación el *team coaching*, *educational coaching*, *instructional coaching*, *cognitive coaching* y el *content-focused coaching*. El más usado en la educación es el *team coaching* que usualmente se acompaña del *coaching* cognitivo (Jiménez, 2012a).

Así, nuestra investigación se basa en los siguientes objetivos: 1) Determinar en qué medida la aplicación de un taller de coaching mejora la satisfacción de las relaciones interpersonales de los docentes de una institución educativa de Arequipa, y 2) Determinar las diferencias del nivel de satisfacción de las relaciones interpersonales en función del sexo, grado de instrucción, profesión, ocupación, área de trabajo y cargo de los docentes, después de aplicar el taller de coaching.

Material y Métodos

Dado que lo que se pretende con esta investigación es valorar los efectos de un taller de coaching, se trata de un estudio de tipo causal (Hernández, Fernández y Baptista, 2006) y puesto que no se desprenden aplicaciones directas de esta experiencia, se trata de una investigación básica. Además se utilizarán estadísticos inferenciales para analizar los datos, de modo que se trata de un estudio de corte cuantitativo.

Diseño de investigación

El diseño de investigación es cuasi-experimental ya que se trabajó con un grupo establecido y los sujetos no fueron escogidos al azar. Asimismo, se aplicó una pre prueba y una post prueba sin tener grupo control, por tanto el gráfico del diseño de investigación es el siguiente:

$$GE: O_1 \quad X \quad O_2$$

Población y muestra

La población objeto de esta investigación está compuesta por todo el personal docente que se desempeña dentro de una institución educativa privada de Arequipa, sea que cumplan funciones administrativas o solamente docentes.

Para efectos de la recolección de datos se tomó como muestra a todo el personal docente, la cual está conformada por 17 varones (37%) y 29 mujeres (29%). Asimismo, la edad media de los participantes fue de 34 años con una desviación estándar de ± 8.5 , dentro de un rango de 26 a 55 años.

Para seleccionar a la muestra se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico de grupos intactos, la cual fue tomada en cuenta por un criterio de conveniencia.

Técnicas e instrumentos

Se aplicó un Taller de coaching para los docentes de una institución educativa privada local, donde experimentarán los factores que generan relaciones positivas y constructivas, se revisará la manera de comunicarse y de gestionar los conflictos que en ocasiones se desencadenan. Utilizando para ello, los conocimientos y dinámicas del coaching, con el fin mejorar las relaciones interpersonales, de modo que sea valorada objetiva y cuantitativamente a través del incremento esperado en las puntuaciones de satisfacción de las relaciones interpersonales. Para evaluar esta variable se utilizará el Cuestionario de Satisfacción en las Relaciones Interpersonales en el Trabajo, tomado de Silva et al. (2008) que fue utilizado originalmente en España. Este instrumento consta de 13 ítems dispuesta en una escala de Likert de 7 alternativas que van desde muy insatisfecho hasta muy satisfecho. La prueba es unidimensional y en muestras españolas cuenta con niveles de validez y confiabilidad aceptables ($\alpha > .70$).

Resultados

Ahora se presenta el procesamiento de la información. Primero se realiza el análisis descriptivo y luego el comparativo y

finalmente el análisis de regresión como pruebas de hipótesis para valorar los datos pre y post test. En la primera tabla se tiene los valores descriptivos de la variable de estudio: la satisfacción de las relaciones interpersonales pre y post test.

Tabla 1.
Valores descriptivos

	Satisfacción de las RI Pre test	Satisfacción de las RI Post test
Media	49.565	57.760
Mediana	50.500	60.000
Moda	42,00	61.00
Desv. típ.	9.620	9.566
Varianza	92.562	91.519
Asimetría	-.745	-5.283
Curtosis	.779	31.023
Rango	41.00	65.00
Mínimo	23.00	0.00
Máximo	64.00	65.00

Para valorar el efecto del taller de coaching se aplicó en primer lugar la prueba paramétrica t de student, con la finalidad de comparar la pre prueba y la post prueba, de modo que si se hallan diferencias significativas entre las medidas del pre-test y el post-test, esto sugeriría que el taller de coaching ha sido efectivo. Como se puede apreciar en la Tabla 2, las diferencias entre el pres test y el post test medido a través de la satisfacción de las relaciones interpersonales en el trabajo, son significativas ($p < 0.000$) y comprende 8.195 puntos de diferencia.

Tabla 2.
Comparaciones de medias mediante la t student

	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Desviación estándar	Erro típico	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
							Inferior	Superior
Satisfacción RI Pre-test	34.941	46	0.000	49.565	9.620	1.418	46.708	52.422
Satisfacción RI Post-test	40.950	46	0.000	57.760	9.566	1.410	54.919	60.601

Estos datos confirman la efectividad del taller de coaching, pero, dando cumplimiento a nuestro segundo objetivo, se hicieron diversas comparaciones en función de las variables sociolaborales. Por ejemplo, se compararon los valores de la satisfacción de

las relaciones interpersonales en función del sexo. En la Tabla 3 se presentan los resultados, donde se aprecia que no hay diferencias significativas entre varones y mujeres, ni antes ni después del taller de coaching ($p < 0.134$).

Tabla 3.
Comparaciones de medias mediante la t student según sexo

	Sexo	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	gl	p
Satisfacción RI Pre-test	Varón	17	49.235	11.138	2.701	-0.165	44	0.869
	Mujer	29	49.758	8.818	1.637			
Satisfacción RI Post-test	Varón	17	59.941	1.951	0.473	1.536	44	0.134
	Mujer	29	56.482	11.846	2.199			

También se hicieron comparaciones en función del grado de instrucción de los docentes, encontrándose que no hay diferencias significativas entre los profesores, para ello se utilizó la prueba paramétrica

del Análisis de varianza. No se encontraron diferencias significativas, aunque las diferencias en el pre-test casi llegan al nivel de significancia estadística ($p < 0.074$) (ver Tabla 4).

Tabla 4.
Análisis de varianza en función del grado de instrucción

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción RI Pre-test	Inter-grupos	293.426	1	293.426	3.334	0.074
	Intra-grupos	3871.878	44	87.997		
	Total	4165.304	45			
Satisfacción RI Post-test	Inter-grupos	210.560	1	210.560	2.370	0.130
	Intra-grupos	3907.809	44	88.813		
	Total	4118.369	45			

Al hacer las comparaciones en función del tipo de profesión, se tiene que, tampoco hubo diferencias significativas entre los profesores, ni antes ni después de la aplicación del taller de coaching. La Tabla

5 resume los resultados del análisis de varianza, donde los valores estuvieron muy lejos de ser significativos, por tanto las diferencias encontradas no tienen validez estadística.

Tabla 5.
Análisis de varianza en función de la profesión

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción RI Pre-test	Inter-grupos	384.333	2	192.166	2.185	0.124
	Intra-grupos	3780.970	43	87.929		
	Total	4165.304	45			
Satisfacción RI Post-test	Inter-grupos	258.300	2	129.150	1.438	0.248
	Intra-grupos	3860.069	43	89.769		
	Total	4118.369	45			

En la Tabla 6 se tiene el análisis de varianza en función de la ocupación de los profesores. Al igual que en los casos anteriores, no se

aprecian diferencias significativas, pero las diferencias en el pre test se acercan mucho a la significancia estadística ($p < 0.064$).

Tabla 6.
Análisis de varianza en función de la ocupación

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción RI Pre-test	Inter-grupos	499.777	2	249.888	2.931	0.064
	Intra-grupos	3665.526	43	85.244		
	Total	4165.304	45			
Satisfacción RI Post-test	Inter-grupos	295.260	2	147.630	1.660	0.202
	Intra-grupos	3823.108	43	88.909		
	Total	4118.369	45			

En la Tabla 7, se valoran las diferencias encontradas no fueron significativas en función del área de trabajo, pero las diferencias encontradas no fueron significativas.

Tabla 7.
Análisis de varianza en función del área de trabajo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción RI Pre-test	Inter-grupos	197.434	3	65.811	0.696	0.559
	Intra-grupos	3967.869	42	94.473		
	Total	4165.304	45			
Satisfacción RI Post-test	Inter-grupos	68.924	3	22.974	0.238	0.869
	Intra-grupos	4049.445	42	96.415		
	Total	4118.369	45			

Para finalizar con las comparaciones, se realizó una última comparación en función del cargo de los profesores, pero los valores hallados tampoco resultaron significativos (ver Tabla 8).

Tabla 8.
Análisis de varianza en función del cargo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción RI Pre-test	Inter-grupos	483.913	3	161.304	1.840	0.154
	Intra-grupos	3681.390	42	87.652		
	Total	4165.304	45			
Satisfacción RI Post-test	Inter-grupos	419.096	3	139.698	1.586	0.206
	Intra-grupos	3699.272	42	88.077		
	Total	4118.369	45			

Discusión

El coaching es un proceso mediante el cual se acompaña a la persona para que pueda desarrollar sus metas y destrezas, poniendo en práctica sus habilidades, dentro del curso de ciertos métodos y valores establecidos que actúan como motivadores promoviendo las emociones positivas y ciertas habilidades sociales (Wise y Avendaño, 2013). Por ello, se dice que el coaching transforma a la persona, en cuanto le permite desarrollar una nueva visión (más optimista) de sí mismo, de su trabajo y el mundo que le rodea, proyectándose a futuro y comprometiéndose con todo lo que hace.

El coaching pone en el centro de todo a la persona y su mundo interior como exterior, vale decir su vida emocional y sus cogniciones así como su comportamiento (Palacios, 2008). En el coaching por tanto se establece un vínculo de confianza entre el *coach* y el *coachee*, y para entender esta relación, existen diversos marcos explicativos como la teoría sociocultural de Vigotsky a partir de la zona de desarrollo próximo, las teorías de la psicología positiva, el enfoque sistémico, la perspectiva neurocientífica (sobre todo desde la programación neurolingüística), etc.

El profesorado, en sus múltiples facetas, debe incluir el coaching tanto en la formación docente como en su quehacer pedagógico (Berga y Dunn, 1987). Para ello, se debe promover una visión de formación continua y autoexigencia (ISPA, 2002). Más aún si las condiciones laborales de los profesores les exponen a diversos factores de riesgo psicosocial (Fernández, 2002).

En nuestro medio por ejemplo, se ha visto cómo el estrés docente afecta su desempeño de manera diferenciada y que en parte esto se debe a las pésimas relaciones interpersonales que se establecen entre los profesores (Arias, 2013a).

Es importante por ello, gestionar adecuadamente el quehacer docente (Goncalves, 1997), para ello, se debe tener presente que las relaciones humanas en el trabajo son esenciales (Wieman, 2011). Diversos estudios nos ilustran acerca de cómo las relaciones interpersonales se relacionan con el clima organizacional, la satisfacción laboral, el liderazgo, el trabajo en equipo y la eficiencia laboral (Tse et al., 2008; Sierra et al., 2010).

Pensamos que a partir de las relaciones interpersonales en el trabajo se puede generar mayor bienestar en el profesor (Holmes, 2014), ya que así lo demuestran también diversos estudios locales (Arias, 2013a). En ese sentido hay que considerar que si los profesores no llevan adecuadas relaciones humanas, los estudiantes tampoco las desarrollarán, afectando un aspecto tan importante en sus vidas como es el aprender a convivir (Cueva y Vilca, 2013). También tendría un efecto muy favorable en su desempeño profesional al gestionar su talento en el entorno laboral (Alles, 2009).

En ese sentido, nuestro trabajo buscó valorar el efecto de un taller de coaching en las relaciones interpersonales de los profesores de una institución educativa local. Hay que tener en cuenta que el coaching ha sido muy poco estudiado en Arequipa y el Perú, por lo que el presente trabajo tiene un importante valor teórico y hace un

aporte metodológico, al usar una metodología empírica y experimental para abordar esta temática. Solo pudimos encontrar un trabajo similar en Trujillo pero que aplica un taller de habilidades sociales para mejorar las relaciones interpersonales de los profesores, con resultados muy favorables (Rosales y Valverde, 2008).

Los resultados de la presente investigación también lo fueron, en la medida que se encontraron diferencias significativas antes y después de la aplicación del taller de coaching en la satisfacción de las relaciones interpersonales de los profesores participantes, aunque no encontramos diferencias significativas en función de las variables sociolaborales (sexo, grado de instrucción, profesión, ocupación, cargo, etc.). De este modo, nuestro trabajo reviste de importancia, al demostrar de manera objetiva y cuantificable, los beneficios del taller de coaching, sobre las relaciones interpersonales, que tienen íntimas vinculaciones con las habilidades sociales (Vallés, 1995), la inteligencia emocional (Goleman, 2000), el liderazgo (Jay, 2004), etc.

En ese sentido, se tiene la seguridad que esta investigación puede servir de modelo para muchas otras, ya que los resultados no son generalizables a otras instituciones educativas. De hecho, hace falta muchas más confirmaciones a través de la investigación de los beneficios del coaching, para lo cual deben controlarse mejor aspectos tales como el enfoque del *coach*, el rol del *coach*, la gestión de la institución educativa, su diagnóstico situacional y organizacional, las técnicas y métodos empleados, etc.

Esperamos que con esta experiencia, el coaching sea cada vez más objeto de estudio de los educadores, de los psicólogos, de los administradores y de todas las personas involucradas con sus principios, métodos y enfoques; pues muchas veces es visto solo como una práctica motivadora y no transformadora. Hace falta también valorar los efectos del programa a largo plazo, para lo cual hubiera sido necesaria una metodología diferente y que no hemos podido implementar, pues tales pretensiones están fuera de nuestros objetivos por esta oportunidad. Pero en futuras ocasiones, ahondaremos más y más en los aspectos antes mencionados, ya sean teóricos o metodológicos.

Referencias

- Alles, M. A. (2009). "Construyendo talento". Buenos Aires: Granica.
- Arias, W. L. (2008). "Fundamentos del aprendizaje". Arequipa: Vicarte.
- Arias, W. L. (2013a). Relaciones humanas en profesores de instituciones educativas públicas de Arequipa. "Revista de Investigación ULaSalle", 2(1), 5-14.
- Arias, W. L. (2013b). Clima organizacional en ocho empresas de Arequipa. "Ilustró", 4, 39-56.
- Arias, W. L. & Jiménez, N. A. (2013a). Síndrome de burnout en docentes de educación básica regular de Arequipa. "Educación", 22(42), 53-76.
- Arias, W. L. & Jiménez, N. A. (2013b). Relaciones humanas en mypes de

- Arequipa. "Contabilidad y Negocios", 8(16), 48-60.
- Arias, W. L.; Montes, I. & Masías, M. A. (2014). El modelo demanda-control de Karasek y su relación con la creatividad en profesores de nivel primario de Arequipa. "Revista de Psicología", 16(1), 64-77.
- Arias, W. L.; Zavala, S. & Bernilla, A. (2014). Calidad de la gestión educativa y rendimiento académico en la Institución educativa Arequipa. "Apuntes de Ciencia & Sociedad", 4(1), 102-112.
- Arqueros, M. T. (2009). El coaching en las organizaciones. "IV Jornadas Internacionales Mentoring & Coaching", 23-25 de noviembre, Madrid.
- Ayuso, J. L.; Calzada, R.; Díaz, E.; Díaz, J.; González, G.; Gorroño, I.; Rivera, E.; Sierra, M. & Yome, E. (2010). Coaching en equipos. Herramientas de diagnóstico. "Cuadernos de Coaching", 4, 16-18.
- Barrientos, R. (2015). El liderazgo sí importa: aportes para una mejor comprensión de la dirección escolar. "Educationis Momentum", 1(1), 83-119.
- Bergan, J. R. & Dunn, J. A. (1987). "Biblioteca de la psicología de la educación". México: Editorial Limusa, S. A.
- Berganza, A. & Escribano, M. P. (2004). Coaching y mentoring como metodologías de desarrollo en la organizaciones. "Capital Humano", 174, 27-34.
- Berne, E. (1998). "Psicología de relaciones humanas". New York: Editorial Grove Press.
- Bisquera, J. (2003). "Relaciones interpersonales". Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Bunge, M. (1988). "La ciencia, su filosofía y su método". Buenos Aires: Ariel.
- Cueva, R. & Vilca, A. (2013). "Relaciones interpersonales de los docentes y habilidades sociales en los estudiantes del quinto de secundaria de las instituciones educativas de los distritos de Aplao y Corire. Provincia de Castilla". (Tesis para optar el título profesional de educador). UNSA, Arequipa.
- Díaz, A. (2005). "La evaluación de las relaciones con los compañeros". Madrid.
- Díaz, L. E. (2005). Relaciones laborales especiales: las empresas de trabajo temporal y las cooperativas. ¿Qué pueden hacer los sindicatos? "Revista de Ciencias Sociales", 11(1), 131-148.
- Escribano, S. (2009). "Neurocoaching entre la ciencia y la vida". Buenos Aires: Alienta.
- Fernández, M. (2002). "Realidad psicosocial del maestro de primaria". Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Fernández, M. (2009). La evaluación de desempeño, la percepción de justicia y las reacciones de los empleados. "Contabilidad y Negocios", 4(8), 42-48.

- Fingerman, G. (1980). "Relaciones humanas. Fundamentos psicológicos y sociales". Buenos Aires: El Ateneo.
- Goleman, D. (2000). "La inteligencia emocional". Barcelona: Kairós.
- Goleman, D. (2007). "La salud emocional". Barcelona: Kairós.
- Goncalves, O (1997). "El proceso organizacional". Barcelona: Paidós
- Gorrochotegui-Martell, A.; Vicente-Mendoza, I & Torres-Escobar, G. (2014). Evaluación del proceso de coaching en directivos y su impacto en el clima escolar. "Educación y Educadores", 17(1), 111-131.
- Hernández, J. (2004). "Las relaciones interpersonales". Málaga: Aljibe.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). "Metodología de la Investigación". México: McGraw-Hill.
- Hochman, L. (2010). "La revolución de las relaciones personales". Barcelona: Ediciones Urbano.
- Holmes, E. (2014). "El bienestar de los docentes". Madrid : Narcea.
- ISPA (2002). "Programa de formación continua de Docentes en Servicio". Arequipa: ISPA.
- Jay , E. (2004). "Coaching y liderazgo". Madrid: Aguilar.
- Jiménez, R. (2012a). Coaching en el desarrollo profesional del docente. Fases formativas y procesos metodológicos de investigación. "Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado", 15(4), 101-112.
- Jiménez, R. (2012b). La investigación sobre coaching en formación del profesorado: Una revisión de estudios que impactan en la conciencia sobre la práctica docente. "Profesorado. Revista de Curriculum y formación del Profesorado", 16(1), 238-255.
- Larez, J. H. (2008). El coaching educativo como estrategia para potenciar el éxito durante la etapa de desarrollo y culminación del trabajo especial de grado. "Sapiens", 9(2), 219-234.
- Kilburg, R. R. (2001). Facilitating Intervention Adherence in Executive Coaching. "Consulting and Psychology Journal: Practice and Research", 53(4), 251-267.
- Kilpatrick, A. L. (1994). "Evaluating Training Programs: The four levels". San Francisco: Berrett-Koehler.
- Lugo, E. (2004). "Las relaciones interpersonales en el departamento administrativo de la UPEL". (Tesis para optar el título profesional de Administrador). Universidad Pedagógica Libertador Maturín Monagas.
- Maisel, E. (2005). "Coaching para el creativo que hay dentro de ti". Mexico: Obelisco.
- Mamani, M. (2006). Clima institucional y habilidades sociales. Arequipa.
- Matalinares, M. L.; Sotelo, L.; Sotelo, N.; Arenas, C.; Díaz, G.; Dioses, A.; Yaringaño, J.;

- Murata, R. & Pareja, C. (2009). Juicio moral y valores interpersonales en estudiantes de secundaria de las ciudades de Lima y Jauja. "Revista de Investigación en Psicología", 12(2), 115-132.
- Moreno, B.; Álvarez, M. & Inojosa, Y. (2013). Incidencia de la metodología coaching como fundamento en la producción de conocimientos y desarrollo de la calidad del investigador en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. "Razón y Palabra", 83, 1-22.
- Nava, A. & Mena, M. (2012). Coaching y competencias cognitivas de los directores de escuelas de las universidades públicas binacionales. "Gestión & Gerencia", 6(1), 109-132.
- O'Connor, J. & Lages, A. (2010). "Coaching con PNL. Guía para obtener lo mejor de ti mismo y de los demás". Barcelona: Urano
- Orduña, A. (2006). "La influencia de las relaciones interpersonales, en el clima organizacional de estadísticas y encuestas, coordinación INEGI de Pachuca-Hidalgo-México". (Tesis para optar el grado de Maestro), México.
- Palacios, L. E. (2008). "El concepto de persona". Madrid: Rialp.
- Passmore, J. (2007). An integrating model for executive coaching. "Consulting and Psychology Journal: Practice and Research", 59(1), 68-78.
- Pérez, M. (2001). "Afectos, emociones y relaciones en la escuela: análisis de cinco situaciones". Barcelona: Grao.
- Portugal, L. (2000). "Psicología social". Arequipa: UNSA.
- Ripoll, P.; González-Navarro, P.; Zornoza, A. & Orengo, V. (2004). La influencia de los procesos de interacción grupal y el medio de comunicación sobre la eficacia de los grupos de trabajo. "Revista Latinoamericana de Psicología", 36(2), 195-208.
- Rodríguez, A.; Esteban, R. M.; Aranda, R.; Blanchard, M.; Dominguez, C.; González, P.; Romero, P.; Sanz, E.; Mampaso, A.; Vitón, M. J. & Messina, C. (2011). Coaching reflexivo entre iguales en el Practicum de la formación de maestros. "Revista de Educación", 355, 355-379.
- Rosales, D. y Valverde, C. (2005). Aplicación del programa de habilidades sociales ACAT para contribuir mejorar las relaciones interpersonales en los docentes de la institución educativa GUE José Faustino Sánchez Carrión de Trujillo. (Tesis para optar el grado de Maestro). Trujillo.
- Rota, C.; Reynolds, N. & Zanasi, C. (2012). The influence of organizational climate on sustainable relationships between organization and employees. The KION case study. "Advances in Management & Applied Economics", 2(4), 125-140.

- Sánchez, M. (2015). Efectos de un taller basado en la pedagogía del amor y la ternura para mejorar la disciplina en estudiantes de primer grado de primaria de una escuela arequipeña. "Educationis Momentum", 1(1), 61-81.
- Saporito, T. J. (1996). Business-linked executive development. *Coaching Senior Executives*. "Consulting and Psychology Journal: Practice and Research", 48(2), 96-103.
- Seligman, M. E. P. (2006). "La auténtica felicidad". Buenos Aires: Vergara.
- Sierra, V.; Andrés, A.; Solanas, A. & Leiva, D. (2010). Agreement in interpersonal perception as a predictor of group performance. "Psicothema", 22(4), 848-857.
- Silva, M. M.; Santos, J. L.; Rodríguez, E. & Rojo, C. H. (2008). "Relaciones humanas en la empresa". Madrid: Paraninfo.
- Valles, A. (1995). "Las habilidades sociales en el trabajo". Madrid: Editorial EOS.
- Tse, H. H.; Dasborough, M. T. & Ashanasy, N. M. (2008). A multi-level analysis of team climate and interpersonal Exchange relationships at work. "The Leadership Quarterly", 19(2), 195-211.
- Wiemann, M. (2011). "La comunicación en las relaciones interpersonales". España: Aresta.
- Wise, D. & Avendaño, K. (2013). "Coaching para el liderazgo educativo". Guatemala: USAID.

Recibido: 30-01-2016

Aceptado: 12-10-2016

IMPACTO DE LOS CAMBIOS DEL MACRO ENTORNO
ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO Y CULTURAL
SOBRE EL NIVEL Y CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN
DE LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

IMPACT OF CHANGES IN THE ECONOMIC, SOCIAL,
TECHNOLOGICAL AND CULTURAL ENVIRONMENT ON
THE LEVEL AND QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION
OF THE COUNTRIES OF THE PACIFIC ALLIANCE

Ricardo Arturo Valdez Cornejo

Glo-Val Consultoría y Asesoría Empresarial, Arequipa, Perú

María Camila Fonseca López

Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia

y

Hernán Darío Molano Gutiérrez

Universidad Santo Tomás, Villavicencio, Colombia

Resumen:

El presente trabajo de revisión busca explorar el impacto de los diversos factores del macro entorno en lo referente a cambios económicos, sociales, culturales y tecnológicos, sobre la calidad y nivel de vida, así como sobre los estilos de vida dentro de los cuales se encuentran los hábitos de los consumidores; centrándose en la población de los países latinoamericanos, especialmente en los que conforman la Alianza del Pacífico: Colombia Chile, México y Perú. Asimismo, se busca dar respuestas a interrogantes relacionadas con las variables mencionadas y su impacto no solamente material, sino también, moral y espiritual. Finalmente, se proponen alternativas para manejar adecuadamente los cambios, en favor del ser humano, quien es paralelamente causa y efecto de los mismos.

Palabras clave: Estilos de vida, calidad de vida, desarrollo humano, Alianza del Pacífico.

Summary:

The present review seeks to explore the impact of the various factors of the environment in relation to changes in economic, social, cultural and technological developments, on the quality and standard of living, as well as on the styles of life which includes consumer habits; focusing on the population of Latin American countries, especially those that make up the Pacific. Alliance: Colombia Chile, Mexico and Peru. Likewise, it seeks to answer questions related to the variables mentioned and their impact not only material, but also, moral and spiritual. Finally, we proposed some alternatives that can help to manage adequately the changes, in favor of the human being, who is at the same time, cause and effect of the same.

Key words: Life styles, quality of life, human development, Pacific Alliance.

“Lo único permanente es el cambio.”

Heráclito

Introducción

Países, ciudades y personas, vivimos inmersas en un mundo en el cual el día a día se basa en la creación y adaptación de nuevos productos y servicios, en donde los contrastes varían y la forma de pensar, actuar y vivir cambian de manera radical, permitiendo ampliar el mercado y la forma en la cual consumimos y adquirimos lo que deseamos y necesitamos. En gran medida, estos cambios se deben a la constante evolución del macro ambiente que ejerce impacto sobre la sociedad, pudiendo ser éste positivo o negativo, aunque pocas veces de carácter neutral.

Así, los cambios acelerados en el mundo moderno se reflejan en los cambios referentes a estilos de vida y nivel de vida, dos conceptos que no son para nada iguales, e incluso, en ocasiones, resultan contrapuestos.

Por otro lado, Latinoamérica no es ajena a esta realidad. Por tal razón, en la presente investigación, se abordará el tema de los cambios culturales y sociales ocurridos en esta parte del mundo, especialmente en países de la Alianza del Pacífico, como son Colombia, Chile, México y Perú.

En este punto, cabe plantear interrogantes básicas de investigación:

- ¿Los cambios en el entorno económico, social, cultural y tecnológico impactan favorable o negativamente sobre el ser humano y en consecuencia sobre sus estilos de vida?
- ¿El impacto sobre la calidad de vida del ser humano desde un punto de vista de consumidor, así como global, es favorable a su realización?

- ¿La cultura de los países latinoamericanos ejerce influencia sobre la postura de las personas frente a los cambios?

Calidad de vida, nivel de vida y estilos de vida: definiendo conceptos

Todo lo que rodea al ser humano y sus actividades es una cadena que vincula una variable con la otra, es decir, el hecho de que la tecnología se encuentre en constante auge, permite el desarrollo y la transformación de lo que alguna vez tuvimos, y es que el hecho de que hace unos años la necesidad de comunicarnos a través de un teléfono celular no era una realidad, hoy en día es un tema que permea al mundo entero en donde los estilos de vida se ven afectados o quizás se genera una nueva forma de vivir.

Este tipo de contingencias a las cuales tanto la sociedad como el mismo ser humano se encuentra inmerso, permite entender que aunque las empresas –a través de los mercadólogos– no crean necesidades ni deseos, las personas inconscientemente originan una forma de ir más allá y adquirir cosas que jamás existían pero que al evidenciar lo que en el mundo se puede lograr, es pertinente indicar que mucho de lo que se imagina es posible. Es así como indirectamente nacen las nuevas generaciones, los nuevos hábitos y esa calidad de vida adaptada al estilo de vida, en la cual se presenta un cambio en los deseos del consumidor. Aunque uno de los temas relevantes en la actualidad es cómo el consumidor desea adquirir bienes materiales, se muestra una clara influencia de los cambios culturales y sociales, en especial en países latinoamericanos en donde

se apuesta a las experiencias vivenciales, aquellas que permiten el crecimiento del ser y la construcción del mismo.

Para entender mejor de lo que se trata la investigación presente, se debe establecer diferencias entre diversos conceptos, como los ya mencionados: Calidad de vida y estilo de vida. La calidad de vida es un concepto que nace de ideas muy amplias, pero que se puede resumir así: “Calidad de vida es una medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal como la percibe cada individuo y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa” (Levy y Anderson, citados por Ardila, 2003, p. 162). En este concepto se aprecia una clara dimensión múltiple que toca tres de los aspectos más relevantes del ser humano: el físico, el mental y el social. Asimismo, se aborda la dimensión de la felicidad, tema de estudio que se encuentra muy en boga y que se va revalorizando en el tiempo presente (Arias, Masías, Muñoz y Arpasi, 2013).

La calidad de vida es entonces “la sensación subjetiva de bienestar del individuo” (Chaturvedi, 1991). En este concepto se aprecia el interés del autor de nacionalidad india en reiterar que la calidad de vida es una vivencia muy propia de cada persona, en clara concordancia con la espiritualidad manifestada en su país de origen. Por otro lado, se puede citar un concepto amplio y globalizador:

Calidad de vida es un estado de satisfacción general, derivado de la realización de las potencialidades de la persona. Posee aspectos subjetivos y aspectos objetivos. Es una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social. Incluye como aspectos

subjetivos la intimidad, la expresión emocional, la seguridad percibida, la productividad personal y la salud objetiva. Como aspectos objetivos el bienestar material, las relaciones armónicas con el ambiente físico y social y con la comunidad, y la salud objetivamente percibida. (Ardila, 2003, p. 163)

En este caso, se introducen términos que buscan globalizar la calidad de vida como parte de la autorrealización, al hablar acerca de la satisfacción general. Otra definición señala que:

La calidad de vida hace referencia al bienestar alcanzado por el ser humano en estado de equilibrio, y en armonía con la naturaleza, otras personas y el propio ser interior; considerando, incluso aspectos de simbiosis enriquecedora y homeostasis plena. Por tanto, la calidad de vida debe abarcar aspectos tales como plena espiritualidad, felicidad, equilibrio físico y mental, entre otros; indicadores y variables todas conducentes a la autorrealización del ser. (Valdez, 2015, p. 42)

Bajo este concepto se busca otorgar a la calidad de vida una dimensión holística, sistémica e integral, ya que habla de armonía con el conjunto natural superior a la visión sesgada y parcial de la naturaleza humana como única o separada del todo y que, bajo ciertas circunstancias se torna en un antropocentrismo absurdo y reduccionista.

La razón de mayor peso por la cual se debe considerar esta visión integral es que el ser humano es parte de un todo, al cual se puede llamar de diversas maneras como naturaleza, creación, universo, etc., bajo

la atenta mirada de una visión ecológica. Además, se reitera que la autorrealización del ser no puede estar separada del todo.

Como se puede apreciar, cada concepto señalado, nace de una óptica particular de cada autor, sin embargo, la base, está construida por ideas de fondo en común que tocan aspectos espirituales, de satisfacción personal y visión particular de cada individuo; pero que no hacen referencia a lo meramente material que no es más que complemento accesorio y, en ocasiones, es contradictorio con la propia naturaleza humana.

Por otro lado, es importante deslindar entre calidad de vida y nivel de vida. Es así que se puede decir respecto al segundo concepto aludido que: “El nivel de vida hace referencia al estatus alcanzado por una persona inmersa en una colectividad, tanto en el aspecto económico, como en el cultural y social” (Valdez, 2015, p. 39). Por otro lado, cabe señalar que el nivel de vida se relaciona con otro concepto que es estilo de vida; refiriéndose éste a la forma de actuar, sentir, pensar y conducirse como persona, inmerso en un grupo social y bajo determinadas influencias culturales. Por tanto, abarca factores diversos relacionados con las actitudes como los componentes secuenciales que conducen a la conducta, los cuales son personales, psicológicos, sociales y culturales.

Asimismo, los componentes mencionados con cognitivo, afectivo y conativo. El primero referido a la parte mental del ser humano, el segundo relacionado con los sentimientos, emociones y sensaciones y el tercero, con la actuación o acción. Por

otro lado, es importante señalar que los conceptos tanto de nivel como de calidad de vida han ido evolucionando con el tiempo hasta el punto de llegar a un entendimiento más coherente en los días presentes. Lo mencionado se puede evidenciar en la antigua concepción de nivel de vida propuesto por la Organización de las Naciones Unidas, en el que se plantea una idea muy relacionada con la calidad de vida:

... las condiciones reales en que vive un pueblo (...) Esferas separadas tales como la salud, la nutrición, la vivienda, las condiciones de empleo y la educación se consideraron como “componentes” del nivel de vida, y se propuso expresar estos, componentes por medio de medidas o “indicadores” estadísticos concretos, teniendo en cuenta la disponibilidad y comparabilidad internacional de los datos. (ONU, 1961, p. 1)

Como se aprecia en la cita, la idea acerca del nivel de vida se confunde con la de calidad de vida, pero se considera válida como término de referencia debido a su fecha de publicación y al contexto en la que se encontraba inmersa.

En este punto, es pertinente engarzar el término referido a estilo de vida, como consecuencia del nivel de vida. Así, los estilos de vida, están...

definidos como los procesos sociales, las tradiciones, los hábitos, conductas y comportamientos de los individuos y grupos de población que conllevan a la satisfacción de las necesidades humanas para alcanzar el bienestar y la vida. Los estilos de vida son determinados de la presencia de factores de riesgo y/o de factores protectores para

el bienestar, por lo cual deben ser vistos como un proceso dinámico que no solo se compone de acciones o comportamientos individuales, sino también de acciones de naturaleza social. (Wong, 2012, p.1)

Como se observa, el estilo de vida es la manifestación lógica y práctica del nivel de vida, el cual se ve influenciado por los macro entornos económico, social, cultural y tecnológico, los cuales se encuentran en permanente evolución. Además, es importante anotar que “los estilos de vida se enfocan en grupos de personas que tienen inclinaciones, usos, costumbres, valores y creencias similares” (Arellano, 2001, p. 18).

A la sazón, se debe mencionar, también, qué estos estilos de vida se engarzan con los cambios socioculturales que se producen en un determinado entorno por lo que también van evolucionando y determinan fenómenos mercadológicos como la segmentación. Es así que es claro notar lo siguiente:

Los individuos se encuentran en constante movimiento y tienden a la segmentación o agrupación de manera natural, es decir, los individuos se agrupan en colonias y viviendas con base en perfiles sociales, económicos y culturales muy similares, lo que permite su ubicación y clasificación temporal. (Pérez, 2004, p. 19)

Como se aprecia, los conceptos de estilos de vida, comportamiento y cambios socioculturales se entrelazan y forman un ciclo sinérgico. Por otro lado, los cambios sociales y culturales que han alentado el nacimiento de los nuevos estilos de vida se dan en torno a dos dimensiones de impacto: los

impactos culturales y los impactos sociales. Sin embargo, es importante acotar que los impactos producidos como consecuencia de los cambios diversos no siempre son notorios de manera consciente y permanente para las personas inmersas en una determinada área geográfica, ya que:

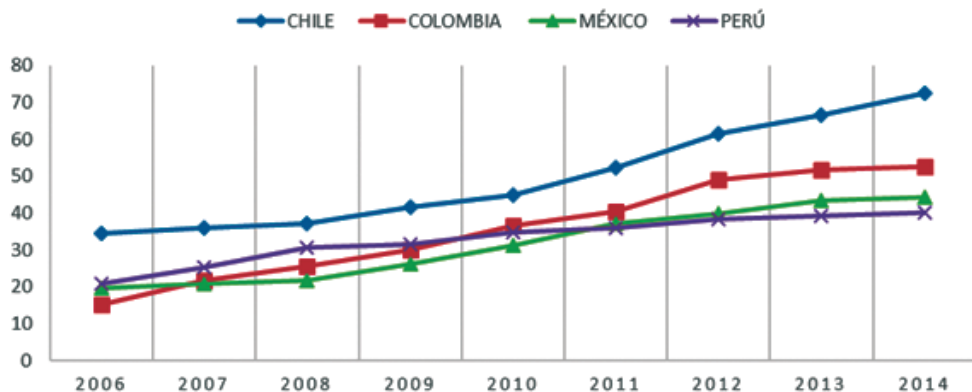
Las repercusiones de la cultura son tan naturales y automáticas que su influencia en el comportamiento generalmente se da por sentada. Por ejemplo, cuando los investigadores del consumo preguntan a las personas por qué hacen ciertas cosas, a menudo éstas contestan: “porque es lo correcto”. Esta respuesta, que pareciera superficial, refleja en parte la influencia tan arraigada de la cultura en nuestro comportamiento. (Schiffman, 2010, p. 349)

Todo lo mencionado, produce actitudes que como componentes secuenciales en las personas inmersas en grupos diversos conducen a comportamientos generales y como consumidores en particular. En este

sentido, es de ayuda revisar el siguiente concepto acerca del comportamiento del consumidor:

Comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. (Schiffman, 2010. p. 5)

Justamente, los estilos de vida junto con las conductas se van transformando y generando cambios de hábitos y consiguientes comportamientos a la par con los avances tecnológicos. Un ejemplo claro de esto es el uso de internet, cuya penetración es cada vez mayor en los hogares de Latinoamérica, región dentro de la cual se encuentran los países de la Alianza del Pacífico como se muestra en la Gráfica 1:



Gráfica 1.
Usuarios de Internet por cada 100 habitantes (Banco Mundial, 2016)

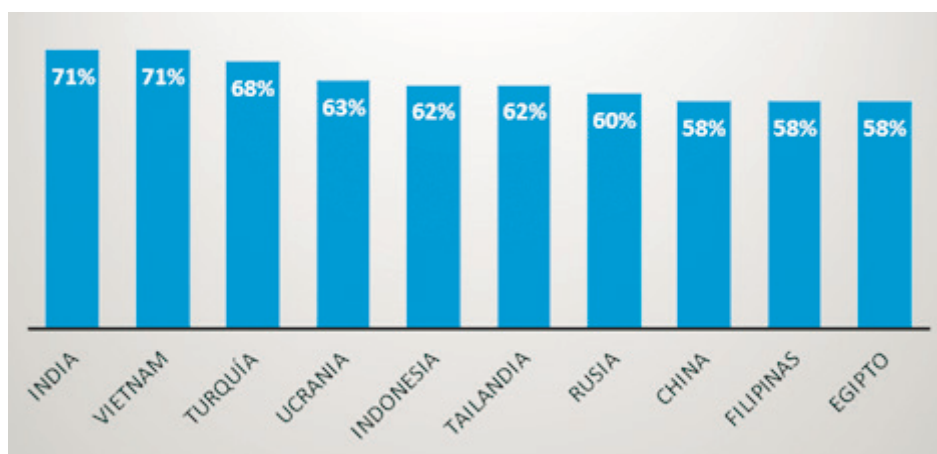
Debido al incremento en el uso del Internet, se evidencia la evolución en los estilos de vida y por ende en las conductas de compra de los consumidores, las cuales se han ido transformando drásticamente, cambiando preferencias de los compradores. Asimismo, se asociaría a una fuerte tendencia hacia las compras virtuales con la utilización de las TICs.

Por otro lado, las preferencias de los compradores actuales no solamente están dirigidas hacia la satisfacción personal, sino hacia aspectos de mucha mayor profundidad. Es así que los consumidores hoy en día van tomando conciencia de la importancia de tener un consumo más responsable ligado al cuidado del medio ambiente. Curiosamente los mayores cambios de consciencia se han dado en países en vías de desarrollo o potencias emergentes, asimismo, en países con

una clara tradición espiritual y culturas ancestrales altamente desarrolladas.

Aunque por otro lado, también se acompañan de lamentables resultados, porque los países altamente industrializados y con mayor desarrollo material no han mostrado demasiado interés en las diversas dimensiones relacionadas con la ecología. Todo esto se muestra en la Gráfica 2, que hace referencia a la actitud de las personas frente a la compra de productos ecológicos.

Salvo Rusia y China, el resto de países aún no llegan a estar dentro de las principales economías industrializadas del mundo, agrupadas en asociaciones de naciones poderosas como el G-7 o G-8, excepto China que no pertenece a ninguno de estos dos grupos, pero que por la enorme escala de su economía, es un país altamente industrializado.



Gráfica 2.

Elección de productos amigables al medio ambiente por país (Nielsen, 2013)

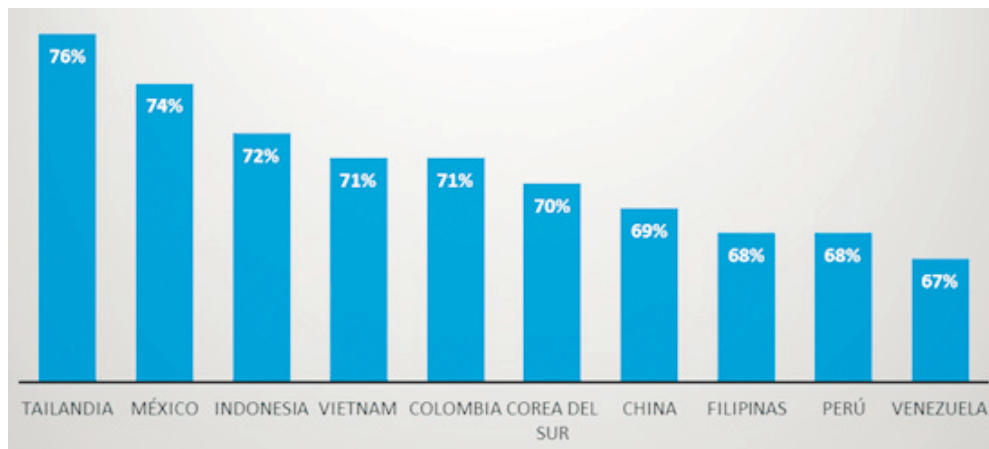
Para comprender mejor las diferentes actitudes de cada nación frente a una misma problemática global resulta útil y funcio-

nal realizar una investigación de carácter etnográfica, la cual puede conceptualizarse como el estudio del comportamiento

humano en su contexto natural, e implica la observación de la conducta y el entorno (Malhotra, 2008).

Asimismo, los pobladores de algunas economías a las que se pueden ya mencionar como potencias emergentes, como es el caso de India, están tomando consciencia a tiempo acerca de la gravitante importancia que tiene en cuidado del medio ambiente. Algunos otros países de la lista mencionada

ya han ingresado al G-20 (Arabia Saudita, Argentina (de Mercosur), Australia (OCDE), Brasil (G-5 y Mercosur), China (G-5), Corea del Sur (OCDE), India (G-5), Indonesia, México (G-5 y OCDE), Sudáfrica (G-5), Turquía (OCDE)); así también la Unión Europea (como bloque económico); lo cual es alentador ya que siendo países de economías emergentes, sus poblaciones han empezado a tomar acciones en pro del cuidado de la naturaleza.



Gráfica 3.

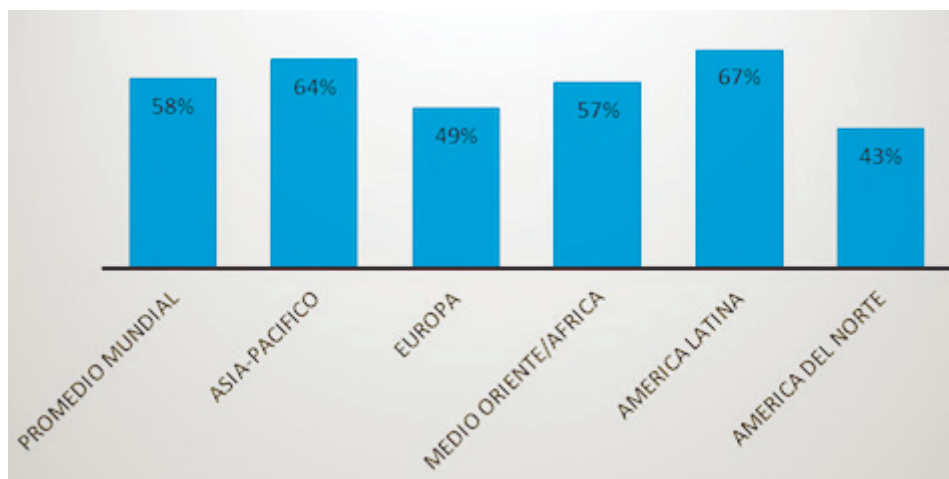
Ahorro de energía y reducción de impacto ambiental por país (Nielsen, 2013)

Crecimiento económico y desarrollo humano en los países de la Alianza del Pacífico

Los países de la Alianza del Pacífico no son ajenos a las megatendencias globales, como se evidencia en la Gráfica 3.

Al respecto, Nielsen señala que:

Cuando se trata de acciones para preservar el medio ambiente, como por ejemplo, comprar productos ecológicos sin importar el precio o reducir nuestro consumo de energía, los norteamericanos fueron los menos cuidadosos en lo que al tema se refiere, en comparación con el resto del mundo. Por el contrario, los encuestados en Asia Pacífico, Latinoamérica, Medio Oriente y África fueron más receptivos para crear una diferencia ecológica. (Nielsen, 2013, p. 14)



Gráfica 4.
Ahorro de energía a través de la reducción de emisiones de carbono
(Nielsen, 2013)

En ese sentido, Nielsen (2013) indica que:

Aunque la disponibilidad para comprar productos amigables al ambiente en las regiones en desarrollo podría ser un inhibidor para convertir las actitudes en acciones, los resultados de la encuesta sugieren que existe un claro deseo y voluntad por hacer lo correcto. Los fabricantes y detallistas que logren la ecuación precio/distribución en estos mercados en desarrollo, tendrán la mayor audiencia. Los hallazgos también sugieren que todavía falta mucho por hacer en la educación, para informar mejor al consumidor acerca de los beneficios de la conservación del medio ambiente. (p. 15)

Es un hecho palpable que la actitud juega un papel sumamente importante y esta, como se mencionó en párrafos anteriores, estará marcada por la cultura que está constituida por todas los usos, costumbres, valores, creencias y manifestaciones de una nación.

Llegando al tema gravitante de comparación entre crecimiento económico-material frente al desarrollo humano integral que pretende exponer la presente investigación, cabe señalar que:

Cuando hablamos de desarrollo humano y de reducción de la pobreza, no debemos referirnos al consumo desenfrenado de mercancías (...), sino al hecho de que todos los seres humanos puedan satisfacer sus necesidades básicas de alimentación, salud, vivienda, educación, (...), así como de disponer de tiempo suficiente para gozar de la cultura y de las artes, tener relaciones sociales enriquecedoras, hacer realidad nuestras vocaciones legítimas en cualquier ámbito que elijamos y, asimismo, tener tiempo libre para el descanso. Se trata de una concepción de la riqueza humana, y por consiguiente de la pobreza, que va mucho más allá de la esfera de la economía y de su evalua-

ción monetaria o mercantil. (Angulo, 2010, p. 33)

Respecto a lo comentado en el párrafo anterior es pertinente mostrar algunas

cifras que respalden la idea que no existe una relación entre calidad de vida, índice de desarrollo humano (IDH) y el crecimiento económico en los países que conforman la Alianza del Pacífico.

RELACIÓN CRECIMIENTO DEL PIB - IDH DE LOS PAÍSES QUE CONFORMAN LA ALIANZA DEL PACÍFICO												
PAÍS	2010		2011		2012		2013		2014		PUESTO DEL IDH	MEDIDA DEL IDH
	CRECIMIENTO DEL PIB	IDH	CRECIMIENTO DEL PIB	IDH	CRECIMIENTO DEL PIB	IDH	CRECIMIENTO DEL PIB	IDH	CRECIMIENTO DEL PIB	IDH		
CHILE	5.8%	0.814	5.8%	0.821	5.5%	0.827	4.2%	0.830	1.9%	0.832	42	MUY ALTO
COLOMBIA	4.0%	0.706	6.6%	0.713	4.0%	0.715	4.9%	0.718	4.6%	0.720	97	ALTO
MÉXICO	5.2%	0.746	3.9%	0.748	4.0%	0.754	1.4%	0.755	2.2%	0.756	74	ALTO
PERÚ	8.5%	0.718	6.5%	0.722	6.0%	0.728	5.8%	0.732	2.4%	0.734	84	ALTO

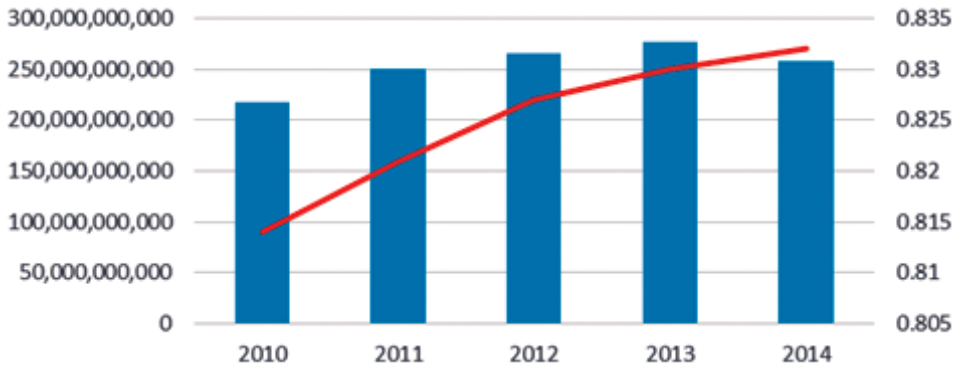
Gráfica 5.
Relación PBI – IDH de los países que conforman la Alianza del Pacífico
 (UNDP, 2016)

Es pertinente aclarar que aún existe una brecha muy marcada entre el IDH de Europa y los países latinoamericanos, concretamente en los países de la Alianza del Pacífico. El índice de desarrollo humano mide las siguientes dimensiones: Esperanza de vida, educación y estándar de vida digna (INB per cápita) (UNDP, 2016); por lo cual se evidencia que este índice mide el nivel de vida y no la calidad de vida, que como se observó anteriormente es un concepto más integrador por lo que se debería incorporar aspectos como: espiritualidad, socialización, desarrollo cultural, ecología y autorrealización; con miras a la trascendencia del ser humano.

A continuación se analiza la relación entre el crecimiento económico (PIB) y el IDH

de cada uno de los países de la Alianza del Pacífico.

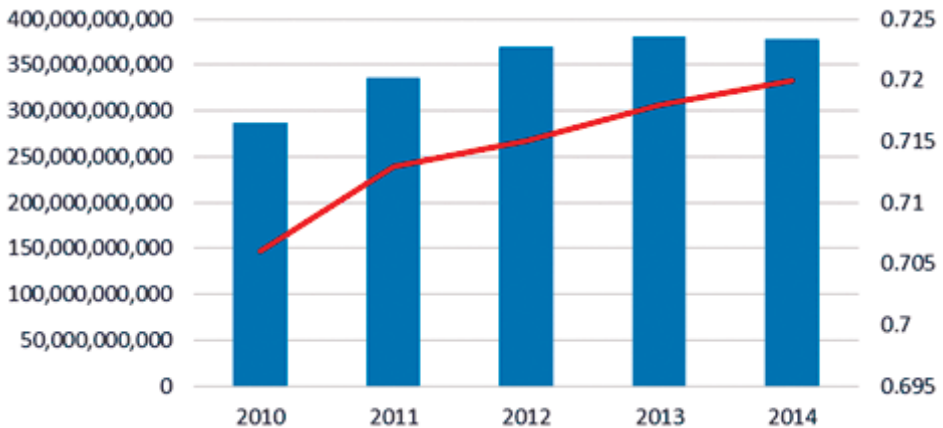
Así por ejemplo, es destacable la labor que se ha llevado a cabo en Chile, dado que se encuentra en el primer lugar del índice de desarrollo humano dentro de los países que conforman la Alianza del Pacífico, siendo reconocido con una calificación de “muy alto” por el PNUD en su IDH; aunque el PIB de dicho país es el tercero en términos monetarios de la Alianza del Pacífico, superando solamente a Perú, lo cual indica que una buena gestión gubernamental genera un impacto social y cultural positivo sobre la población. Asimismo, se produce un mejor y mayor desarrollo sobre el nivel de vida de los pobladores del país austral.



Gráfica 6.
Relación PBI-IDH de Chile (Banco Mundial, 2016)

Sin embargo, también se observa que siendo el segundo país con mejor IDH de la región, se encuentra en el puesto 42 del ranking

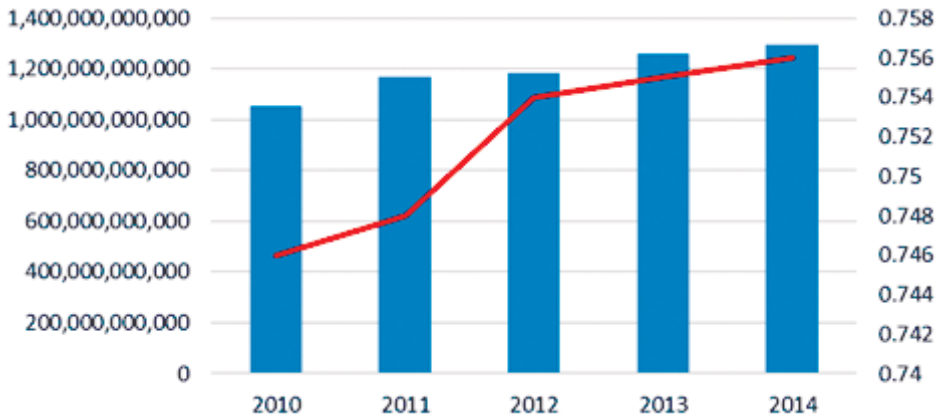
mundial, lo cual implica que a pesar del crecimiento del PIB y del IDH no se logran alcanzarlos estándares mundiales más altos.



Gráfica 7.
Relación PBI-IDH de Colombia (Banco Mundial, 2016)

Es realmente desalentador observar que Colombia, ostentando el segundo PIB más alto de la Alianza del Pacífico, se encuentra en último lugar entre los países de dicha integración regional, considerando

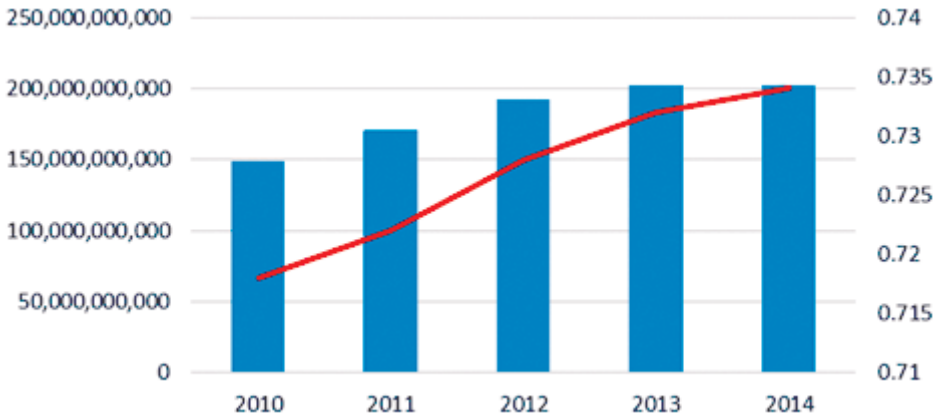
el IDH. Ello demuestra que aunque un país genere riquezas materiales, esto no es suficiente para mejorar el nivel de vida y por consiguiente el desarrollo integral de la persona.



Gráfica 8.
Relación PBI-IDH de México (Banco Mundial, 2016)

Es importante destacar el trabajo realizado en México en términos del IDH, el cual mantiene una relación adecuada con su crecimiento económico (PIB), siendo el segundo país con mejor IDH y el primer país con el PIB más alto de la Alianza del Pacífico. Dicho trabajo

evidencia que se puede realizar una buena gestión que vincule el crecimiento económico y el desarrollo social de la población; aunque las grandes dimensiones de la economía de México deberían generar un mayor crecimiento en el IDH.



Gráfica 9.
Relación PBI-IDH de Perú (Banco Mundial, 2016)

Finalmente, se observa que el crecimiento del IDH en Perú ha sido constante, casi a la par que el crecimiento en su PBI ubicándolo como el tercero con IDH mas alto entre los países de la Alianza del Pacífico, sin embargo es el que tiene PIB más bajo de la integración regional mencionada. Se debe observar que a pesar del crecimiento señalado, ocupa el puesto 84 en el ranking mundial de IDH, lo cual demuestra que a pesar del crecimiento económico este no se ve reflejado en un desarrollo humano óptimo.

Discusión

De este análisis se desprende que los países de Alianza del Pacífico han presentado crecimientos mayores al promedio mundial en lo referente al PBI, soportando las crisis globales; sin embargo los índices de desarrollo humano siguen siendo bajos respecto a los países desarrollados, a juzgar por la posición que ocupa en el ranking del PNUD, con lo cual se demuestra que el interés puesto en estos países para lograr el desarrollo humano integral no es suficiente, además que se le ha dado excesiva importancia al crecimiento económico (PBI) respecto al que se le da al IDH.

Cabe resaltar que lo mencionado anteriormente sobre la verdadera dimensión que debería abarcar el IDH es calidad de vida y no solamente el nivel de vida, lo cual implica integrar todo aquello que se encuentra inmerso dentro de la economía naranja, que contiene aquellos aspectos vinculados a: La cultura, el desarrollo tecnológico, creatividad, innovación y gestión del cambio permitiendo así impulsar el crecimiento integral del ser humano

que directamente proporciona índices altos de inyección monetaria a la economía de cada país, y esto lo podemos ver reflejado en países europeos en donde este sistema económico se ha venido desarrollando.

Lo anterior se puede definir como una revolución y encaminamiento hacia lo verdaderamente necesario e importante y que está vinculado directamente a una maximización del beneficio económico que repercutirá positivamente en los países, y es que la economía naranja le proporciona la oportunidad al ser humano de invertir en sí mismo y por ende de ser una de las economías que cada vez genera mayor demanda, siendo así la impulsadora y desarrolladora del surgimiento de 29,5 millones de empleos, siendo una cifra que anima a potencializar estos temas culturales de forma más constante (E&N, 2016). En ese sentido, hay que tomar en cuenta que “la cultura y los bienes o servicios directamente relacionados con la creatividad representan un 3% del PIB mundial, más que lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones o economías nacionales como la alemana.” (E&N, 2016, párr. 22).

Lo anterior demuestra cómo actividades de índole inverosímil generan en su totalidad un crecimiento económico, principalmente creativo e innovador. Hoy en día por ejemplo, muchos países han implementado “start-ups” y “hubs” (centros) de emprendimiento que conllevan a la creación de nuevas ideas y la postulación de las mismas en una sociedad que necesita de aquel capital intelectual, el cual promueva cursos de acción positivos, siendo una forma por la que las personas puedan involucrarse en la creación de conceptos, ideas y acciones

que permitan incrementar el índice de desarrollo humano.

América Latina es una región con una cultura sumamente rica, y esa es una de sus mayores cartas para seguir apostando a este sector y demostrarle al mundo el impacto de las industrias creativas y culturales en nuestra calidad de vida. (E&N, 2016, párr. 1)

Y es que el hecho de pertenecer a lugares en donde predomina la riqueza natural e intelectual permite que aquellos países pertenecientes a la Alianza del Pacífico ocupen un lugar importante en aspectos culturales. Esto debe generar una nueva forma de direccionar la economía en vías alternativas, creativas y disruptivas, y un claro ejemplo son aquellas cifras que evidencian que esta economía contribuye al PIB en los países de la Alianza del Pacífico de la siguiente manera: Chile 1,6%, Colombia 3,3%, México 4,8% y Perú 2,7% (BID, 2016).

Como se aprecia, el aporte de la economía naranja al PIB aún es muy bajo en la integración regional mencionada, aunque algunos países están fomentándola con resultados parcialmente favorables. Asimismo se deduce que las economías de dichos países se basan aún en actividades tradicionales como las extractivas, productivas, mercantiles y servicios. Además contribuye a la creación de empleos, que se dan con un impacto de 11% en México, en Colombia 4,5%; en Perú 4,9% y 2,3% en Chile (BID, 2016).

Se observa también que el aporte a la empleabilidad es mayor al del PIB, por lo cual se deduce que aunque muchas perso-

nas están involucradas en dicho rubro, la generación de ingresos no se da en la misma proporción. Esto quiere decir, que la distribución de la riqueza es poco equitativa y dicho sector aún no resulta atractivo para los inversionistas por presentar menor rentabilidad.

Por otro lado, existen variables que permiten entender cómo este tema está tomando fuerza e impulso a diferencia de otras industrias, pues se ve “que en Colombia ya ocupa 1,1 millones de personas y que las exportaciones de publicidad superan en 1,5 veces las de tabaco, mientras las de artesanías están por encima de las de energía eléctrica” (Duque, citado en E&N, 2016), señalando que es de vital importancia poner cartas en el asunto y actuar en pro del surgimiento de una sociedad que gestione e imponga el conocimiento como elemento de valor

Las consecuencias sobre los estilos de vida originados por los cambios en los entornos que rodean a las personas las afectan de manera positiva o negativa, según cómo cada ser humano desde su perspectiva, se adapta a dichos cambios. Un ejemplo claro de esto es la adicción al uso de dispositivos electrónicos por arte de los individuos, aunque también existe la utilización y aprovechamiento de las TICs en diversos sectores de la sociedad como por ejemplo la educación.

Latinoamérica, debido al gran arraigamiento a su rica cultura ancestral, tiene connotada influencia en la percepción de los cambios por parte de las personas, principalmente en las de mayor edad, en las cuales, adaptarse a nuevos estilos de vida

les resulta totalmente contraproducente porque la sociedad en la cual han crecido era aún más tradicionalista. En cambio, los jóvenes, especialmente los llamados “*millenials*”, han crecido en el seno de una sociedad en constante cambio, por ende, estos, siendo fieles a su cultura en diversas manifestaciones han sabido aprovechar y adaptarse a los cambios que la sociedad les ha venido presentando.

Conclusiones

Los cambios en el macro entorno, que abarca los aspectos económico, social, cultural y tecnológico, impactan favorable o negativamente sobre el ser humano y en consecuencia sobre sus estilos de vida.

El impacto sobre la calidad de vida del ser humano desde un punto de vista de consumidor, así como global, no resulta del todo favorable a su realización, ya que se ha demostrado que el nivel de vida no necesariamente está vinculado directamente con la primera, incluso, llegando a ser contrapuesta. Por tal razón, mediciones internacionales como el IDH, no presenta una verdadera valoración acerca del desarrollo humano integral, el cual debe estar en función de la calidad de vida de las personas y no del nivel de vida.

Esta visión sesgada genera error en la adecuada interpretación de la verdadera situación de los pobladores de los diversos países en el mundo y, particularmente, en los que conforman la Alianza del Pacífico; dado que se puede cubrir las necesidades que influyen en el nivel de vida, sin embargo, el verdadero desarrollo humano es generado por la cobertura de necesidades que promuevan la autorrealización y trascendencia de los seres humanos a lo largo de su vida.

La cultura de los países latinoamericanos y en particular, en los que forman parte de la Alianza del Pacífico, ejerce influencia sobre la postura de las personas frente a los cambios. Un aspecto dentro de estos cambios está referido a la creación e impulso de la economía naranja, dentro de la cual se encuentra aspectos culturales, de innovación, promoción del capital intelectual, entre otros, los cuales actúan en pro del bienestar de la sociedad.

Referencias

- Angulo, N. (2010). Pobreza, medio ambiente y desarrollo sostenible. “*Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*”, 26, 33-42.
- Ardila, R. (2003). Calidad de vida: Una definición integradora. “*Revista Latinoamericana de Psicología*”, 35, 161-164.
- Arellano, R. (2001). “Estilos de vida en el Perú. Cómo se sienten y piensan los peruanos del siglo XXI”. Lima: Planeta.
- Arias, W. L.; Masías, M. A.; Muñoz, E. y Arpasi, M. (2013). Espiritualidad en el ambiente laboral y su relación con la felicidad del trabajador. “*Revista de Investigación*”, 4, 9-33.
- Banco Mundial. (2016), “El Banco Mundial/ Datos/ Usuarios de internet por cada 100 habitantes”. (Documento en formato html). Recuperado el 7 de junio de 2016 de: <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2/countries/iW-CO-PE-CL-MX?display=graph>

- BID. (2016). “La economía naranja. Una oportunidad infinita” (Documento en formato pdf). Recuperado el 14 de junio de 2016 de: <https://publications.iadb.org/bitstreams/handle/11319/3659/la%20economia%20naranja%3a%20una%20oportunidad%20infinita.pdf;jsessionid=6780c360F52012A8321AD96DD595A5?sequence=4>
- Chatuverdi, S. K. (1991). What is important for quality life to indians in relation to cancer? “Social Science and Medicine”, 33, 91-94.
- E&N. (2016), “Economía naranja genera 3% del PIB mundial (y 29,5 millones de empleos)”. (Documento en formato html). Recuperado el 10 de junio de 2016 de: <http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/920947-30/econom%c3%Ada-naranja-genera-3-del-pib-mundial-y-295-millones-de-empleos>
- Malhotra, N. (2008). “Investigación de Mercados”. México: Pearson Educación.
- Nielsen N. V. (2013). “Nueva era, nuevo consumidor. Cómo y por qué compramos alrededor del mundo”. (Documento en formato pdf). Recuperado el 7 de junio de 2016 de: <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/mx/reports/2013/NUEVA%20ERA%20NUEVO%20CONSUMIDOR-REPORTE%202013.pdf>
- ONU. (1961). “Definición y medición internacional del nivel de vida – Guía provisional”. (Documento en formato PDF). Recuperado el 8 de junio de 2016 de: http://unstats.un.org/unsd/publication/serie/se/serie_cn3_270_revis.pdf
- Pérez, L. (2004). “Marketing social, teoría y práctica”. México: Perason Educación.
- Schiffman, L. (2010). “Comportamiento del consumidor”. México: Pearson Educación.
- United Nations Development Program (UNDP) (2016). “Trends in the human development index, 1990 -2014”. (Documento en formato html) Recuperado el 10 de junio de 2016 de: <http://hdrundp.org/es/composite/trends>
- Valdez, R. (2015), Impacto sociocultural de la actividad mercadológica en el ser humano y la sociedad. “Illustro”, 6, 37-48.
- Wong, C. (2012). “Estilos de vida”. (Documento en formato PDF). Recuperado el 8 de junio de 2016 de: <https://saludpublica1.files.wordpress.com/2012/08/estilos-de-vida-2012.pdf>

Recibido: 27-06-2016

Aceptado: 10-03-2017

EFFECTOS DE LA INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTORES ORGÁNICOS DE AREQUIPA

EFFECTS OF INNOVATION IN THE ORGANIC PRODUCERS OF AREQUIPA

Anatolia Hortencia Hinojosa Pérez

Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú

Resumen:

El objetivo de este estudio fue conocer los efectos de la innovación, transferidos a través de los Centros de Innovación Tecnológica (CITE), a los productores orgánicos de Arequipa. Fueron evaluados 68 productores orgánicos, de los cuales el 62,90% son mujeres, con un rango de edad entre 24 y 64 años, y una edad promedio de 44 años, el 62,91% tiene nivel de instrucción de primaria y secundaria, el 41,93% de las familias tienen entre 4 y 5 miembros en su familia, y el 38,71% solo tienen a 2 miembros de la familia que trabajan en la unidad productiva. Se utilizaron instrumentos como un cuestionario para conocer los efectos de la innovación, una entrevista no estructurada e información estadística del Gobierno Regional de Arequipa. Los resultados señalan que la innovación de productos, de procesos, así como la innovación organizacional y marketing, tiene efectos positivos en el nivel de productividad (que tiene el fin de incrementar la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos), en el incremento de los ingresos, en la generación de empleo de calidad, mejorando la calidad de vida, no solo de los productores orgánicos, sino también ser ejemplos de la vida real para acrecentar la sostenibilidad económica, social y ambiental. No se ha encontrado relaciones significativas entre el gobierno y los productores orgánicos.

Palabras clave: Innovación, productores orgánicos, Centro de Innovación Tecnológica, políticas de innovación.

Summary:

The objective of this study was to know the effects of the innovation, transferred through the Centers of Technological Innovation (CITE), to the organic producers of Arequipa. A total of 68 organic producers were evaluated, of which 62.90% were women, ranging in age from 24 to 64 years, and a mean age of 44 years, 62.91% have primary and secondary education levels, 41.93% of families have between 4 and 5 members in their family, and 38.71% have only 2 family members who work in the productive unit. We used instruments such as a questionnaire to know the effects of the innovation, an informal interview and statistical information of the Regional Government of Arequipa. The results indicate that product, process, organizational and marketing innovation have positive effects on the level of productivity (which has the purpose of increasing efficiency and effectiveness in the use of resources), in the increase of the income, the generation of quality employment, improving the quality of life, not only of the organic producers, but also to be real-life examples to enhance the economic, social and environmental sustainability. No significant relationships have been found between the government and organic producers.

Key words: Innovation, organic producers, Innovation Technological Center, innovation policy.

Introducción

A partir del año 2003, la economía peruana ha tenido altas tasas de crecimiento 6.6% promedio y tuvo una reducción de la pobreza monetaria de 35%. Sin embargo, pese a haber desarrollado un entorno macroeconómico favorable, el Perú convive con indicadores que muestran un bajo nivel de innovación, una productividad muy baja y heterogénea, altos niveles de desigualdad de ingresos y una cesta exportadora con poca diversificación y aglutinada en recursos naturales. A nivel de la empresa, la productividad está concentrada en las firmas grandes –que son relativamente pocas–, mientras que existe un grupo amplio de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) poco productivas especialmente en el sector agrícola (Ministerio de la Producción, 2014).

Con respecto a los productores orgánicos en la región Arequipa, diremos brevemente que son parte de un ecosistema, donde la gestión de la producción fomenta y mejora la salud, pero por falta de capacidad de innovación tecnológica (Arriaga, 2014), no aprovechan aún la demanda mundial creciente de productos ecológicos, por falta de productividad y competitividad. En cuanto al Centro de Innovación Tecnológica CEPRORUI El Taller, éste opera desde el año 2003, promoviendo la innovación que viene impulsando la competitividad agroindustrial de la región (García, 2015).

En ese sentido existe un vacío conceptual que se pretende cubrir con este estudio, debido a que no se cuenta con estudios sobre los efectos de la innovación en los productores orgánicos de la Región

Arequipa. Pretendemos demostrar que la producción ecológica urge de apoyo y, es un freno a la continua migración, y que además, viene demostrando en la vida real cómo incrementar la sostenibilidad económica, social y ambiental de un país (Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos [COAG], 2006).

Carazo (2007) explica que la innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios, procesos y prácticas con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y competitividad de las MIPYME. Por su parte Gómez y Calvo (2012), Fernández (2005) y el Manual de Oslo OCDE (2005), consideran cuatro tipos de innovación: Innovación de productos, Innovación de procesos, Innovación de la organización e Innovación de marketing. La importancia de la actividad de innovación, radica en que tiene un efecto positivo en el crecimiento económico y, es como el motor del progreso económico. En el Perú, en los últimos tres periodos presupuestales, se han destinado recursos a las acciones a favor de la ciencia, la tecnología y la innovación tecnológica (CONCYTEC, 2013), pues el año 2011 se invirtieron 15'283,400 de soles para este fin, mientras que el 2012, la suma fue de 17'600,854, y el 2013 de 45'803,669 soles.

Los Centros de Innovación Tecnológica (CITE), según el (Instituto Tecnológico de la Producción, 2015), los define como “el socio tecnológico de las empresas para promover innovaciones que permiten añadir mayor valor agregado y dar cumplimiento de las normas técnicas, las buenas prácticas y otros estándares de calidad e higiene” (p.1). Los servicios tecnológicos brindados

por los CITE contribuyen a incrementar la producción, el valor agregado, los ingresos por ventas, así como a consolidar el empleo de calidad.

Según la FAO (2015), los productores orgánicos son los que tienen la “capacidad de producir alimentos mediante la gestión de los recursos locales sin tener que usar insumos externos o sistemas de distribución de alimentos de los que tienen poco control y a los que tienen poco acceso”. Es así que, la producción agraria ligada al territorio podrá subsistir y contrarrestar la tendencia de la desaparición de los productores del campo y al desdoblamiento del medio rural, siendo necesario para ello, elevar su productividad que, para Medina (2010), es “la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad” señala que tiene el propósito de incrementar la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos.

Aspectos metodológicos

Aplicamos el método de estudio de caso, respecto a la cual Martínez (2006) argumenta que se trata de una metodología cualitativa que “se ha convertido en la base del desarrollo germinal de las teorías que configuran el campo de la empresa” (p. 174). Asimismo, se ha administrado dos instrumentos, un cuestionario a 68 productores orgánicos de Arequipa, siendo la población de estudio conformada por 120 productores orgánicos, de siete distritos rurales al sur este de Arequipa: Chiguata, Quequeña, Pocsi, Polobaya, Yarabamba, Mollebaya, en la zona de Pachacutec, en el distrito de Cerro Colorado (Sotta, s.f). Los sujetos participantes fueron escogidos mediante

la técnica de muestreo probabilístico estratificado, con edades entre los 25 y 70 años de edad, con propiedad de tierras que van entre los 0.08 Ha a 5 Ha. El cuestionario consta de 20 ítems, el mismo que ha sido validado por juicio de expertos y validez de criterio.

Asimismo, se realizó una entrevista personal no estructurada a algunos productores orgánicos, a representantes del gobierno y al Director del CITE CEPRORUI El Taller. También, se ha utilizado el método de observación directa estructurada, revisión de documentos y de datos estadísticos relacionados con el fenómeno estudiado, entre otros. Los datos se recogieron entre los meses de noviembre y diciembre del 2015 y fueron procesados en el programa SPSS versión 16.0.

Resultados

Presentamos los resultados en base a la encuesta realizada a los productores orgánicos. Se tiene que el 62,90% de los encuestados son mujeres. En lo referente a la edad, los que tienen entre 34 a 63 años concentran el 69,35% de la muestra encuestada. En cuanto al nivel de instrucción, el 62,91% tiene primaria y secundaria. Igualmente los resultados muestran que el 41,93% de las familias tienen entre 4 y 5 miembros en su familia, y el 38,71% solo tiene a 2 miembros de la familia que trabajan en la unidad productiva. Respecto al tipo de vivienda, en el 2008 el 56.45% eran de adobe, mientras que en el 2015 disminuye en 35.48%. Las casas con material noble, el 2008 representan el 37.10% y el 2015

umentan al 59.68%. También se observa que el 87,10% afirman que ha recibido capacitación de parte del CITE, igualmente el 75,85% ha recibido asistencia técnica. Se observa también que el 70,97% se ha beneficiado del proceso de reconversión a la producción orgánica.

El presente estudio, demuestra que la experiencia de organizar la oferta orgánica, ha surtido efectos óptimos, pues según refieren los encuestados, se han instalado “pequeñas parcelas piloto, donde se validaron el cultivo de hortalizas como: lechugas, apios, porros, acelgas, zanahorias, rábanos, nabos...”, y se ha implementado nuevas tecnologías, donde “aprendimos a aplicar abonos e insumos orgánicos, el manejo y control de plagas y enfermedades y la siembra en forma escalonada de las hortalizas en zonas alto andinas”.

Asimismo, se ha conseguido mejorar la estructura de la organización, con la instalación de dos centros de acopio que les permitió dar valor agregado, mejora de la calidad y la presentación final de sus productos para la venta. Igualmente, la implementación del canal comercial les facilitó su participación quincenal en la feria “Verde Thani”. Al respecto, una asociada declara: “Antes mi producto se malograba en el campo y me propuse venderlo yo misma y así aumenté mis ingresos”. Igualmente, otra asociada manifiesta: “Para mi Verde Thani es brindar salud y vida al público consumidor, también nosotros estamos sanos porque comemos natural, además Verde Thani es una familia porque cada sábado estamos juntos...”.

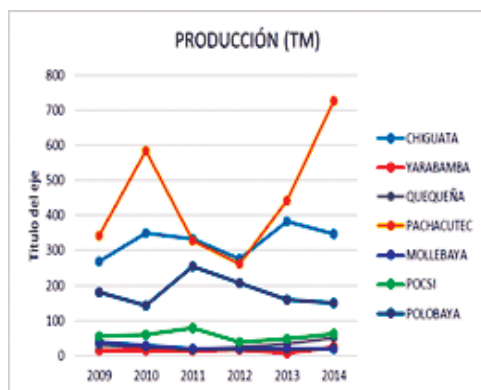


Figura 1.

Producción en TM (GRA, 2015)

Según el Director del CITE CEPRORUI El Taller, señala que a través del Centro de Innovación Tecnológica CITE que dirige se ha apoyado en la innovación de productos, de procesos, organizacional e innovación de marketing, logrando elevar la productividad en un 50%, consiguiendo el aumento del ciclo productivo anual de uno a tres, reduciendo los desperdicios en 15%, mejorando el rendimiento por hectárea y aumentando el ingreso de los pobladores en un 100%.

Por otro lado, el representante de la Municipalidad del distrito de José Luis Bustamante y Rivero, sostiene que apoya estrategias para la apertura de la “Feria Verde Thani”, dando permisos para su funcionamiento en parques y avenidas del distrito. Por su parte el representante del Ministerio de la Producción manifiesta que actualmente vienen aplicando el Plan Nacional de Diversificación Productiva implementando CITE Públicos y que por ahora no cuentan con presupuesto para apoyar a los CITE privados como es el caso de CITE CEPRORUI el Taller.

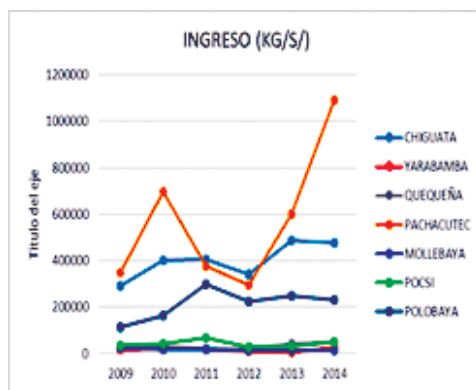


Figura 2.

Ingresos (GRA, 2015)

En base a datos estadísticos de la campaña agrícola, de la Gerencia Regional de Agricultura (2015), se ha demostrado que la producción en toneladas métricas (ver Figura 1) de productos orgánicos como las hortalizas, tiene altibajos durante el periodo 2009 al 2015, pero con una tendencia creciente. También se observa en la Figura 2, que los ingresos en los siete distritos que conforman la unidad de estudio tienen tendencia creciente al igual que la producción.

Conclusiones

Podemos concluir señalando que los productores orgánicos que se han capacitado, que han recibido asistencia técnica y se han favorecido con la reconversión a la producción orgánica la mayoría son mujeres con una edad promedio de 44 años, y con un nivel de instrucción de primaria y secundaria. Podemos observar también que uno de los efectos de la innovación es la mejora de su tipo de vivienda, por consiguiente una mejora en el nivel de vida.

Asimismo, se observa que los productores orgánicos, gracias a la innovación de productos, procesos, la innovación organizacional y la innovación de marketing, transferida por el CITE CEPRORUI el Taller, han innovado en la organización de la oferta orgánica, en la planificación de la producción, en la implementación de nuevas tecnologías, en la instalación de dos centros de acopio y en la implementación de canales comerciales con una estrategia de promoción y comercialización de productos orgánicos; con efectos positivos en el nivel de productividad, en el incremento de los ingresos y en la generación de empleo de calidad para mejorar los niveles de vida de los productores orgánicos.

Referencias

- Arriaga E. (2014). "Estudio de los hábitos de consumo de productos ecológicos de los habitantes de Tierra Estrella". España: Universidad Pública de Navarra.
- Carazo, I. (2007). "Centros de Innovación Tecnológica, un desafío para la microempresa". Perú: MITINCI.
- CONCYTEC (2013). "CONCYTEC: Nuevos tiempos para la CTI, Memoria anual 2012-2013. Lima". (Documento en formato html). Recuperado el 23 de febrero del 2016 de: <http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/CONCYTEC/22/1/memoria-institucional-CONCYTEC-2012-2013.pdf>
- Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) (2006). "De la producción convencional a la ecológica". España, Madrid: COAG.
- García A. (2015). "Revisión de documentos y encuesta". (Documento en formato html). Recuperado el 17 de mayo del 2016 de: <https://mail.google.com/mail/u/1/#search/agarcia%40eltaller.org.pe/14e939c187422c55>
- Gerencia Regional de Agricultura. (2015). "Campaña Agrícola Regional". Arequipa: Gobierno Regional.
- Gómez, A. y Calvo, J. (2012). "Innovación: Factor Clave del Éxito Empresarial". Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fernández, E. (2005). "Estrategia de Innovación". España: Thomson.
- Instituto Tecnológico de la Producción ITP (2015). "Los Centros de Innovación Tecnológico (CITE)" (Documento en formato html) Recuperado el 15 diciembre 2015 de: <http://www.itp.gob.pe/index.php/informacion-de-cite>
- Manual de Oslo (2005). "Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación". Tercera Edición. Comunidad Europea: OCDE y Eurostat.
- Martínez, P. (2006). El Método de estudio de Caso, Estrategia Metodológica de la Investigación Científica. "Pensamiento y Gestión", 20, 165-193.
- Medina, J. (2007). "Modelo Integral de productividad una visión estratégica". Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.

Ministerio de la Producción (2014). "Plan Nacional de Diversificación Productiva. Nuevos Motores para el Desarrollo del País". Lima: Produce.

(Documento en formato html). Recuperado el 08 de enero de 2016: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq7/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2015). "Por un Mundo sin hambre, Organic Agriculture".

Sotta, N. (s.f). "Comercialización de Hortalizas Orgánicas en Arequipa, una experiencia de pequeños productores alto andinos". Arequipa: El Taller.

Recibido: 30-12-2016

Aceptado: 23-04-2017

ILLUSTRO

REVISTA DE INVESTIGACIÓN CONTABLE, FINANZAS Y GESTIÓN

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

Definición de la revista:

La revista *Illustro* del Grupo de Investigación Contable de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Católica San Pablo, es una publicación anual cuyo objetivo es brindar información actualizada, y ser un ámbito mediante el cual se busca compartir las investigaciones en materia contable y afines, que se realizan en la Universidad Católica San Pablo. A través de ella se difunden investigaciones y revisiones teóricas, preferentemente de la Escuela Profesional de Contabilidad de la UCSP y de profesionales de ciencias afines, internos y externos a nuestra universidad.

Presentación y revisión de artículos:

- La revista *Illustro* acepta para su publicación artículos de investigación teórica o de campo en idioma español y que son trabajos originales, dentro del marco de la contabilidad, finanzas, economía y gestión.
- Los trabajos deben de ser dirigidos al Editor Asistente de la revista *Illustro* a través del correo gfarfand@ucsp.edu.pe o, en físico y por triplicado a la oficina de Asistencia de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Católica San Pablo, sito Urb. Campiña Paisajista s/n Quinta Vivanco, Barrio tradicional de San Lázaro, Arequipa, Perú.
- Se debe consignar datos personales tales como nombres y apellidos, DNI, profesión, nacionalidad, ciudad, teléfono, correo electrónico, grados y títulos y trabajo actual. Los trabajos se presentan adjuntando una carta que resuma los aportes del mismo e indicando expresamente que es propiedad exclusiva de los autores, y que no está siendo, ni será revisado en otras revistas.

- El autor o los autores que envían sus trabajos, ceden sus derechos a la revista *Illustro*, de modo que no podrán publicarlos nuevamente, salvo con la autorización del Director y citando la fuente original de publicación.
- Una vez recibido el artículo se debe esperar la respuesta de acuse de recibo del Editor Asistente en el lapso no mayor a un mes. El trabajo presentado será remitido a un par de jueces, mediante el sistema de doble ciego, quienes enviarán su dictamen sobre el artículo durante los tres meses siguientes. Una vez recibido el dictamen, el Editor Asistente le informará al autor del artículo las apreciaciones hechas sobre su trabajo.
- El dictamen de los revisores puede ser de tres formas: aceptado, aceptado con modificaciones o rechazado. Los trabajos rechazados no podrán publicarse en la revista *Illustro*, los trabajos aceptados con modificaciones deberán subsanar las observaciones hechas por los revisores en el tiempo que se indique, pero de darse el caso, la demora en el envío del artículo corregido, puede retrasar o invalidar su publicación; mientras que los trabajos aceptados se publicarán sin modificaciones.

Formato de presentación:

Artículos de revisión:

Los artículos de revisión son trabajos de corte monográfico en los que el autor revisa y analiza teóricamente un tema con sentido crítico. Para ello el autor debe haber revisado como mínimo veinte fuentes acreditadas de información. El formato de presentación debe incluir un título que resuma en forma clara el tema tratado y la orientación del trabajo en doce (12) palabras, se incluirá un resumen en no más de 120 palabras y se identificarán de tres (3) a cinco (5) palabras clave como descriptores. El título, el resumen y las palabras clave deberán ser presentados en español e inglés.

Para el cuerpo del artículo, el autor tiene plena libertad de colocar los títulos y subtítulos que estime convenientes en función del tema tratado. Los trabajos deberán de presentarse según la norma APA (sexta edición) en letra Times New Roman, tamaño doce (12) a espacio y medio (1,5), con una extensión no mayor de treinta (30) páginas, en hoja A-4.

Artículos de investigación:

Los artículos de investigación, son reportes de investigación empírica, realizada en el ámbito de la contabilidad y ciencias afines, que se han basado en el trabajo de campo para la recolección de la información. El formato de presentación debe incluir un título que resuma en forma clara el tema tratado y la orientación del trabajo en doce (12)

palabras. Se incluirá un resumen en no más de 120 palabras y se identificarán de tres (3) a cinco (5) palabras clave como descriptores. El título, el resumen y las palabras clave deberán ser presentados en español e inglés.

Para el cuerpo del artículo se debe contemplar en los trabajos los siguientes puntos: Introducción teórica, metodología, resultados, discusión y referencias. Los trabajos deberán de presentarse según la norma APA (sexta edición), en letra Times New Roman, tamaño doce (12) a espacio y medio (1.5), con una extensión no mayor de treinta (30) páginas, en hoja A-4

Consignación de referencias:

Libro:

Manzone, G. (2007). "La responsabilidad de la empresa". Arequipa: Universidad Católica San Pablo.

Capítulo de libro:

Alcover, C. M. (2003). Cultura y clima organizacional. En Gil, F. y Alcover, C. M. (comps.), "Introducción a la Psicología de las Organizaciones" (p. 387-414). Madrid: Alianza Editorial.

Artículo de revista:

Díaz, A.; Lorenzo, O. & Solís, L. (2005). Procesos de negocios de Pymes insertas en redes colaborativas. "Revista Latinoamericana de Administración", 34(1), 25-46.

Tesis de pre o postgrado:

Gamero, H. (2012). "La satisfacción laboral como dimensión de la felicidad en la ciudad de Arequipa". Tesis para optar el título de Administrador de Negocios. Facultad de Ciencias Económico Empresariales. Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

Ponencia de congreso:

Villacorta, A. (2012). "Las Normas Internacionales de Información Financiera: más allá del Costo Histórico". Ponencia de la *I Jornada de Normas Contable: Normas de Información Financiera*, organizada por el Programa Profesional de Contabilidad de la UCSP, 16 de noviembre, Arequipa, Perú.

Documento en versión electrónica:

García, A. (2003). “Discriminación de factores de estrés laboral entre ejecutivos y personal operativo en una micro empresa del Valle de México” (Documento en formato pdf). Recuperado el 1 de abril del 2011, de internet: www.colpamex.org/Revista/Art3/15.pdf

ILLUSTRO Revista de Investigación Contable, Finanzas y Gestión
se terminó de imprimir en
el mes de junio de 2017, en JOSHUA V&E S.A.C.
(RUC: 20600495101), Calle Angamos N° 118 Urb. María Isabel Arequipa – Perú.

