



Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
Centro Interdisciplinario de Posgrados.
Investigación y Consultoría.
Departamento de Ingeniería y Tecnologías de Información

Título de la investigación:

Propuesta de un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando tres ejes rectores que son el financiero, el espiritual y el emocional.

Tesis que para obtener el Grado de Doctor en Planeación Estratégica
y Dirección de Tecnología

Presenta
Ricardo Ivan Vera Ugarte.

Puebla, México.



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Centro Interdisciplinario de Posgrados

Investigación y Consultoría

Departamento de Ingeniería

Doctorado en Planeación Estratégica

y Dirección de Tecnología

Se aprueba la Tesis:

**Propuesta de un modelo estratégico para la toma de decisiones
personales y profesionales, utilizando tres ejes rectores que
son el financiero, el espiritual y el emocional.**

Ricardo Ivan Vera Ugarte.

Comité Asesor

Dr. José Pablo Nuño de la Parra
Director de Tesis

Dr. José Héctor Vicente Meneses Galván
Asesor

Dra. Virginia Aguilera Santoyo
Asesora

Puebla, México.

31 de Octubre de 2016

DEDICATORIA.

La investigación la cual desarrolle tiene una dedicatoria muy especial a Dios nuestro señor, sin él no hubiera podido terminar la tesis doctoral, en momentos difíciles en los cuales no pensaba concluir este trabajo, siempre se manifestaba de maneras que nunca imagine. Al apoyo incondicional de mis padres los cuales les agradezco de manera infinita siempre estar en todos los momentos de mi vida, ahora mi Padre no está físicamente con nosotros pero su espíritu siempre estará presente. Mi madre la cual me ha apoyado siempre en todo lo que he deseado emprender, quien me impulsa a seguir con mis metas.

A mi hermana la cual me ha ayudado en momentos difíciles, desde la licenciatura hasta este doctorado, a mi cuñado Erick el cual también ha estado en momentos cruciales en el desarrollo de la tesis. A Luca mi sobrino el cual con una sonrisa o abrazo que me dé, me da una energía la cual me permite seguir adelante.

A Pablo Nuño, mi director de tesis quien le dio rumbo a este trabajo de investigación, gracias por permitirme desarrollar este trabajo. Sin su apoyo no hubiera podido culminar este gran pasó en mi vida personal y profesional.

Dr. Héctor Meneses, el impartió la materia de Misión y Liderazgo en la cual mi visión de vida cambió drásticamente para ser un mejor ser humano.

Dra. Virginia Aguilera ha dedicado tiempo a la tesis, gracias por todo su apoyo y correcciones en este trabajo.

Dra. Betty Pico, gracias por todo apoyo durante el tiempo que estuve en el programa de Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología.

AGRADECIMIENTOS.

Gracias a Dios que permitió terminar este proceso tan importante en mi vida laboral, académica y personal. Se culminó entregando una investigación la cual no fue sencilla, hubo momentos de incertidumbre en que el rumbo no estaba definido, pero él me abrió puertas y conocí personas las cuales me ayudaron para concluirla. A mis padres los cuales siempre me apoyaron incondicionalmente durante el proceso de cursar las asignaturas y en el proceso de la investigación. Mi hermana y su familia, la cual me echaban porras en los momentos difíciles de la investigación en ocasiones estaba perdido sin rumbo, ellos siempre estaban atrás preguntando en que me podían ayudar.

Pablo muchas gracias por ser mi director de tesis, en creer en mi idea, plasmarla en la investigación final en un documento que pueda ayudar a otras personas. Dr. Héctor quien imparte la materia de Misión y Liderazgo en la universidad, tuve un cambio en mi forma de pensar y ver las cosas con una visión más humana. Dra. Virginia por su apoyo en el transcurso del desarrollo de la investigación. Dra. Pico por ser un excelente ser humano, por apoyarme en mi formación académica, ser exigente cuando la situación ameritaba, gracias por estos años de conocerla.

A la UPAEP, por permitirme ser parte de ella durante este tiempo y la gran experiencia que tuvo al ser alumno de esta gran institución. A la gente que estuvo en el proceso durante este tiempo gracias por sus porras y ayudarme directamente e indirectamente.

ÍNDICE GENERAL.

Resumen.	IX
Abstract.	X
Introducción.	XI
Capítulo 1	1-10
1.1.- Planteamiento del problema.	1-2
1.2.- Propósito de la investigación.	2-3
1.3.- Objetivo general.	3
1.4.- Objetivos específicos.	3
1.5.- Justificación de la investigación.	4-5
1.6.- Alcances y limitaciones.	5-6
1.7.- Pregunta de Investigación.	6
1.8.- Viabilidad de la Investigación.	6-7
1.9.- Esbozo del Marco Teórico.	8
1.10.- Metodología de investigación.	8-9
1.11.- Resultados (a priori) esperados.	9
1.12.- Contribuciones originales esperadas.	10
1.13.- Impacto social esperado.	10
Capítulo 2	11-59
2.1.-Introducción.	11
2.1.1.-Teoría de la decisión.	11-12
2.1.2.-Toma de decisiones naturalista.	12-14
2.1.3.-Modelo de la participación del líder.	14
2.1.4.-El modelo Elsteriano de la racionalidad.	15
2.2.- El Proceso de toma de decisiones.	15-16
2.2.1.- Proceso de toma de decisiones.	16-17
2.2.2.- Participación en la toma de decisiones.	18-21
2.2.3.- Modelos para la toma de decisiones.	21
2.2.4.- Tipos de decisiones.	22-23
2.3.- Finanzas	24-26
2.3.1.- Decisiones financieras de los individuos.	26-27

2.3.2.- Planificación Financiera.	27-28
2.3.3.- Educación Financiera.	29-30
2.3.4.- Finanzas en el aspecto religioso.	30-31
2.4.- Espiritualidad.	31-32
2.4.1.- Confianza.	32-33
2.4.2.- Paz.	34-35
2.4.3.- Alegría.	35-36
2.4.4.- Dignidad.	36-37
2.4.5.- Respeto.	37-39
2.4.6.- Humildad.	39-41
2.5.-Estado emocional.	41
2.5.1.-Funciones de las emociones.	42
2.5.2.-Las emociones y el cerebro.	42-44
2.5.3.- Proceso emocional.	45
2.5.4.- Clasificación de las emociones.	46-48
2.5.5.- Inteligencia Emocional.	48-52
2.6.-Planeación.	52-54
2.6.1.-Planeación Estratégica.	54-56
2.6.2.-Planeación Estratégica Personal.	57-59
Capítulo 3. Metodología.	60-80
3.1.- Introducción.	60
3.2.- Alcances y enfoque de la investigación.	61-64
3.3.- Hipótesis.	64-66
3.4.- Muestra.	66-68
3.4.1.- Tipo de muestra.	68
3.5.- Diseño de la investigación.	69-70
3.5.1.-Cuestionario.	70-72
3.5.2.- Encuesta.	72-73
3.6.- Diagrama de Bloques.	73-75
3.6.1.- Modelo de decisiones.	75-76
3.7.- Prueba de Hipótesis.	77-78

3.8.- Anova.	78-79
3.8.1.- Anova de dos factores.	79-80
Capítulo 4. Resultados.	81-113
4.1.- Introducción.	81
4.2.-Modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales utilizando tres ejes rectores: financiero, emocional y espiritual.	81-85
4.3.-Resultados.	86-87
4.3.1.-Análisis del eje rector financiero.	87-94
4.3.2.-Análisis del eje rector Espiritualidad.	95-102
4.3.3.-Análisis del eje rector Estado emocional.	103-111
Capítulo 5.-Conclusiones.	114-119
5.1.-Aportaciones originales.	116-118
5.2.-Límites del modelo planteado.	118-119
5.3.-Recomendaciones para futuros estudios.	119
Referencias	120-126

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1: Metodología.	9
Figura 2. Teoría de la Decisión.	12
Figura 3. Proceso de toma de decisiones.	17
Figura 4: Posición Jerárquica del decisor.	23
Figura 5: Clasificación por métodos.	23
Figura 6: Proceso básico de Cuatro Pasos.	28
Figura 7: Emociones.	42
Figura 8: Cerebro Racional.	43
Figura 9: Cerebro Emocional.	44
Figura 10: Proceso Emocional.	45
Figura 11: Proceso de la administración estratégica.	53
Figura 12: Diseño anidados concurrentes de modelo dominante.	64
Figura 13: Diagrama General del Modelo de Decisiones.	83
Figura 14: Modulo 1 Finanzas.	83
Figura 15: Modulo 2 Espiritualidad.	84
Figura 16: Modulo 3 Estado Emocional.	84
Figura 17: Propuesta de Modelo.	85
Diagrama 1: Proceso de diseño de investigación.	62
Diagrama 2: Propuesta de modelo estratégico.	66
Diagrama 3: Diseño de Cuestionario.	70
Diagrama 4: Diagrama General de Metodología.	75

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Disponibilidad de Recursos.	7
Tabla 2. Modelo DECIDES.	13
Tabla 3: Formas de Participación.	18
Tabla 4: Cada tipo de participación en la toma de decisiones.	19-20
Tabla 5: Categorías de Planeación.	54
Tabla 6: Las 7 preguntas del planeamiento estratégico personal.	58
Tabla 7: Total de capillas en la ciudad de Puebla.	67-68
Tabla 8: Hipótesis Nula y Alternativa.	77
Tabla 9: Cuatro posibles resultados en una prueba de hipótesis.	78
Tabla 10: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	87
Tabla 11: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector financiero.	88
Tabla 12: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	89
Tabla 13: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje rector financiero.	90
Tabla 14: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	92
Tabla 15: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector financiero.	93
Tabla 16: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	95
Tabla 17: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector espiritual.	96
Tabla 18: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	97

Tabla 19: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje rector espiritual.	98
Tabla 20: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	100
Tabla 21: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector espiritual.	101
Tabla 22: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	103
Tabla 23: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector estado emocional.	104
Tabla 24: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	105
Tabla 25: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje estado emocional.	106
Tabla 26: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	107
Tabla 27: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector estado emocional.	108
Tabla 28: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.	109
Tabla 29: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector estado emocional.	110
Tabla 30: Resumen de Resultados.	112-113

RESUMEN.

El propósito de este trabajo de investigación es una propuesta de diseñar un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando 3 ejes que son: la parte financiera, la espiritual y el estado emocional. La investigación se desarrolló en 5 capítulos, a continuación se hace un resumen de cada uno de ellos.

Capítulo 1.- Contiene la problemática con la cual se enfrenta el investigador, en este caso se desarrolló una propuesta de un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando los 3 ejes antes mencionados. Porque es importante desarrollar un modelo de toma de decisiones, cuales son los alcances y limitaciones. Cuál es la metodología de investigación que se utiliza, además que contribuciones tiene el proyecto y el impacto social.

Capítulo 2.- En este capítulo contiene la teoría, información de los 3 ejes a detalle para poder generar la propuesta del modelo estratégico de toma de decisiones. Los temas son los siguientes: Teorías de la decisión, Proceso de la toma de decisiones, Finanzas, Espiritualidad, Estado Emocional y Planeación.

Capítulo 3.- Metodología de la investigación, contiene la información de que tipo de experimento se aplicó, el proceso de desarrollo del cuestionario, la población y muestra con sus características, el lugar donde se aplicó la encuesta, el método estadístico para medir la confiabilidad del instrumento.

Capítulo 4.- Los resultados de la investigación, el método estadístico que se utilizó para validar los resultados este fue ANOVA. Las variables de cada eje del modelo de toma de decisiones, los cuales se evaluaron y arrojaron si hubo cambios en las vidas de las personas, en cada uno de los ejes antes mencionados.

Capítulo 5.- Conclusiones finales de la investigación, las aportaciones del trabajo, las limitaciones del modelo y las recomendaciones para estudios futuros relacionados con el tema.

ABSTRACT.

In this research, a proposal for a strategic model making personal and professional decisions is made using 3 main guidelines: financial, spiritual and emotional state. The thesis is composed of five chapters, which address the problem-planting, contributions and social impact of the research. The theoretical foundations of the 3 main guidelines already mentioned, for the proposed strategic model. The third chapter with the methodology which was used to develop the thesis, Cronbach's alpha that was used for measuring the instrument and reliability. The results of each variable in the above main guidelines. Final conclusions, original contributions and limitations of the model.

The process of model development decision-making was not easy, based on the design of the survey underwent several modifications. In early versions of the survey, the questions were not clear and concise for worshipers were too many questions and factors were unclear.

The most important contribution of this model of decision-making, is that human beings take into account other aspects in decision-making and not just financial. What every decision you make in professional or professional aspect is more integral using the other two main guidelines already mentioned, meaning that decisions are more humane, to take time to analyze each situation, although there will be times that cannot be by the urgency of the situation. That's why this proposed decision-making model is presented.

INTRODUCCIÓN.

El siguiente trabajo de investigación el cual está enfocado en la toma de decisiones personales y profesionales. Se hace una propuesta de un modelo estratégico de toma de decisiones utilizando tres ejes rectores que son: el financiero, espiritual y estado emocional. El ser humano toda la vida tiene que tomar diferentes tipos de decisiones, familiares, personales, profesionales, académicas, tratando de que estas sean lo más acertadas posibles y minimizar los posibles errores.

Cualquier toma de decisión puede impactar la vida de una, varias o miles de personas, no es una tarea sencilla, porque no agregar otros ejes en la toma de una decisión, no solo el aspecto económico, incorporando la espiritualidad y estado emocional. Un aspecto a destacar en la investigación es que el modelo se utilice para que las decisiones que se puedan tomar sean más razonadas, que en ellas no solo influya el aspecto de negocios, poder u otros temas relacionados con el dinero. Sea la decisión que se tome sea un poco más humana y tome otros aspectos de importancia quien tiene el poder de tomarlas y ejecutarlas.

La toma de decisiones no es un acto al azar, una elección entre alternativas, la idea no es tan sencilla como pueda parecer. La toma de decisiones es un proceso completo, complejo, que hay que tomar varios aspectos a considerar para que sea lo más acertada, reducir el error si es posible.

CAPÍTULO 1

PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN.

1.1.- Planteamiento del problema.

El ser humano durante la vida tiene que tomar diferentes tipos de decisiones — familiares, personales, profesionales, académicas— y tratar que estas sean lo más acertadas posible y minimizar los posibles errores. Por lo regular, estas decisiones tienen que ver con la parte económica, dejando a un lado la parte espiritual y el estado emocional, sin tomar en conjunto estos tres ejes para que el proceso de decisión sea integral.

Hay palabras claves en el proceso de toma de decisiones, estas son: tomar, decidir, juicio de valorar y pensamiento crítico.

La palabra tomar según el Diccionario de la Real Academia Española significa “Tomar resolución, resolver. Ponerse a ejecutar la acción o labor para la cual sirve un determinado instrumento”. La palabra decidir viene del latín decidiré (decidir), decidir una cuestión, tomar determinación de algo. El término juicio de valor se puede utilizar en un sentido positivo, significa que un juicio hace tomar un conjunto de valores en consideración, o en un sentido negativo, el desacreditar, significa un juicio hecho por capricho personal más bien que racional. El pensamiento crítico es una forma ordenada y lógica de pensar. El pensamiento crítico es una forma de pensar de manera responsable relacionada con la capacidad de emitir buenos juicios (Fundesyam, 2011).

Tomar decisiones es una actividad continua del ser humano en todos los órdenes de la vida. Elegir entre varias opciones puede ser una tarea muy simple, pero a veces resulta tan compleja que se convierte en una preocupación importante.

La toma de decisiones pone en juego numerosos procesos cognitivos, entre ellos el procesamiento de los estímulos presentes en la tarea, el recuerdo de experiencias anteriores y la estimación de las posibles consecuencias de las diferentes opciones. (Martínez, Sánchez, Bechara y Román, 2006)

En una sociedad globalizada en la cual el ser humano se desarrolla hoy en día, se escuchan términos como productividad, rentabilidad, competitividad y que los beneficios sean cada vez mayores. Gran parte de los ejecutivos toman decisiones con base en los factores económicos, de poder, de reconocimiento, de tener, sin importar muchas veces qué hay después o qué pueda suceder. Y lo más importante es que la empresa sea un éxito financiero.

Cualquier toma de decisión puede impactar la vida de una, varias o miles de personas, no es una tarea sencilla. ¿Por qué no agregar otros ejes en la toma de una decisión, no solo el aspecto económico, e incorporar la espiritualidad y el estado emocional? En algunas situaciones se toman decisiones incorrectas porque el ser humano no se encuentra bien en lo espiritual y el estado emocional, esto hace que las decisiones se tomen rápido sin ver muchos aspectos que en algún momento van a tener efectos negativos en esa decisión. El problema en general es que el ser humano solo utiliza ciertos criterios para la toma de decisiones. Se propone utilizar los tres ejes antes mencionados para la mejor toma de decisiones personales y profesionales.

El ser humano toma decisiones con rapidez para solucionar la situación en el presente únicamente. Lo hace sin tomarse un tiempo para evaluar mejor la situación porque no cuenta con el tiempo o no desea tomarlo, por lo general para el beneficio personal que puede ser lo más importante.

1.2.- Propósito de la investigación.

El propósito de este trabajo de investigación es una propuesta de diseñar un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando 3 ejes que son: la parte financiera, la espiritual y el estado emocional.

La parte financiera es importante en la toma de decisiones en lo personal y profesional porque muchas veces depende de qué manera se puede solucionar alguna situación. Es necesario evaluar la forma en que cada persona maneja sus finanzas ya que se puede estar en uno de los tres casos siguientes:

- Aquel que nunca se preocupa de sus asuntos financieros.

- Aquel que lo hace y dedica incluso tiempo, pero sin que las cosas terminen por salirle bien.
- Aquel que lo hace bien y tiene éxito. En este caso hay pocas personas que se pueden considerar exitosas, dependiendo de los criterios que se tenga para evaluar si alguien tiene éxito, como por ejemplo cuánto gana al mes, el número de empresas, entre otros indicadores financieros.

Hay que evaluar, preguntar, no tomar decisiones rápidas en las finanzas personales porque pueden tener un efecto negativo en el desarrollo personal y profesional (Raufast, 2011).

La naturaleza de la espiritualidad es singular, específica y personal; es incluso una dimensión que trasciende lo biológico, psicológico y social de la vida. Es un estado interno caracterizado por un sentimiento de integración con la vida y el mundo; es un proceso funcional dinámico que se desarrolla en la singularidad del sujeto y posteriormente se expresa en lo social, encontrándose asociado al bienestar físico y mental. La espiritualidad, entonces, se asume como la experiencia de lo divino. (Rivera y Montero, 2005)

El estado emocional personal usualmente se describe a través de expresiones como “me siento triste”, “siento una gran alegría”, mientras que describimos los procesos afectivos como “me da cariño”; “le doy mucha seguridad”, etc. Se alude básicamente a un proceso interno más que a una transmisión (Yankovic, 2011).

1.3.- Objetivo general.

Proponer un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando tres ejes rectores que son el financiero, el espiritual y el estado emocional.

1.4.- Objetivos específicos.

1. Plantear un modelo con los 3 ejes rectores: financiero, espiritualidad y estado emocional para la toma de mejores decisiones personales y profesionales.

2. Permitir que las personas identifiquen otros factores tales como el espiritual y el estado emocional para la toma de decisiones.
3. Las personas que utilicen el modelo puedan tomar decisiones más razonadas, que el aspecto económico no sea el factor de mayor peso en la toma de estas.

1.5.- Justificación de la investigación.

La toma de decisiones no es, ni mucho menos, un asunto tan simple con la combinación adecuada de una serie de factores y variables controladas, esto es, la aplicación de una fórmula matemática, como se ha venido haciendo con frecuencia en Economía. Se trata de tener en cuenta aquellos aspectos que resultan más relevantes para cada caso de los factores que intervienen singularmente en cada situación. Algunos de estos factores, son los siguientes:

- a) Los niveles de aspiración.
- b) Las expectativas que nos formamos sobre la base de los mismos.
- c) La atención puesta en los aspectos realmente relevantes de una situación.
- d) El conocimiento que tenemos acerca del asunto a tratar.
- e) La complejidad de la vida (González, 2003).

El proceso de toma de decisiones no es sencillo, es complicado como se menciona anteriormente, pues hay que tomar en cuenta varios aspectos, no solo se trata de listar las opciones y seleccionar una esperando que sea la mejor, o solo porque la persona piensa que es la mejor en ese momento. Se trata de razonar, calcular, visualizar a corto, mediano y largo plazo las consecuencias positivas y negativas de la decisión tomada; nadie puede estar seguro de que sea la decisión correcta, pero se puede reducir o minimizar el riesgo de error.

Hoy en día hay diferentes enfoques, técnicas, teorías, para tomar decisiones según sea lo más conveniente para cada persona. Esto puede ser en lo personal, familiar, profesional y en los negocios. Por lo regular estas decisiones están enfocadas en el aspecto económico o financiero de una empresa, familia, negocio familiar. La toma de una decisión equivocada puede tener un efecto negativo en el entorno de la persona, ya sea personal o profesional.

Al utilizar otro enfoque para esas decisiones que afectan a las personas que colaboran alrededor de empresas o compañías, se trata de ser más humanos y no tomar las decisiones solo por llegar a obtener una meta que a corto plazo podría ser muy gratificante, pero que en un mediano o largo plazo podría tener otro resultado no deseado.

El objetivo principal de utilizar la combinación de los 3 ejes rectores — financiero, estado emocional y espiritual— en la toma de decisiones personales y profesionales es que la decisión sea razonada y tenga un equilibrio para así minimizar el riesgo de que no sea la adecuada. La propuesta del modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales es para que cualquier persona lo utilice y tenga una herramienta que permita tomar otros 2 conceptos para que la decisión sea más integral y completa, ya que una decisión puede ser estratégica en el crecimiento personal y profesional.

Los aspectos sociales y humanos son importantes, los valores son diferentes en las personas, dependiendo de cada caso y las situaciones que se hayan vivido. Las decisiones que se tomen para obtener beneficios económicos, lograr un crecimiento de las empresas o posicionamiento en el mercado, pueden tener diferentes vertientes dependiendo del lado donde se encuentren las personas que están relacionadas. Lo relevante y esencial es que las decisiones que se tomen sean integrales, tomando en cuenta el efecto que pueden generar en las personas que están involucradas. Las personas que toman decisiones deben tomarse un tiempo para analizar cada situación, porque cada decisión que se toma es importante en el desarrollo personal y profesional.

1.6.- Alcances y limitaciones.

Los alcances del proyecto son los siguientes:

- Diseñar un modelo con un conjunto de estrategias para la toma de decisiones personales y profesionales utilizando tres ejes rectores: financiero, espiritual y estado emocional.
- La investigación está enfocada en personas sin restricciones de nivel educativo o creencias personales, ubicadas en la ciudad de Puebla.

- Las decisiones que tomen las personas sean más razonadas y que no se limiten únicamente al aspecto monetario.

Los límites son:

- Utilizar la palabra espiritualidad puede ser un obstáculo para las personas.
- Cambios en el modelo porque es posible que la gente no entienda la idea, no esté interesada o convencida.
- La posibilidad de que los candidatos no quieran participar porque los temas relacionados no sean importantes en su desarrollo personal y profesional.
- El presupuesto que se asigne a la investigación es un limitante financiero.

1.7.- Pregunta de Investigación.

¿Es viable mejorar la toma de decisiones del ser humano por medio de una propuesta de un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales utilizando los tres ejes rectores, que son el financiero, el espiritual y el emocional?

1.8.- Viabilidad de la Investigación.

El estudio es viable pero con ciertas restricciones como:

- La disponibilidad de recursos financieros no es tan extensa, la planeación debe ser estricta en la inversión y la manera en que se asigna a cada fase del desarrollo de la investigación.
- Un punto muy crucial es el recurso humano, puesto que la selección es muy importante para obtener suficiente información para el estudio, la recopilación, la manipulación y los resultados. Seleccionar a gente lo más confiable posible para iniciar y terminar la investigación con el mismo grupo y no hacer cambios durante el proceso.
- Los recursos materiales son suficientes para llevar a cabo la investigación, internet, equipo de cómputo portátil, encuestas, papelería y programas informáticos. Visitas a los negocios para recibir retroalimentación de las personas que están utilizando la metodología propuesta.

Tomando en cuenta estas restricciones que tiene el estudio es viable realizarlo, se tiene que hacer una planeación correcta y seguir con el plan de actividades diseñado para que la investigación sea un éxito.

Plan de acción:

- En cuestión de los recursos financieros, gestionar apoyos externos para complementar el presupuesto asignado, reducir los gastos y tiempos mediante la planeación correcta de cada fase del proyecto.
- La selección de la muestra es muy importante, es decir, las personas seleccionadas para poder llevar la investigación. La comunicación y la confianza son vitales para realizar el intercambio de información y aplicar la metodología. En caso de cualquier razón ajena a la investigación y no que puedan continuar en el proceso, se debe ubicar rápidamente a otros candidatos similares para continuar.
- Los recursos materiales, la planeación y la asignación del presupuesto son un punto importante para que no falte nada de lo antes descrito. Así como la contratación de dos personas para hacer encuestas y visitas a los negocios.

Tabla 1. Disponibilidad de Recursos.

Disponibilidad de Recursos	Acción y Avances
Información	Se están haciendo las gestiones con particulares, capillas y otros para iniciar la recopilación de información. Consulta de otras fuentes de información.
Financiero	Se cuenta con un presupuesto que se asignará según los recursos propios y beca del investigador. Gestión de apoyos externos y patrocinadores para la investigación.
Materiales	Se cuenta con un espacio de trabajo y los recursos materiales necesarios.
Humanos	Se contratarán 2 personas para hacer las encuestas en diferentes puntos de la ciudad de Puebla.

Fuente: Elaboración Propia.

1.9.- Esbozo del Marco Teórico.

1. Indicadores Financieros.
 - 1.1 Interpretación de los indicadores financieros.
 - 1.2 Los indicadores financieros como herramienta para la toma de decisiones.
 2. Espiritualidad.
 - 2.1 Conceptos de espiritualidad.
 - 2.2 Factores de la espiritualidad y toma de decisiones.
 3. Estado emocional del humano.
 - 3.1 Tipos de estados emocionales del individuo.
 - 3.2 Toma de decisión en base al estado emocional.
- Restricciones en la toma de decisiones en base al estado emocional.

1.10.- Metodología de investigación.

La metodología que se utiliza para esta investigación es la cuantitativa, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández y Fernández, 2006)

El proceso cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede brincar o eludir los pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. (Hernández y Fernández, 2006)

El proceso parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establece una hipótesis y determinan variables, se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (Hernández y Fernández, 2006)

Figura 1: Metodología.



Fuente: (Hernández y Fernández, 2010).

1.11.- Resultados (a priori) esperados.

Los resultados esperados son los siguientes:

- Que las decisiones que tomen las personas sean más completas, razonadas y tengan un impacto a mediano y largo plazo en su vida personal y profesional.
- Desarrollar el modelo estratégico de toma de decisiones.
- Que el trabajo de investigación pruebe que al utilizar los tres ejes se toman mejores decisiones personales y profesionales.

Que las personas tomen más tiempo para analizar y tomar las decisiones personales y profesionales.

1.12.- Contribuciones originales esperadas.

Las contribuciones esperadas son las siguientes:

- Desarrollar un modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales.
- Difundir el documento para compartir las experiencias del proceso de la investigación, para que la gente tenga un mayor conocimiento del proceso de toma de decisiones.
- Por medio del modelo estratégico generar mejor planeación en el ámbito personal y profesional, reduciendo el riesgo de la decisión.
- Generar un momento de reflexión para las personas, antes de tomar una decisión precipitada.

1.13.- Impacto social esperado.

Al desarrollar este tema de investigación se obtendrán elementos para la mejor toma de decisiones personales y profesionales.

- Que las personas que utilicen el modelo de toma de decisiones personales y profesionales no utilicen únicamente el aspecto financiero, sino que utilicen los otros dos ejes rectores —espiritual y estado emocional— para tomar la decisión, según sea el caso.
- Que las personas que tienen el poder de tomar decisiones en el aspecto personal y profesional se tomen un tiempo para analizar la situación y las consecuencias de la decisión. Esto utilizando el modelo de toma de decisiones, para que estén en un equilibrio emocional y espiritual, que no sean tomadas por enojo, tristeza, euforia, porque eso puede afectar el resultado de las decisiones.
- Integrar el modelo de toma de decisiones para que las personas puedan utilizar la herramienta en su vida diaria.
- Esto al difundir el modelo utilizando las herramientas como las redes sociales, el blog relacionado con el tema, y solicitar a las universidades, instituciones de educación media superior y empresas ofrecer pláticas sobre el modelo.

CAPITULO 2.

MARCO TEÓRICO

2.1.-Introducción.

El capítulo contiene el marco teórico en cual se basó la investigación, en la primera sección de este se establecen modelos de toma de decisiones, la teoría de la decisión, los criterios de decisión, el proceso de toma de decisiones y los tipos de decisiones.

En la segunda sección del capítulo se establecen las características de las finanzas, los tipos de decisiones personales y de empresa, la importancia de la planificación financiera, la educación financiera, entre otros conceptos.

En el tema de la espiritualidad y el concepto se describen los valores tales como: confianza, paz, alegría, dignidad, respeto y humildad en la tercera sección de la investigación.

El estado emocional, las funciones y los tipos de emociones, la relación que tienen estos con el cerebro. Los procesos emocionales, clasificación de las emociones, el procesamiento de estas.

La última sección trata de la planeación estratégica, el concepto, la definición, las categorías, el análisis y la elección de estrategias y la planeación estratégica personal.

2.1.1.-Teoría de la decisión.

La teoría de la decisión se ocupa de analizar cómo elige una persona aquella acción que, de entre un conjunto de acciones posibles, le conduce al mejor resultado dadas sus preferencias (Aguiar, 2004).

En la siguiente figura, se muestra de manera resumida el panorama de la teoría de la decisión. Así como las definiciones de los conceptos utilizados en la figura.

- Teoría paramétrica de la decisión (o teoría de la decisión, sin más) aborda la naturaleza formal de las decisiones individuales y analiza criterios diversos de decisión a tenor del contexto informativo en que se desenvuelva el individuo (Aguiar, 2004).

- Teoría de juegos, a su vez, analiza las decisiones individuales que se ven influidas no sólo por la información contextual disponible, sino por las decisiones de otros (Aguilar, 2004).
- Teoría de la elección social estudia y propone criterios para agregar funciones individuales de decisión en una sola función social de decisión o función de elección social (Aguilar, 2004).

Figura 2. Teoría de la Decisión.



Fuente: (Aguilar, 2004).

2.1.2.-Toma de decisiones naturalista.

Una contribución importante de la toma de decisiones naturalista (Naturalistic Decision Making o NDM) es que la comunidad ha descrito cómo las personas toman decisiones en el mundo real. Esta afirmación puede parecer extraña porque los investigadores de decisiones habían conducido experimentos y desarrollado modelos décadas anteriores a la aparición de la NDM en 1989. Sin embargo, la investigación ha identificado principalmente maneras óptimas de tomar decisiones (definidas como opciones entre alternativas) en entornos bien estructurados que podrían ser cuidadosamente controlados (Klein, 2008).

El movimiento NDM cambió nuestra concepción de toma de decisiones humanas desde un enfoque general del dominio independiente a uno basado en el conocimiento ejemplificado por los tomadores de decisiones que tienen experiencia considerable (Klein, 2008).

El proceso de toma de decisiones se amplió para incluir una previa etapa de la percepción y el reconocimiento de las situaciones, así como la generación de respuestas apropiadas, no solamente la elección de entre las opciones dadas. Esta perspectiva tomó ventaja de los avances en el plano de la psicología cognitiva, como la representación del conocimiento como conceptos de guiones, esquemas y modelos mentales, para contrastar al experto frente a la conducta del principiante. Las exigencias de la investigación de la NDM han estimulado el desarrollo de la investigación de campo cognitivo y métodos de análisis de tareas cognitivas, como se describe por Crandall, Klein y Hoffman. Estos métodos han contribuido al campo de los factores humanos y la ergonomía al permitir que los profesionales exploren las bases cognitivas de diferentes tipos de trabajos (Klein, 2008).

Modelo DECIDES (Krumboltz y Hamel, 1977,1980).

Tabla 2. Modelo DECIDES.

Paso	Actividad
1	D Definir el problema.
2	E Establecer un plan de acción.
3	C Clasificar valores.
4	I Identificar alternativas.
5	D Descubrir posibles salidas.
6	E Eliminar alternativas.
7	S Empezar la acción.

Fuente: (Blasco y Giner, 2011).

Para este modelo, las simulaciones y los juegos constituyen técnicas de entrenamiento muy útiles y proporcionan experiencias que pueden ser evocadas y transferidas a una situación real. En estos juegos y simulaciones, el énfasis no se centra en la decisión en sí, sino en el proceso por el que se llega a la decisión y en

la posible extrapolación de estos procedimientos a otras situaciones. (Blasco y Giner, 2011)

2.1.3.-Modelo de la participación del líder

El modelo relaciona el comportamiento y la participación del liderazgo, donde hay normas que se deben seguir para determinar hasta dónde es deseable la participación en la toma de decisiones. El modelo es un árbol complejo de decisiones que incorporaba siete contingencias y cinco estilos de liderazgo (Amóroz, 2007).

El modelo supone que cualquiera de los cinco comportamientos podría ser posible en una situación dada:

1. Autocrático 1.

Usted mismo soluciona el problema o toma una decisión usando diversos y variados hechos que tenga a la mano (Amóroz, 2007).

2. Autocrático 2.

Usted obtiene la información necesaria de los subordinados y entonces decide de la solución al problema (Amóroz, 2007).

3. Consultivo 1.

Usted comparte en forma individual el problema con los subordinados relevantes, obtiene sus ideas y sugerencias la decisión final es suya (Amóroz, 2007).

4. Consultivo 2.

Usted comparte el problema con sus subordinados como un grupo, obteniendo colectivamente sus ideas y sugerencias. Usted toma la decisión que podría o no reflejar la influencia de sus subordinados (Amóroz, 2007).

5. Grupo 1.

Usted comparte el problema con sus subordinados como grupo (Amorós, 2007).

2.1.4.-El modelo Elsteriano de la racionalidad.

El modelo elsteriano de la racionalidad se funda en la idea de que para que un agente pueda tomar decisiones racionales, este debe demostrar que la elección, tomada entre las preferencias generadas a partir de las creencias, evidencia que su decisión es la mejor alternativa de actuación para alcanzar los fines deseados, logrando así que la acción sea óptima a la luz de la totalidad de sus razones (deseos, creencias y preferencias). (Arrendondo y Vázquez, 2013)

La racionalidad elsteriana permite estudiar detalladamente y con amplitud los deseos y la prioridad dependiendo que decisión se va a tomar.

Para Elster, el actuar racionalmente tiene que ver no únicamente con la consistencia de las razones de la acción, sino con que dichas razones sean, a su vez, racionales. (Arrendondo y Vázquez, 2013)

Sin lugar a duda, las emociones, los deseos, las creencias e incluso el arraigo cultural ejercen una influencia notoria en las decisiones que se toman dentro de la organización. (Arrendondo y Vázquez, 2013)

2.2.- El Proceso de toma de decisiones.

El proceso de toma de decisiones no es un proceso sencillo, no es únicamente seleccionar una opción de las diferentes opciones, dependiendo de la situación a la cual se enfrente el ser humano. En cualquier nivel personal, profesional y en las diferentes empresas, las personas toman decisiones, Por ejemplo un empresario que desea entrar a un nuevo mercado donde existe un área de oportunidad, se hace las preguntas siguientes: ¿Cuál es la inversión inicial? ¿En cuánto tiempo recupera la inversión? ¿Cuál es el riesgo de entrar al nuevo mercado? ¿Qué competencia hay? ¿Qué ventaja competitiva va a ofrecer el producto o servicio para que los clientes potenciales cambien de la marca actual que estos utilizan? Son varias las decisiones que se deben tomar. ¿Cómo se toman estas decisiones?

Aunque la toma de decisiones se considera habitualmente una elección entre alternativas, la idea es demasiado simplista. ¿Por qué? Porque la toma de decisiones es un proceso completo, no sólo el acto de escoger entre opciones.

Incluso en algo tan sencillo como decidir dónde comer, uno hace más que escoger entre hamburguesas o pizza. ¿En qué consiste el proceso de tomar decisiones? (Robbins y Coulter, 2005)

Es cierto que uno pasa mucho tiempo tomando una decisión sobre la comida, pero de cualquier manera se pasa por el proceso al elegir. ¿En qué consiste el proceso de tomar decisiones?

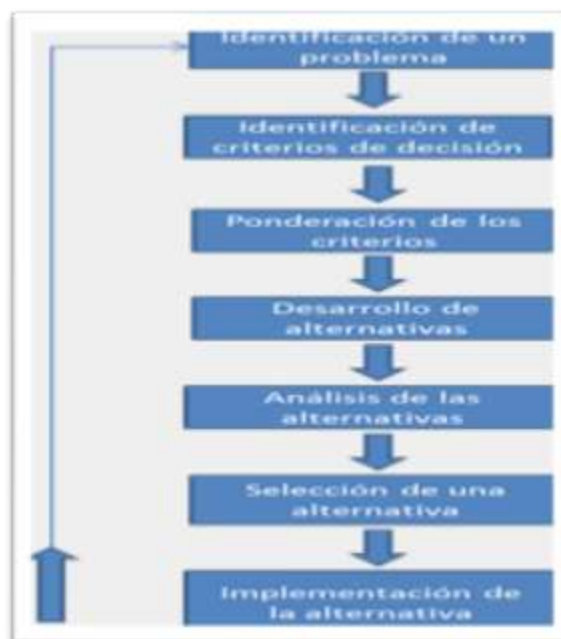
2.2.1.- Proceso de toma de decisiones.

A continuación se muestra el proceso de toma de decisiones en un diagrama y se detalla cada uno de los pasos, que son los siguientes: (Robbins y Coulter, 2005)

- Etapa 1. Identificar un problema.
 - Hay que identificar la situación, el problema, el conflicto de la situación actual y cuál es la situación óptima que se desea. Se tiene que hacer una comparación con lo que se desea o busca, con el estado actual para tener una base para llegar a la situación óptima. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 2. Identificar los criterios de decisión.
 - En la etapa del proceso de toma de decisiones, la persona o personas que deciden, identifican cuáles son los criterios que se van a utilizar según la situación para tomar la decisión. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 3. Asignar pesos a los criterios.
 - No todos los criterios pueden tener el mismo peso en la toma de decisiones, hay prioridades en cada decisión a tomar, quien toma la decisión tiene que ponderarlas en forma ordenada para asignarles la prioridad correcta en la decisión. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 4. Desarrollar las alternativas.
 - Se prepara una lista de alternativas de las posibles soluciones para la situación, cuáles son los posibles escenarios para cada alternativa para poder tomar la decisión. (Robbins y Coulter, 2005)

- Etapa 5. Analizar las alternativas.
 - Al desarrollar las alternativas, cada una de estas se analiza para considerar cuál de estas es la mejor para la situación a resolver, cuáles son las ventajas y desventajas. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 6. Seleccionar una alternativa.
 - Una vez hecho un análisis y evaluación de las alternativas, se hace la elección de la alternativa que tiene los criterios, ponderación de mayor peso, para tomar la decisión. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 7. Implementar la alternativa.
 - La decisión se ejecuta, se comunica a las personas involucradas, con la meta de lograr que se comprometan con ella. (Robbins y Coulter, 2005)
- Etapa 8. Evaluar la eficacia de la decisión.
 - La última etapa del proceso consiste en evaluar el resultado de la decisión para saber si se resolvió el problema. (Robbins y Coulter, 2005)

Figura 3. Proceso de toma de decisiones.



Fuente: (Robbins y Coulter, 2005).

2.2.2.- Participación en la toma de decisiones.

Primero es conveniente identificar las diferentes formas en que una persona puede participar en una decisión. La siguiente tabla contiene las diferentes formas de participación, colocadas en orden de influencia en la decisión final.

Tabla 3: Formas de Participación.

Tipo de Participación	Descripción de papel desempeñado en la toma de decisiones
Aparente	Tiene la apariencia de participación para llenar ciertas necesidades formales, pero no tiene ningún papel real en la toma de la decisión. Puede aparentar incluso ser una participación decisoria formal. Por ejemplo, hay muchísimos casos en que la persona autorizada firma algo que le llevan para firmar y lo hace sin fijarse o presta muy poca atención a lo que está firmando.
Informativa	Provee información para la toma de decisiones.
Positiva	Además de poder ejercer el papel anterior, provee recomendaciones para la toma de decisiones.
Deliberativa no decisoria	Además de poder ejercer el papel anterior, participa en debate y análisis.
Deliberativa decisoria	Además de poder ejercer el papel anterior, se tiene en cuenta su postura para crear decisión consensuada y usualmente está presente cuando esa decisión se toma.
Decisoria formal	Toma la decisión final dando a otra persona cualquiera de las formas de participación anteriores, o ninguna. Puede ser una sola persona que toma la decisión formal, o un grupo de personas. En este último caso cada persona tiene un peso definido en la decisión (todos tienen un voto, existe voto doble, voto porcentual, etc.) y existe una regla formal para la toma de la decisión por parte del grupo (mayoría simple, mayoría calificada, mayoría concurrente, vetos de diversa índole, etc.)

Fuente: (Ramírez, 2010).

A continuación se presenta una tabla que examina cada tipo de participación en la toma de decisiones con cada criterio individual que debe tenerse en cuenta para determinar quién debe participar y en qué forma.

Tabla 4: Cada tipo de participación en la toma de decisiones.

Criterios para la participación	Tipo de participación para una persona que sería recomendado cuando el criterio es válido para esa persona				
	Informativa	Positiva	Deliberativa No decisoria	Deliberativa Decisoria	Decisión Formal
La persona puede aportar información valiosa sobre asuntos en juego	Siempre debe darse este tipo de participación a quienes tengan la información pertinente		Cuando los asuntos son complejos de entender o la información es difícil de comunicar		Cuando es la única persona que posee cierta información clave y la puede entender
La persona tiene conocimiento experto en los asuntos relevantes			Este es el nivel mínimo de participación de quienes tengan conocimiento experto pertinente al asunto	Cuando los asuntos tienen complejidad que haga difícil entender las opciones si no se tiene conocimiento experto	Cuando es la única persona con cierto conocimiento experto relevante no transmisible a otros
La persona es quien puede hacer la defensa de ciertos intereses legítimos	Cuando proveer información sea suficiente para la defensa de esos intereses	Cuando la defensa de esos intereses requiera participar en identificar soluciones	Cuando la defensa de esos intereses requiera profundizar en el análisis de los asuntos	Cuando la defensa de esos intereses requiere tener peso en la decisión	Cuando la defensa de esos intereses requiere que la persona sea quien decida
La persona tiene papel en la ejecución	Debe dársele a la persona el nivel de participación en la decisión que sea necesario para que entienda qué es lo que debe hacer y por qué debe hacerlo y para que esté dispuesta a llevar a cabo ese papel.				

La persona aporta legitimidad a la decisión	Debe dársele a la persona el nivel de participación en la decisión que sea necesario para que la decisión tenga suficiente legitimidad, que le permita ser puesta en práctica sin que surja oposición que pueda bloquear su ejecución oportuna y sin deteriorar severamente el clima interno de la organización o su imagen externa.
La persona tiene cierto nivel de autoridad formal pertinente al asunto	Debe tener por lo menos el nivel de participación que le corresponde a la persona por su nivel de autoridad formal en la organización, en el asunto decisorio.
La identificación de la persona con la organización es importante para el éxito de la organización	Excepto que exista otro criterio que reduzca el nivel de participación apropiado, debe dársele a la persona el nivel de participación que proteja su identificación con la organización.

Fuente: (Ramírez, 2010).

Criterios colectivos que tienden a reducir el nivel de participación.

Los siguientes tres criterios tienden siempre a restringir la participación y son con frecuencia muy influyentes en la toma de decisiones:

1. Economía.

Tomar decisiones es un proceso costoso, pues consume tiempo de las personas y otros recursos de la organización. A medida que se incrementa la participación de personas en la decisión se incrementa el costo del proceso decisorio (Ramírez, 2010).

2. Límites de tiempo.

Siempre debe haber un límite de tiempo para tomar una decisión, porque los tiempos de respuesta son importantes para agilizar la decisión, además que en ocasiones son muy cortos los tiempos de decisión. Las personas que tienen el poder de tomar la decisión y el equipo correspondiente, no deben

involucrar a personas ajenas, que únicamente entorpecen el proceso (Ramírez, 2010).

3. Confidencialidad de la información.

La información es un aspecto importante en tomar la decisión, quién debe tener acceso a ella, no a todas las personas se les puede confiar, cómo protegerla si el número de personas involucradas es grande (Ramírez, 2010).

2.2.3 Modelos para la toma de decisiones.

Dado que la toma individual de decisiones no es un proceso simple, y que se encuentra condicionado por metas, características psicológicas y marcos de referencia de quien toma las decisiones, los sistemas deben ser diseñados de forma que brinden un verdadero apoyo a la toma de decisiones proporcionando diferentes opciones para manejar la información y evaluarla, apoyando los estilos personales y adicionalmente modificándose conforme las personas aprenden y aclaran sus valores (Gámez, 2007).

A continuación se listan algunos modelos de toma de decisiones:

Modelo racional:

Este modelo es un proceso en el cual el ser humano analiza la situación que quiere resolver tomando una decisión, además que tiene unos pasos establecidos que tiene que llevar a cabo. Se evalúa la situación, clasifica los posibles escenarios, hace una lista de alternativas, las clasifica en base a prioridades y selecciona la mejor alternativa en base a su experiencia y decisión que para él es la mejor en ese momento (Gámez, 2007).

Pasos en el modelo racional de la toma de decisiones:

1. Definir el problema.
2. Identificar los criterios de decisión.
3. Distribuir ponderaciones a los criterios.
4. Desarrollar las alternativas.
5. Evaluar las alternativas.
6. Seleccionar la mejor alternativa (Gámez, 2007).

Modelo de satisfacción:

En este modelo la persona selecciona la primera opción que esté disponible para su meta. No hay una evaluación y análisis de las diferentes opciones o alternativas, evitan nuevas alternativas, tienen un patrón a seguir, además de confiar en ciertas reglas (Gámez, 2007).

Modelo de selección:

También llamado "comparaciones sucesivas limitadas", afirma que las personas y las instituciones tienen metas conflictivas, lo que las lleva a decidir entre las políticas que contienen varias mezclas en conflicto. La única prueba de haber hecho una buena elección es si las personas están de acuerdo con ella (Gámez, 2007).

Modelo psicológico:

Todas las personas que están involucradas en la toma de decisiones tienen metas y objetivos por alcanzar, pero tienen diferentes métodos y criterios para la recopilación y evaluación de la información (Gámez, 2007).

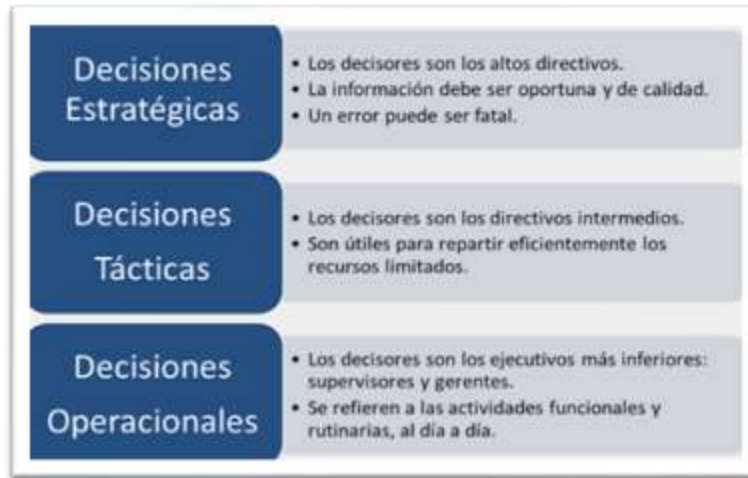
Los pensadores sistemáticos imponen un orden en percepción y evaluación. Los intuitivos usan modelos y perspectivas múltiples de evaluar información (Gámez, 2007).

2.2.4 Tipos de decisiones.

No todas las decisiones tienen la misma importancia ni producen las mismas consecuencias. En las siguientes figuras se muestran los diferentes tipos de decisiones.

En primer lugar, la clasificación por nivel distingue tres tipos de decisiones que dependen de la posición jerárquica del decisor

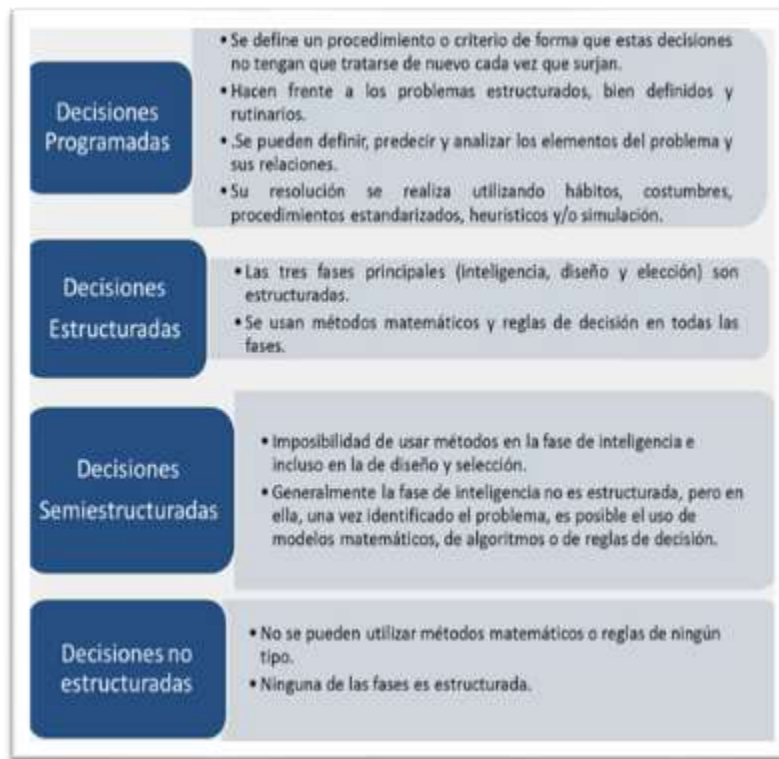
Figura 4: Posición Jerárquica del decisor.



Fuente: (Canós, Pons, Valero y Mahuet, 2012).

La clasificación por métodos se realiza dependiendo del procedimiento utilizado para elegir la alternativa final.

Figura 5: Clasificación por métodos.



Fuente: (Canós, Pons, Valero y Mahuet, 2012).

2.3.- Finanzas.

En términos simples, las finanzas conciernen a las decisiones que se toman en relación con el dinero o, con más exactitud, con los flujos de efectivo. (Besley y Brihgman, 2009)

Las decisiones del cómo decidir, utilizar, recaudar el dinero en las empresas, gobiernos, instituciones de educación superior, media y básica, son las decisiones financieras que los directores, empresarios y personal relacionado tienen la tarea de hacer de una manera adecuada. Hay tres conceptos generales que tomar en cuenta para tomar una decisión financiera: (Besley y Brihgman, 2009)

1. Se prefiere más valor económico a menos
2. Cuanto más pronto se reciba el efectivo, más valioso es
3. Los activos con menos riesgos son más valiosos (preferidos) que los activos con más riesgo. (Besley y Brihgman, 2009)

Las finanzas están relacionadas con las decisiones de cualquier persona, empresa, institución privada o de gobierno. Cómo ocupar el recurso monetario de la mejor manera, que pueda ser más productivo, generar más ganancias, cómo repartirlo para obtener un beneficio a corto, mediano o largo plazo según sea el caso. Las personas que laboran en cualquier empresa tienen como meta maximizar los recursos económicos, dejando a un lado las consecuencias que las decisiones que tomen puedan tener en el corto plazo con los empleados que laboren dentro de la misma. Por situaciones como presiones que tengan de los inversionistas, el recorte de un departamento, la liquidación de varios puestos, se olvidan de la parte humana, que son personas no son únicamente un número de expediente, tienen familia, hijos a los que tienen que proveer.

El objetivo principal de las empresas es maximizar las ganancias de la empresa. El administrador financiero tiene la responsabilidad de alcanzar el objetivo, las acciones que toma son las únicas que esperaría que tuvieran un impacto favorable para contribuir a las utilidades de la empresa. Hay varias alternativas, el administrador financiero seleccionará la única que se espera que tenga los rendimientos monetarios más altos (Gitman, 2003).

Las ganancias de la empresa no necesariamente dan como resultado efectivo para los accionistas. El accionista es dueño de la empresa con un porcentaje, los propietarios reciben efectivo en forma de dividendos en efectivo, por medio de la venta de sus acciones a un precio más alto (Gitman, 2003).

Además, mayores utilidades por acción (UPA) no necesariamente se traducen en un precio accionario más alto. A veces las empresas tienen aumentos en sus ganancias sin que haya ningún cambio favorable en correspondencia con el precio de las acciones. Sólo cuando los incrementos de las ganancias están acompañados de flujos de efectivo futuros incrementados se esperaría un precio accionario más alto (Gitman, 2003).

Como cualquier empresa, el objetivo de los empleados, gerentes y directores es maximizar las riquezas de la empresa donde laboran, porque los propietarios exigen resultados. ¿De qué manera se mide la riqueza de los propietarios corporativos? Se mide por el precio de las acciones de la empresa (Gitman, 2003).

En ciertos casos hay personas que por diferentes situaciones no tienen conocimientos financieros, pero laboran en empresas, tienen sus propios negocios, desean ganar más para tener una mejor calidad de vida para su familia. Similar a una empresa en cuanto a la maximización de las ganancias, estas personas deciden cómo invertir sus ganancias para generar más. En este caso se puede medir la riqueza con el crecimiento del negocio, con la compra de una propiedad dependiendo del caso.

La función de decisión de cómo administrar las finanzas puede dividirse en tres grandes áreas, las decisiones de inversión, financiamiento y administración de activos, que en este caso es a nivel empresarial.

1. Decisión de inversión:

La pregunta principal es dónde invertir, cuál es el riesgo, los beneficios y la fiabilidad del proyecto. La cantidad de activos que se necesitan invertir para mantener la empresa. (Van Horne y Wachowicz, 1994)

2. Decisión de financiamiento:

Cómo se va a financiar el proyecto, el administrador financiero aún debe determinar la mejor manera de adquirir los fondos necesitados. Debe

entender los procedimientos para obtener un préstamo a corto plazo, un acuerdo de arrendamiento a largo plazo o la negociación de una venta de bonos o de acciones. (Van Horne y Wachowicz, 1994)

3. Decisión de administración de activos:

El administrador financiero decide la mejor manera de administrar los activos de la empresa. Estos activos son los que producen las utilidades para las empresas. El administrador tiene la responsabilidad de elegir estos activos para que sean productivos y eficientes para la empresa. (Van Horne y Wachowicz, 1994)

2.3.1.- Decisiones financieras de los individuos.

Cada individuo tiene diferentes decisiones que tiene que tomar en base a sus finanzas, dependiendo del caso. Los individuos tienen que hacer frente a cuatro tipos de decisiones financieras:

- Decisiones de consumo y ahorro: ¿Cuánta de su riqueza actual deben gastar en consumo y cuánto de su ingreso corriente deben ahorrar para el futuro?
- Decisiones de inversión: ¿Cómo deben invertir el dinero que han ahorrado?
- Decisiones de financiamiento: ¿Cuándo y cómo deben usar el dinero de otras personas para llevar a cabo sus planes de consumo e inversión?
- Decisiones de administración de riesgo: ¿Cómo y en qué términos deben buscar disminuir las incertidumbres financieras que enfrentan, o cuándo deben aumentar sus riesgos? (Bodie y Merton, 2003)

Como resultado del trabajo de cada persona, esta tiene una parte de su ingreso destinado para el ahorro, que está en una cuenta bancaria, puede comprarse un bien raíz o invertir en un negocio. Todas estas formas constituyen activos. Un activo es cualquier cosa que tiene valor económico. Cuando la gente elige cómo mantener sus ahorros acumulados, está llevando a cabo una inversión personal o asignación de activos. (Bodie y Merton, 2003)

La teoría de las finanzas da como hecho las preferencias de consumo de la gente. Aun cuando las preferencias podrían cambiar a lo largo del tiempo, la teoría

no toma en consideración cómo y por qué cambian. La conducta de la gente se explica cómo intentó satisfacer dichas preferencias. La conducta de las empresas y los gobiernos se analiza de la manera en que afecta el bienestar de la gente. (Bodie y Merton, 2003)

2.3.2.- Planificación Financiera.

La planificación financiera es el conjunto de decisiones realizadas a lo largo del ciclo vital de una unidad familiar con el objetivo de dar respuesta a sus necesidades financieras presentes y futuras. La planificación financiera permite al individuo controlar todos aquellos hechos relevantes y/o adversidades que se planteen y que puedan menoscabar su patrimonio (Afi, 2014). La planificación de las finanzas personales trata de responder a las preguntas que las familias o individuos deciden cómo invertir el dinero que han generado por trabajo. ¿Cuáles son las mejores opciones para la administración y generación de mayor riqueza para estos? Hay preguntas que las personas que toman las decisiones se deben hacer para decidir qué hacer.

¿Cuáles son las preguntas que se hacen las personas para determinar las prioridades financieras, presentes, futuras y cómo se van a resolver?

1. ¿Necesito comprarme una casa?
2. ¿Necesito comprarme un coche?
- ¿Dispongo de dinero suficiente para hacer frente a un imprevisto que pudiera surgirme mañana? patrimonio (Afi, 2014).
3. ¿Estoy dispuesto a sacrificar mi nivel de vida actual para realizar una inversión a largo plazo?
4. ¿Dispongo de dinero para caso de enfermedad?
5. ¿Tengo dinero ahorrado para la educación de mis hijos?
6. ¿Puedo jubilarme tranquilamente manteniendo mi actual nivel de vida? (Afi, 2014).
7. La respuesta a muchas de las cuestiones anteriores se traducirá en la definición de una serie de objetivos (comprarme una casa, ahorrar para la

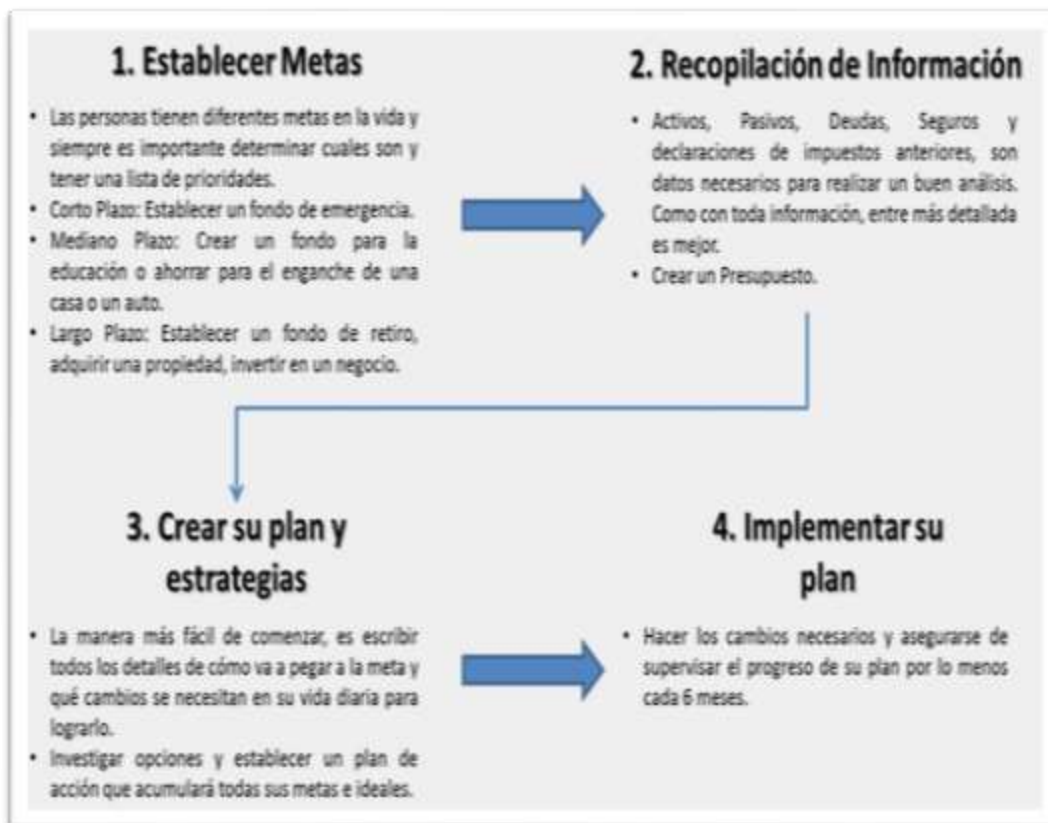
jubilación, etc.) que nos llevarán inmediatamente a plantearnos nuevas preguntas de resolución menos intuitivas que las primeras:

- a) ¿Qué cantidad de dinero necesito invertir para alcanzar el objetivo?
- b) ¿Qué rentabilidad debemos obtener de nuestro dinero?
- c) ¿Qué riesgo puedo asumir para alcanzar dicha rentabilidad?
- d) ¿En qué momento necesitaremos disponer de nuestro dinero? (Afi, 2014)

Etapas de la planeación financiera

En la siguiente figura se muestra el proceso básico de una planeación financiera:

Figura 6: Proceso básico de Cuatro Pasos.



Fuente: (Méndez, 2010).

2.3.3.- Educación Financiera.

La educación financiera permite a los individuos mejorar la comprensión de conceptos y productos financieros, prevenir el fraude, tomar decisiones adecuadas a sus circunstancias y necesidades y evitar situaciones indeseables derivadas bien de un endeudamiento excesivo o de posiciones de riesgo inadecuadas (Banco de España, 2008).

Cualquier persona toma decisiones financieras en lo personal y profesional, en algunas situaciones no se tiene la educación adecuada o no se estudian las opciones en el mercado para decidir qué alternativa tomar que sea la óptima según sea el caso. El promover la educación financiera en el ámbito familiar es una ventaja para los niños que entienden el concepto del valor y del ahorro, los jóvenes que en un futuro entrarán a la vida laboral tienen un conocimiento para planear la compra de una casa, fondo de ahorro, inversiones o plan de retiro.

Las familias tienen que hacer un análisis y evaluación de las necesidades que deben estar cubiertas, considerando el riesgo y la confiabilidad de la elección de los servicios financieros en el mercado, la institución o empresa que van a contratar y los beneficios y obligaciones que tienen ambas partes.

Los consumidores tienen a su alcance nuevos instrumentos financieros (productos de seguros, hedge funds, productos estructurados, hipotecas inversas,...) con diversidad de comisiones, gastos, rendimientos, plazos de vencimiento (Banco de España, 2008).

En ciertos casos no todas las personas tienen una educación financiera eficiente, tienen dificultad de acceso a esta. Las prioridades de las familias son otras, en lugar de planificar su situación financiera porque no cuentan con los recursos económicos suficientes para poder asignar un ahorro semanal o mensual y con base en ese ahorrar planificar su futuro presente. Algunas personas piensan que no es necesario un especialista que los asesore en las decisiones financieras que ellos toman porque sienten que están más capacitados en el tema, pero la realidad es otra. La información financiera no es fácil de entender para la gente que no tiene los conocimientos (Banco de España, 2008).

En general, los estudios analizados concluyen que existe una alta correlación entre la cultura financiera y el estatus socio-económico de los encuestados. Las mayores carencias se asocian con los niveles más bajos de renta y de ahorro y con los menores niveles educativos (Banco de España, 2008).

2.3.4.- Finanzas en el aspecto religioso.

Hoy en día los seres humanos hacen mucho énfasis en cuánto tienen, en qué gastan, qué compran, los lugares exclusivos que visitan, el valor de las cosas que tienen en casa, el valor del carro, de la empresa. ¿Dónde ha quedado el valor de hacer las cosas sin obtener ningún beneficio económico, el ayudar a otras personas por el hecho de ayudar, sin otro motivo que la buena fe? Todo, o la gran mayoría de las cosas, gira alrededor del poder adquisitivo que el individuo tenga, pero el dinero o la riqueza no te pueden dar paz interna, salud ni tranquilidad; alguna gente puede opinar que el dinero no lo es todo, pero vaya que ayuda a satisfacer necesidades.

Cuando el individuo posee riquezas, poder e influencia, pero no tiene paz interna o tranquilidad en su espíritu, el dinero no lo puede arreglar, por experiencias de la vida, no lo arregla. El ser humano busca una fuerza que es más grande que él, que se le puede denominar como dios, alá, buda, etc. para pedir tranquilidad o paz, encontrar las respuestas que lo atormentan y no lo dejan estar en paz con sí mismo. El ser humano puede ser el hombre más poderoso del mundo pero sin salud, ¿qué puede hacer? Nada. Lo que pide y solicita es cambiar todo el poder y dinero por salud para poder disfrutar de esta vida.

En la etapa de la niñez, nuestra alma es limpia y transparente, en el transcurso del crecimiento para llegar ser adultos se desea ser ricos, poderosos, pero eso no lo es todo en la vida. Por alcanzar las metas o los objetivos que uno se traza, se van olvidando los valores que los padres nos inculcaron de niños, muchas veces sin importar el cómo; hay que lastimar, quitar, avanzar, pero conseguir una meta. Cuando se logra la meta, hay que razonar de qué manera se logró, ¿fui honesto conmigo? ¿La conciencia está tranquila? Se buscan excusas

para decir que lo tenía que hacer de esa manera, y eso es únicamente por el beneficio monetario.

¿Se puede preguntar por qué no confiar en dios —o como uno prefiera denominar esa fuerza más grande y poderosa que el ser humano? El razonamiento es el siguiente: si no lo tengo es porque no me ama. Las formas de obtener los logros es muy importante, pero en la vida actual no importa el cómo, únicamente se hace porque genera más ganancias.

2.4.- Espiritualidad.

En esta sección del trabajo de investigación se habla del concepto de espiritualidad para los seres humanos, que es muy importante para la gran mayoría de los creyentes de las diferentes religiones que hay en el mundo. La espiritualidad tiene un peso específico en la vida diaria de cada ser, pero en muchas ocasiones se deja atrás porque se tienen otras prioridades en la vida diaria, como el negocio, el trabajo, los compromisos, y la lista puede continuar.

Cada persona tiene su definición de espiritualidad y la maneja de manera diferente, no se busca cambiar el punto de vista ni influenciar, se trata de exponer porque es muy importante en la vida del ser humano.

Existen diversas definiciones sobre el concepto de espiritualidad. De acuerdo con la Real Academia Española (2001) al hablar de espiritualidad nos referimos a la “naturaleza y condición de espiritual”. Se considera a la espiritualidad como la “cualidad de las cosas espiritualizadas o reducidas a la condición de eclesiásticas”, la cual está asociada a un “conjunto de ideas referentes a la vida espiritual”. La palabra espiritualidad proviene del vocablo latino spiritus, el cual significa aliento de vida.

Hay diferentes definiciones sobre el tema de la espiritualidad, las cuales se pueden agrupar en tres perspectivas:

La perspectiva de origen intrínseco; la perspectiva religiosa y la perspectiva existencial. La primera argumenta que la espiritualidad es un concepto o principio que se origina en la interioridad del individuo. La perspectiva religiosa de la espiritualidad es aquella que emana de las creencias e instituciones asociadas a

una religión en particular. La perspectiva existencial hace mayor énfasis en la búsqueda de significado personal en nuestras vidas (Pérez, 2007).

La religión está presente en la vida de todos los seres humanos, por diferentes circunstancias hay personas que la practican y otros que no.

La religiosidad posee un carácter directivo, al dotar al sujeto con los conocimientos necesarios fundamentales para ir en busca de lo divino (no necesariamente tras la experiencia de lo divino), a través del adoctrinamiento y la congregación con otros. La religiosidad es de naturaleza esencialmente social; hace las veces de contenedor de lo espiritual, de protector; es un soporte socio-cultural. La espiritualidad es un constructo que puede ser analizado por sus efectos en las respuestas de un sujeto con respecto a las condiciones de su existencia y en relación con lo divino. (Rivera y Montero, 2005)

La espiritualidad es un estado de ser: ser libre, ser sabio, ser amor, ser creador. La espiritualidad pone de manifiesto que el hombre es imagen de Dios. Dios no tiene libertad, es libertad. Dios no tiene amor, es amor. Dios no tiene conocimientos, es sabiduría. Dios no tiene trabajo, es creador (Martínez, 2013).

La función de la espiritualidad es muy importante en el desarrollo de cada ser humano, hoy en día es un tema al que muchas personas no le dan la importancia, no está dentro sus prioridades, esto es muy respetable pues cada individuo sabe por qué toma ciertas decisiones.

2.4.1.- Confianza.

La confianza es la esperanza positiva de que otra persona no se conducirá de forma oportunista, por medio de palabras, obras o decisiones. Los dos elementos más importantes de nuestra definición implican familiaridad y riesgo. La frase esperanza positiva de nuestra definición asume que hay conocimiento y familiaridad sobre la otra parte. La confianza es un proceso que se da en el tiempo y se basa en muestras relevantes pero limitadas de experiencia. Tarda en formarse; se fortalece gradualmente y se acumula. A todos se nos hace difícil, cuando no imposible, confiar en alguien inmediatamente si no sabemos nada sobre esa persona. En última instancia, en un caso de ignorancia total, podemos

apostar, pero no confiar. Sin embargo, a medida que conocemos a alguien y que la relación madura, nos sentimos más seguros de nuestra capacidad de abrigar una esperanza positiva.

La expresión de forma oportunista se refiere al riesgo inherente y la vulnerabilidad de cualquier relación de confianza. La confianza consiste en hacerse vulnerable, como cuando revelamos información íntima o confiamos en la promesas de otro.

La confianza deja abierta la posibilidad de sufrir decepciones o de que se aprovechen de nosotros. Pero la confianza no es por sí misma correr riesgos, sino a disposición a correrlos. Esta disposición a correr riesgos es común en todas las situaciones que tienen que ver con la confianza. (Robbins, 2004)

La confianza es permitirse crear un vínculo con una fuerza, energía o ser dependiendo de las creencias de cada individuo. En este caso es un ser llamado Dios, Buda, Jesús, dependiendo del caso pero es una relación entre la persona y el Dios o como se le designe. Es liberarse de muchos prejuicios y compartir los pensamientos más personales que solo a ese Dios en quien la persona siente esa fe puede decirle qué está pasando en su vida.

El vínculo de confianza es un proceso que inicia en diferentes etapas de la vida de cada persona por diferentes situaciones, para algunos inicia desde casa cuando se practica algún tipo de religión o los padres son creyentes sin asistir a la iglesia. En otros casos puede perderse por circunstancias desconocidas o porque en ese momento Dios no hizo lo que esta persona quería y no era el momento indicado.

Es de vital importancia tener un grado alto de confianza cuando la persona se acerca a Dios, porque si no la hay y solamente se trata de pedir o satisfacer una necesidad o capricho, esto genera un conflicto. Cuando se solicita algo y no se otorga, inicia el sentido de desconfianza que se le adjudica a Dios y se cuestiona, se cae en un rol de víctima. Cuando la confianza es un acto de fe y convicción ante Dios, marca una gran diferencia al momento de pedir según sea el caso. Es un vínculo entre ambas partes que es confidencial, hermoso y la comunicación que se crea es inigualable.

2.4.2.- Paz.

El concepto de paz interna, es un concepto eminentemente ético, que pertenece al ámbito interior del ser humano, a la introspección o inmersión del individuo en su conciencia y en el mundo mental y espiritual para reconocerse autoanalizarse y autorrealizarse. Mediante el método introspectivo muchos pensadores crearon doctrinas y escuelas y muchos científicos e inventores hicieron sus descubrimientos, proponiendo a sus congéneres formas de vida y estar sobre la tierra armoniosas y justas. Sus fuentes filosóficas y teóricas se encuentran fundamentadas en la sabiduría del Oriente y en la Grecia antigua, aunque también en la sabiduría y cosmogonía indígenas de América, para quienes todas las cosas y los sucesos están interrelacionados y no son sino diferentes aspectos o manifestaciones de una misma realidad última. La paz interna se puede definir como un estado de la mente y del espíritu humano que surge en instantes específicos en que el cuerpo se armoniza con su sistema neuronal, equilibrando todos los sistemas internos del organismo, (nerviosos, endocrinos, vasculares, respiratorios, etc.) (Rendón, 2008).

La búsqueda de la serenidad o paz interior nos lleva a la espiritualidad. Tratar de obtener la paz desde los sentidos o la mente, sin acceder a las opciones de nuestra conciencia libre es utópico. El desarrollo de una espiritualidad es el nombre de la paz interior (Martínez, 2013).

El ser humano siempre anda en busca de la paz interior, pero no se toma el tiempo de buscar adentro de sí mismo, tiene otro concepto de lo que es la paz interior que se puede encontrar con otros aspectos de la vida. La paz interna es una comunicación íntima contigo y Dios según las creencias de cada persona. Aquí no se trata de cambiar las convicciones, solo se trata de exponer otro punto de vista. Uno de los aspectos más importantes del ser humano es encontrar un equilibrio en su vida diaria, pero muchas veces el humano la pierde a las primeras de cambio cuando las cosas no se dan como él piensa que las situaciones deberían ser.

La paz interna te lleva a tener una confianza, seguridad, convicción, que ninguna cosa material te puede dar ya que esto es momentáneo. La búsqueda

puede parecer un camino que no tiene fin, es un trabajo día a día sin soltar a Dios que te hace más fuerte ante cualquier situación.

2.4.3.- Alegría.

La felicidad es el destino del hombre. Todos apetecemos durables goces y placeres. Si nos preguntan cuáles son nuestros tres más ardientes anhelos, la mayoría responderíamos: salud, riqueza y felicidad; pero si la pregunta se contrajese al supremo anhelo, la mayor parte lo cifraría en la felicidad. Todo ser humano anda en busca de la felicidad, pues aun sin darnos cuenta nos asalta este poderoso incentivo.

Quien fue en busca de la felicidad no la halló donde la buscaba; pues nadie puede hallarla si va en pos de ella, porque dimana de las acciones y no es producto de caza como las reses acosadas por los ojeadores. Tan sencilla es la verdadera felicidad, que la mayor parte de las gentes no reparan en ella. Es hija de lo más humilde, tranquilo y modesto que en el mundo existe. Es amiga de la armonía, de la verdad, belleza, cariño y sencillez (Swett, 2003).

La alegría es el sosiego y desenvolvimiento del ser en la posesión segura de la cosa amada; estas dos cosas son, por tanto, necesarias para tener alegría. Hay que amar y hay que poseer de alguna manera lo que se ama, o al menos, hay que tener la certeza de que antes o después se la poseerá, lo que de hecho equivale a una posesión anticipada. Cuanto mayor sea el amor, tanto más grande será la capacidad de alegría, cuanto más íntima sea la posesión, tanto más embriagadora será la alegría. (Reggio, 1989)

La alegría, la calma, la serenidad, el descanso son el ritmo justo de las actividades del día. Una vez envió Jesús a sus discípulos en misión a los pueblos. Cuando regresaron, se reunieron a su alrededor y cansados pero llenos de alegría la refirieron todo lo que habían hecho y enseñado. La prisa, el frenesí, el cansancio son el imperativo del mundo moderno. Se tiene prisa incluso en los momentos libres. Hasta los pensionados, que no tienen nada que hacer, tienen prisa. Se ha perdido el arte de la calma, de la lentitud, de saber descansar, de vivir bien el momento presente. (Maurus, 2006)

La alegría es un concepto para el cual puede haber muchas definiciones, para cada persona la alegría es muy diferente según la situación o el momento, pero hay una alegría espiritual que es más importante. En muchas ocasiones la persona puede estar alegre por que le regalaron un objeto, dinero, entre muchas cosas pero, ¿cuánto dura esa alegría? Unos días en el mejor de los casos. La alegría es interna por el hecho de despertar todos los días, ser un agradecido por la salud, familia, que en otras muchas circunstancias el individuo no les da la importancia que tienen cosas tan sencillas como poder caminar.

Esa alegría viene del amor, el cual se desarrolla durante la vida, ese amor le podemos dar el nombre de Dios o como se le pueda designar según las creencias de cada persona. Este concepto de alegría ha sufrido muchos cambios, como por ejemplo que al no comprar cosas o no tener el pantalón de moda no es factible ser feliz. Algo material no es importante para mantener la alegría de vivir. El simple hecho de vivir es una alegría, tener familia, casa e ir a la escuela, pero cosas tan sencillas se dejan a lado para enfocarse en cosas que son momentáneas y no duran una vida, como por ejemplo la alegría de concebir un hijo, las cuales son más importantes. Se reitera que es solamente un punto de vista y se respetan otros.

2.4.4.- Dignidad.

En general, el concepto de dignidad humana remite al valor único, insustituible e intransferible de toda persona humana, con independencia de su situación económica y social, de la edad, del sexo, de la religión, etcétera, y al respeto absoluto que ella merece. El respeto absoluto e incondicionado que debemos a los seres autónomos, moralmente imputables, no puede ser afectado por instancias arbitrarias, circunstancias contingentes o relaciones de poder. De ahí que la dignidad humana pertenece a todo hombre, por el sólo hecho de pertenecer a la especie humana (Michellini, 2010).

La humanidad misma es una dignidad; pues el hombre no puede ser utilizado por ningún hombre (ni por otro ni por sí mismo) sólo como medio, sino que debe ser utilizado siempre a la vez como fin, y su dignidad (personalidad) estriba

precisamente en que él se eleva sobre todos los otros seres del mundo, que no son hombres pero pueden ser utilizados, consiguientemente se eleva sobre todas las cosas. Así, pues, como él no se puede vender a sí mismo por ningún precio (sería contradictorio con el deber de autoestima), así tampoco puede obrar contra la autoestima de otros como hombres, o sea, está obligado a reconocer prácticamente la dignidad de la humanidad en cada otro hombre; por consiguiente, pesa sobre él un deber, que se refiere al respeto que necesariamente hay que mostrar a cada hombre (Moncho, 2003).

La dignidad para el ser humano debe ser un valor de los más importantes en su vida diaria, el cual no tiene precio bajo ninguna circunstancia ya que hay que tener respeto por uno mismo. El tener dignidad es amarse a uno mismo, respetarse, ser congruente con lo que uno piensa, existe una línea muy delgada para no tener el concepto claro ante las situaciones que la persona pueda enfrentar. Muchas veces se puede hacer la pregunta: ¿Hasta dónde tengo que aguantar por un trabajo, por mantener a mi familia junta ? Eso depende de cada persona y las situaciones a las cuales tiene que dar una solución.

Es fácil hacer un juicio de las diferentes situaciones, pero solamente cada persona sabe por qué mantiene esa actitud sobre la situación, pero llega un límite en el cual la persona debe evaluar si vale la pena mantenerse o cambiar, no es una decisión sencilla pero el sentirse libre y respetado como ser humano no tiene precio. La dignidad no es una cuestión económica, es de principios y valores, los cuales muchas veces quedan en segundo término para satisfacer aspectos que podrían no ser tan importantes dependiendo de cada caso.

2.4.5.- Respeto.

El respeto puede ser considerado como madre de todas las virtudes (mater omnium virtutum), pues constituye la actitud fundamental que presuponen todas ellas.

El gesto más elemental del respeto consiste en la respuesta a lo existente como tal, a la en sí misma pacífica majestad del ser, en contraposición a toda mera ilusión o ficción; constituye la respuesta a su propia consistencia interior y a

la realidad positiva, así como a su independencia respecto de nuestro arbitrio. En el respeto “conformamos” nuestro criterio al valor fundamental de lo existente; lo reconocemos, damos en cierto modo a lo existente la oportunidad de desplegarse, de que nos hable, de que fecunde nuestro espíritu. Por eso, la actitud básica que supone el respeto constituye ya de por sí algo indispensable para un entendimiento adecuado (Von Hildebrand, 2004).

- **El respeto al derecho de ser uno mismo.**
 - Al establecer un vínculo con el otro ¿trato de compartir su mundo, permitiendo que el mío se agrande y fructifiquemos juntos?
 - ¿Comparto la idea de que yo tengo una de la verdad, que el otro posee otra parte y que si las sumamos tenemos una verdad mayor? (Bravo, 1997)
- **El respeto al derecho de ser amado.**
 - ¿Practico el amor, como una aceptación del otro tal como es?
 - ¿Le exijo al otro lo que no quiere o no puede darme?
 - ¿Puedo aceptar que el otro jamás podrá satisfacer todas mis necesidades? Es tan humano e imperfecto como yo.
 - ¿Es mi amor lo suficientemente generoso para llegar, hasta aceptar que yo no soy su bien? (Bravo, 1997)
- **El Respeto a gozar de Privacidad**
 - ¿Entiendo que el otro a veces necesita estar solo, donde no deba rendir cuentas a nadie?
 - ¿Comprendo que en su soledad el otro tendrá tiempo para encontrarse y reconciliarse consigo mismo, reflexionar y reconsiderar sus proyectos, sueños, fines, etc.?
 - ¿Me indica mi prudencia, que a veces esa soledad en que quiere estar el otro, le va a permitir completar ideas, reconsiderar actuaciones irreflexivas, lo va a liberar de angustias y presiones internas o externas?

- ¿Respeto el hecho de que el otro tiene derecho a tener y mantener secretos, pensamientos y acciones, que sólo le pertenecen a él o ella? (Bravo, 1997)

El respeto es un valor que cualquier humano debe tener en la vida, si uno exige también debe de ser reciproco. Es un aspecto elemental en la vida diaria, sin respeto no hay paz, tranquilidad, la sociedad se puede perder o quebrantar por no tener un valor tan esencial, en cualquier actividad que el humano realice. Se tienen que respetar las diferentes posiciones, creencias, formas de actuar de las personas con las que se convive día a día, el individuo no puede imponer su voluntad en los demás, porque cada ser es diferente. Hay situaciones en las cuales por diferentes factores o variables se toman decisiones donde hay veces que algunas personas sienten que se les perdió el respeto, porque han sido afectadas en sus intereses personales y profesionales.

En cualquier decisión que se tome en la vida, hay que mantener un respeto por uno mismo primeramente, después por los demás que directa o indirectamente están en la decisión en la cual pueden ser afectados y resultar con algún beneficio según sea el caso. ¿Qué hacer cuando las situaciones no son las óptimas y se toman decisiones con las cuales no estamos de acuerdo ya que pueden afectar a diferentes personas, debemos continuar con esa decisión que se tiene que ejecutar como una orden? Son situaciones donde los valores deben tener un peso importante, decidir si continuar o declinar no es una tarea fácil, pero el respeto es fundamental en la vida.

2.4.6.- Humildad.

La humildad o modestia de la que estaban internamente revestidos esos dirigentes venía acompañada, tal vez sorpresa de los propios investigadores, de una profunda firmeza en su decisiones. No sólo tenían en común haber superado dramáticas circunstancias en su vida personal, sino que asumieron radicales decisiones audaces en compañías que marchaban bien, pero que se ubicaron con ello en lugares insospechados. La humildad en efecto, no es atributo de camaleones sociales. Antes de las investigaciones de Collins, Hunter había dicho

con tino que el liderazgo no era cuestión de estilo, sino de carácter, por cierto, cuyos fundamentales aspectos para Hunter son: paciencia, simpatía, humildad, generosidad, respeto, indulgencia, honradez y compromiso (Llano, 2004).

La humildad es un sentimiento en vías de extinción, en el que pocos se detienen y del que la mayoría huye, pues no en vano el cielo que la cubre es un cielo roto en la conciencia del que la desconoce, y lejano como los cantos de las sirenas. A veces es un reflejo de la condición humana: existe mientras no es conocida y muere tan pronto como se la va conociendo. Otra perspectiva de la humildad es sólo una sombra, no tiene cara y apenas personalidad y precisamente por ser así se esfuma en cada momento y a cada paso; además, tampoco es habitual que alguien le dé forma y le ponga sitio. Tal vez un día alguien la echa de menos, pero, en el fondo significa ni significa en la vida de nadie (Medina, 2008).

La humildad, según dice San Francisco de Sales, es la más elevada de todas las virtudes de los seres creados, pues la consummatio de todas las virtudes, de la cual dependen toda la Ley y los Profetas, el amor, es una virtud divina. Lo que es válido para el amor que sin él carecen de valor todas las otras virtudes y buenas obras, puede afirmarse también, en otro sentido de la humildad (Hildebrand, 1996).

El ser humano confunde la humildad con debilidad, el ser humilde es tener la fuerza para aceptar cuando algo no está funcionando, ser honesto con uno mismo y no culpar a nadie más de las situaciones que puede estar viviendo. Es parar un momento y no solamente pensar en qué te está afectando, ver las otras situaciones de las personas que te rodean y están involucradas. Es respetarse, ser congruente con el rumbo que le das a tu vida. Puede haber dolor, rencor u odio en ciertos momentos de la vida del ser humano, pero sin humildad, no te puedes perdonar a ti mismo que es lo principal.

La humildad es pedir perdón en cualquier situación, uno se pregunta: ¿Vale la pena tener una vida llena de enojo? Porque esos sentimientos son individuales, uno se va desgastando poco a poco hasta llegar a un límite. Son muchos sentimientos encontrados cuando el ser humano está enojado y recibe comentarios como: sé humilde, perdona, deja atrás lo que pasó. Muchas veces

mantiene esa idea en su mente, se atormenta, produce rencor, odio, siendo muy fácil decir “perdona” cuando uno no está dentro de la situación.

Un punto importante es tomarte un tiempo para pensar por qué están pasando las cosas. Hay dos opciones: seguir igual con el mismo sentimiento o dejar atrás todo, perdonarte y perdonar sin importar cuál haya sido la situación. Es muy difícil hacerlo y llevarlo a la práctica. Un gran dilema es hacerlo o no, pero solo esa decisión la puede tomar la persona que está en la situación, siempre respetando la decisión de cada lector de este trabajo de investigación, cada situación es diferente, pero hay un punto que es muy importante: que la humildad no significa no tener dignidad.

2.5.-Estado emocional.

Se entiende por emoción una experiencia multidimensional con al menos tres sistemas de respuesta: cognitivo/subjetivo; conductual/expresivo y fisiológico/adaptativo. Cualquier proceso psicológico conlleva una experiencia emocional de mayor o menor intensidad y de diferente cualidad. Podemos convenir que la reacción emocional (de diversa cualidad y magnitud) es algo omnipresente en todo proceso psicológico. Es difícil, entonces, lograr una clasificación exhaustiva de todas las emociones posibles en base a dimensiones independientes. No obstante, la dimensión agrado desagrado sería exclusiva y característica de las emociones, de forma que todas reacciones afectivas se comprometerían en dicha dimensión en alguna medida.

Así, una emoción podría definirse como una experiencia afectiva en cierta medida agradable o desagradable, que supone una cualidad fenomenológica característica y que compromete tres sistemas de respuesta: cognitivo-subjetivo, conductual-expresivo y fisiológico-adaptativo. (Chóliz, 2005)

2.5.1.-Funciones de las emociones.

Todas las emociones tienen alguna función que les confiere utilidad y permite que el sujeto ejecute con eficacia las reacciones conductuales apropiadas y ello con independencia de la cualidad hedónica que generen. Incluso las emociones más desagradables tienen funciones importantes en la adaptación social y el ajuste personal.

La emoción tiene tres funciones principales:

Figura 7: Emociones.



Fuente: (Chóliz, 2005).

2.5.2.-Las emociones y el cerebro.

Solo en tiempos más recientes y gracias a las influyentes aportaciones de científicos y neurólogos como Joseph LeDoux y Antonio Damasio, se ha aceptado considerar que la consciencia no es el único elemento que ocupa la mente o, dicho de otro modo, que el cerebro, cuya operación produce lo que llamamos el pensamiento consciente, es igualmente el origen de las emociones.

En el estudio de las bases científicas de las emociones conviene recordar algunos principios, enunciados por LeDoux que sirven para centrar el problema en términos abordables por la ciencia actual.

El primero es que lo que llamamos coloquialmente ‘emoción’ no se corresponde con un proceso cerebral separado e independiente, sino el resultado de múltiples mecanismos cerebrales que pueden ser distintos en emociones diferentes.

Un segundo principio importante es que los mecanismos cerebrales de conducta emocional, tales como los que se ponen en marcha durante el miedo, la búsqueda de alimento o el deseo sexual, aparecieron ya en estados muy primitivos de la evolución animal y se han conservado en gran medida durante la evolución de los vertebrados, entre los que se cuenta el hombre.

Finalmente, no hay razón para asumir a priori que los componentes conscientes de las emociones son más importantes que los inconscientes, para lo que parece es el objetivo, en términos de la evolución de los seres vivos, de la aparición de los mecanismos cerebrales de las emociones. Se ha tardado siglos en aceptar que el cerebro es el asiento de nuestras funciones mentales, incluyendo las emociones. (Martínez, 2007)

El cerebro racional: La neocorteza

Figura 8: Cerebro Racional.



Fuente: (Barrerar, 2005).

El cerebro emocional: La Amígdala

Figura 9: Cerebro Emocional.

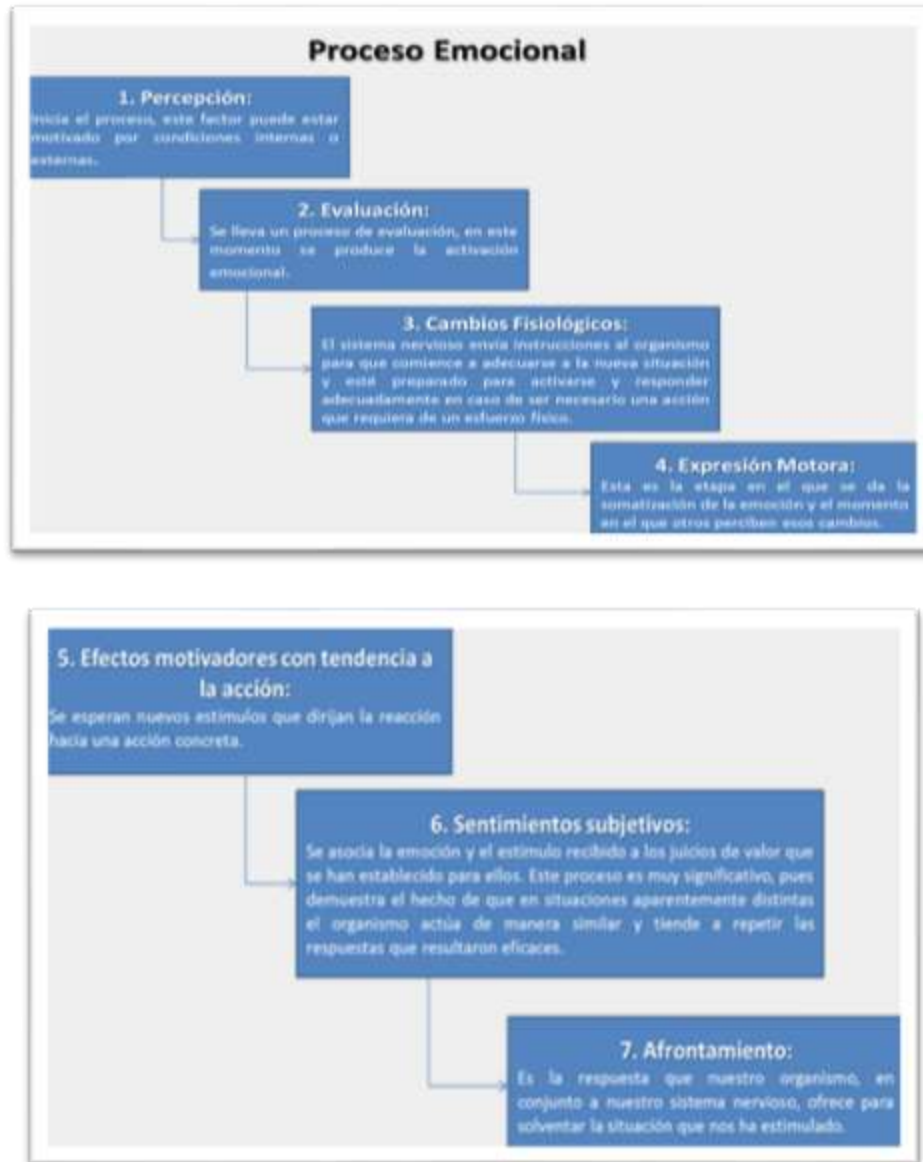


Fuente: (Barrerar, 2005).

2.5.3.- Proceso emocional.

A continuación se listan las fases del proceso emocional:

Figura 10: Proceso Emocional.



Fuente: (Blanco y Carracedo, 2009).

2.5.4.- Clasificación de las emociones.

Es importante nombrar y explicar las reacciones fisiológicas y mentales que están ligadas a las emociones, que son las siguientes:

- **Alegría:** Uno de los principales cambios biológicos producidos por la alegría consiste en el aumento de la actividad de un centro cerebral que se encarga de inhibir los sentimientos negativos y de aquietar los estados que generan preocupación, al mismo tiempo que aumenta el caudal de energía disponible. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente de la alegría son: felicidad, gozo, tranquilidad, beatitud, diversión, dignidad, raptó, euforia, satisfacción, placer, deleite, entusiasmo, excitación, contento.
- **Amor:** El amor provoca la activación del sistema nervioso parasimpático. La pauta de reacción parasimpática está ligada a la respuesta de relajación y engloba un amplio conjunto de reacciones que implican a todo el cuerpo y que dan lugar a un estado de calma y satisfacción que favorece la convivencia. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente del amor son: afecto, cariño, ternura, simpatía, empatía, aceptación.
- **Desagrado:** El gesto que expresa desagrado parece ser universal, y transmite el mensaje de que algo resulta literal o metafóricamente repulsivo para el gusto o para el olfato. La expresión facial de disgusto –ladeando el labio superior y ligeramente la nariz. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente del desagrado son: desdén, displicencia, aversión, disgusto.
- **Ira:** La ira aumenta el flujo sanguíneo a las manos, haciendo más fácil empuñar un arma o golpear a un enemigo; también aumenta el ritmo cardíaco y la tasa de hormonas que, como la adrenalina, generan la cantidad de energía necesaria para acometer acciones vigorosas. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente de la ira son: rabia, enojo, resentimiento, furia, exasperación, acritud, hostilidad, animosidad, indignación, cólera, rencor.
- **Miedo:** En el caso del miedo, la sangre se retira del rostro (lo que explica la palidez y la sensación de "quedarse frío") y fluye a la musculatura

esquelética larga -como las piernas, por ejemplo favoreciendo así la huida. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente del miedo son: ansiedad, aprensión, temor, terror, incertidumbre, desasosiego, angustia, susto, horror, angustia, desesperación, inquietud.

- Sorpresa: El arqueado de las cejas que aparece en momentos de sorpresa aumenta el campo visual y permite que penetre más luz en la retina, lo cual nos proporciona más información sobre el acontecimiento inesperado. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente de la sorpresa son: sobresalto, asombro, desconcierto y admiración.
- Tristeza: La función de la tristeza consiste en ayudarnos a asimilar una pérdida irreparable, como la muerte de un ser querido o un gran desengaño. La tristeza provoca la disminución de la energía y del entusiasmo por las actividades vitales (especialmente las diversiones y los placeres) y, cuanto más se profundice y se acerque a la depresión más lento se torna el metabolismo corporal. Las emociones secundarias que se descuelgan directamente de la tristeza son: aflicción, pena, desconsuelo, soledad, desaliento, melancolía, pesimismo, autocompasión, decepción, frustración.
- Vergüenza: La vergüenza es un mecanismo de defensa ante situaciones que puedan comprometer las cualidades y competencias de una persona. La reacción fisiológica principal que se desencadena a partir de este sentimiento es la alteración del sistema límbico, que está asociado al hipotálamo, que tiene como función regular la temperatura corporal. (Blanco y Carracedo, 2009)

Procesamiento de las emociones

- Los procesos automáticos hacen referencia a aquellos que se generan inmediatamente sin necesidad de realizar análisis conscientes o deliberaciones sobre los estímulos recibidos, esto es, no alcanzan el umbral de la consciencia. Este tipo de procesos se generan en respuesta a estímulos que se consideran desestabilizadores y que podrían provocar un

daño o un desequilibrio al organismo. Al no alcanzar el umbral de la consciencia, y en consecuencia, del razonamiento, estos procesos utilizan vías de transmisión de la información más primitivas en las cuales no participa el neocortex.

- Los procesos controlados se ejecutan ante estímulos que activan emociones más complejas y que requieren la participación de procesos controlados de procesamiento. Estos procesos implican la activación de redes semánticas y esquemas afectivos que implican experiencias personales y sociales. Allí el estímulo sufre un proceso emocional que carga de valores previos y recuerdos al estímulo, adecuando la respuesta a la situación actual en base a situaciones anteriores o a valores sociales adquiridos. (Blanco y Carracedo, 2009)

2.5.5.- Inteligencia Emocional.

Los antecedentes de la inteligencia emocional tienen que rastrearse en las obras que se ocupan de la inteligencia y de la emoción. Estos son los dos componentes básicos de inteligencia emocional, que como descriptor se está utilizando solamente a partir de la segunda mitad de la década de los noventa. La definición del constructo inteligencia emocional ha acaparado la atención de los investigadores desde el artículo de Salovey y Mayer (1990). Según estos autores, la inteligencia emocional consistía en la habilidad de manejar los sentimientos y emociones, discriminar entre ellos y utilizar estos conocimientos para dirigir los propios pensamientos y acciones.

En aportaciones posteriores, Mayer, Salovey y Caruso (2000) conciben la inteligencia emocional como un modelo de cuatro ramas interrelacionadas: 1) Percepción emocional: las emociones son percibidas y expresadas. 2) Integración emocional: Las emociones sentidas entran en el sistema cognitivo como señales que influyen la cognición (integración emoción cognición). 3) Comprensión emocional: Señales emocionales en relaciones interpersonales son comprendidas, lo cual tiene implicaciones para la misma relación; se consideran las implicaciones de las emociones, desde el sentimiento a su significado; esto significa comprender

y razonar sobre las emociones. 4) Regulación emocional (emotional management): Los pensamientos promueven el crecimiento emocional, intelectual y personal. (Alzina, 2003)

Competencia Emocional

Del constructo de inteligencia emocional se deriva el desarrollo de competencias emocionales. La competencia es el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para realizar actividades diversas con un cierto nivel de calidad y eficacia. En el concepto de competencia se integra el saber, saber hacer y saber ser. El dominio de una competencia permite producir un número infinito de acciones no programadas. En resumen, hay un convencimiento en la necesidad de desarrollar competencias que van más allá de las competencias profesionales habituales. No hay todavía ni una conceptualización ni una denominación unánime para estas competencias. Por nuestra parte vamos a referirnos a las competencias emocionales. Entendemos que es una forma de denominar, como mínimo a un sub-conjunto, de las competencias básicas para la vida. Queda como un reto para la comunidad científica la dilucidación jerárquica y terminológica de este emergente entramado de competencias. (Alzina, 2003)

Características De La Competencia Emocional

La competencia emocional (a veces en plural: competencias emocionales) es un constructo amplio que incluye diversos procesos y provoca una variedad de consecuencias. Se puede entender la competencia emocional como el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para comprender, expresar y regular de forma apropiada los fenómenos emocionales.

Entre las competencias emocionales se pueden distinguir dos grandes bloques: a) capacidades de autorreflexión (inteligencia intrapersonal): identificar las propias emociones y regularlas de forma apropiada; b) habilidad de reconocer lo que los demás están pensando y sintiendo (inteligencia interpersonal): habilidades sociales, empatía, captar la comunicación no verbal, etc. (Alzina, 2003)

Estructuración de las competencias emocionales:

- 1. Conciencia emocional:** capacidad para tomar conciencia de las propias emociones y de las emociones de los demás, incluyendo la habilidad para captar el clima emocional de un contexto determinado.
 - Toma de conciencia de las propias emociones: capacidad para percibir con precisión los propios sentimientos y emociones; identificarlos y etiquetarlos.
 - Dar nombre a las propias emociones: habilidad para utilizar el vocabulario emocional y los términos expresivos habitualmente disponibles en una cultura para etiquetar las propias emociones.
 - Comprensión de las emociones de los demás: capacidad para percibir con precisión las emociones y perspectivas de los demás.
- 2. Regulación emocional:** capacidad para manejar las emociones de forma apropiada. Supone tomar conciencia de la relación entre emoción, cognición y comportamiento; tener buenas estrategias de afrontamiento; capacidad para autogenerarse emociones positivas, etc.
 - Tomar conciencia de la interacción entre emoción, cognición y comportamiento: los estados emocionales inciden en el comportamiento y éstos en la emoción; ambos pueden regularse por la cognición (razonamiento, conciencia).
 - Expresión emocional: capacidad para expresar las emociones de forma apropiada. Habilidad para comprender que el estado emocional interno no necesita corresponder con la expresión externa, tanto en uno mismo como en los demás.
 - Capacidad para la regulación emocional: los propios sentimientos y emociones deben ser regulados. Esto incluye autocontrol de la impulsividad (ira, violencia, comportamientos de riesgo) y tolerancia a la frustración para prevenir estados emocionales negativos (estrés, ansiedad, depresión), entre otros aspectos.
- 3. Autonomía personal (autogestión):** dentro de la autonomía personal se incluye un conjunto de características relacionadas con la autogestión

personal, entre las que se encuentran la autoestima, actitud positiva ante la vida, responsabilidad, capacidad para analizar críticamente las normas sociales, la capacidad para buscar ayuda y recursos, así como la autoeficacia emocional.

- Autoestima: tener una imagen positiva de sí mismo; estar satisfecho de sí mismo; mantener buenas relaciones consigo mismo.
- Automotivación: capacidad de automotivarse e implicarse emocionalmente en actividades diversas de la vida personal, social, profesional, de tiempo libre, etc.
- Responsabilidad: intención de implicarse en comportamientos seguros, saludables éticos. Asumir la responsabilidad en la toma de decisiones.

4. Inteligencia interpersonal: la inteligencia interpersonal es la capacidad para mantener buenas relaciones con otras personas. Esto implica dominar las habilidades sociales, capacidad para la comunicación efectiva, respeto, actitudes pro-sociales, asertividad, etc.

- Dominar las habilidades sociales básicas: escuchar, saludar, despedirse, dar las gracias, pedir un favor, pedir disculpas, actitud dialogante, etc.
- Respeto por los demás: intención de aceptar y apreciar las diferencias individuales y grupales y valorar los derechos de todas las personas.
- Comunicación receptiva: capacidad para atender a los demás tanto en la comunicación verbal como no verbal para recibir los mensajes con precisión.

5. Habilidades de vida y bienestar: capacidad para adoptar comportamientos apropiados y responsables de solución de problemas personales, familiares, profesionales y sociales. Todo ello de cara a potenciar el bienestar personal y social.

- Identificación de problemas: capacidad para identificar situaciones que requieren una solución o decisión y evaluar riesgos, barreras y recursos.
- Fijar objetivos adaptativos: capacidad para fijar objetivos positivos y realistas.

Solución de conflictos: capacidad para afrontar conflictos sociales y problemas interpersonales, aportando soluciones positivas e informadas a los problemas. (Alzina, 2003)

2.6.-Planeación

La planeación es un concepto que se desarrolla en diferentes situaciones para poder lograr y establecer metas y objetivos; las personas, instituciones, universidades, gobiernos, etc., la utilizan. Sin una planeación adecuada es más difícil alcanzar y lograr los diferentes objetivos que las organizaciones y los individuos deseen. A continuación se lista una definición de planificación:

La planificación es el proceso de establecer metas y elegir los medios para alcanzar dichas metas. (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996)

Se debe integrar una estrategia, a la planeación, el concepto de estrategia es muy antiguo. La palabra viene del griego, estrategia, que significa el arte o la ciencia de ser general. (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996)

Este concepto es muy utilizado en la vida diaria, a nivel personal y profesional. ¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para tener éxito? Si la estrategia fue la correcta o, ¿qué modificaciones hay que hacer para enderezar el rumbo del plan? Cada persona tiene su estrategia, que puede tener éxito o no, hay varias variables que se deben contemplar para diseñar una estrategia correcta en el ámbito profesional o personal. Escuchamos el término estrategia desde niños, un ejemplo muy sencillo es en los deportes que se practican, si el entrenador utilizó la estrategia correcta o no, dependiendo del resultado que haya obtenido. Este concepto tan sencillo o complejo se aplica en la vida de cada uno de los seres humanos. De igual manera es importante tomarse el tiempo para saber qué estrategia utilizar en cada caso, en la toma de una decisión personal o profesional, de qué manera se debe planificar la decisión para que tenga el resultado que se busca dependiendo del caso, los objetivos y metas del individuo.

Se puede preguntar si en el concepto de planificación y de estrategia, ¿hay algún concepto que los relacione a ambos? A continuación la definición:

Administración estratégica: Proceso administrativo que entraña a la organización realice la planificación estratégica y después actué de acuerdo con dichos planes. (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996)

En la siguiente figura se muestra el proceso de la administración estratégica:

Figura 11: Proceso de la administración estratégica.



Fuente: (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996).

Se listan a continuación las diferentes categorías de planeación:

Tabla 5: Categorías de Planeación.

Autor	Año	Categoría
G. Steiner	1969	Planificación estratégica
M. Porter	1982	Estrategia competitiva
W.F. Glueck y L.R. Jauch	1984	Planeación estratégica
Hax y Majlut	1983	Estrategia de negocios
G. Johnson y K. Scholes	1997	Dirección estratégica
R.L. Ackoff	1997 (1993)	Planeación interactiva
H. Mintzberg y colaboradores	2003 (1998)	Dirección estratégica y administración estratégica
F. R. David	2003(1998)	Dirección estratégica y administración estratégica
M.A. Hitt y colaboradores	2004 (1999)	Administración estratégica y administración global

Fuente: (Torres, 2014).

2.6.1.-Planeación Estratégica.

Existen diferentes definiciones de planeación estratégica por cada autor, a continuación se listan definiciones del concepto:

Planeación Estratégica: es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una empresa para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas; desarrollando planes detallados con el fin de ponerlos en práctica, lograr los propósitos y lograr los resultados que satisfacen las expectativas de los clientes que se atiendan (Reyes, 2012).

Planificación estratégica es un ejercicio que consiste en aclarar lo que una organización trata de conseguir y cómo se propone conseguirlo (Cedpa, 2000).

La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Armijo, 2009).

La definición de planeación estratégica en el caso personal es la secuencia de pasos que se establecen para llegar a un objetivo o meta, que es de forma sistemática pero a la vez flexible para poder modificarse en caso de que no sea óptima y los resultados no sean los deseados.

Proceso Global de Planeación Estratégica:

- 1 Fase: análisis de la situación organizacional, el cual brinda los elementos para identificar las fuerzas y debilidades de la empresa.
- 2 Fase: análisis de la situación externa de la organización, el cual arroja como resultado la identificación de oportunidades y las amenazas del entorno.
- 3 Fase: las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas determinadas se evalúan con el fin de identificar los principales problemas y las alternativas que pueden considerarse para resolverlos; las cuales serán parte integrante del Plan Estratégico Maestro.
- 4 Fase: La derivación del Plan Estratégico se lleva a cabo en esta fase en donde cada una de las áreas organizacionales de la empresa contará con un sistema que le brinde un plan funcional y la forma más eficaz de lograr los resultados que se ha planteado (Reyes, 2012).

Beneficios de la Planeación Estratégica:

- Es esencial para cumplir con las responsabilidades de la alta dirección.
- Formula y contesta preguntas importantes para una empresa.
- Introduce un conjunto de fuerzas decisivas en un negocio:
 1. Simula el futuro
 2. Aplica el enfoque de sistemas
 3. Exige el establecimiento de objetivos
 4. Revela y aclara oportunidades y peligros futuros
- Mejorar la eficiencia y la efectividad organizacional.
- Construir un equipo de trabajo experto.
- Mejorar la toma de decisiones con una perspectiva externa y una amplia base interna.

- Mejorar las comunicaciones y relaciones públicas. (Bojórquez y Pérez, 2013)

Limitaciones de la planeación estratégica

- El medio ambiente puede resultar diferente de lo esperado.
- Puede existir resistencia interna.
- La planeación es cara.
- Pueden existir crisis momentáneas.
- La planeación no es tan fácil.
- Los planes concluidos limitan las opciones.
- Pueden existir limitaciones impuestas diferentes a las limitaciones inherentes a la planeación estratégica. (Bojórquez y Pérez, 2013)

Como cualquier modelo o concepto, la planeación estratégica tiene beneficios, desventajas y limitaciones. Busca ocupar la herramienta para minimizar los posibles errores, planificar a detalle el objetivo que la persona u organización desea alcanzar. Se puede planear la situación, tomando el mayor número de variables y plantear diferentes escenarios y situaciones. Al momento de ejecutar el plan, habrá situaciones que no se tomaron en cuenta, o modificaciones a los diferentes escenarios que se establecieron en la planeación. Lo importante de ejecutar cualquier plan es la forma en que la organización o individuo se adaptan y hacen las modificaciones pertinentes para que el plan se apegue lo más cercano al plan que se diseñó.

La planeación es una herramienta que se puede utilizar en la toma de decisiones personales o profesionales, pero cada situación es diferente y hay variables que se pueden dejar fuera de la planeación, muchas veces se presentan diferentes escenarios a los planeados. Es necesario seguir la planeación pero ir modificando y cambiando según sea necesario para llegar a los objetivos y metas establecidas.

2.6.2.-Planeación Estratégica Personal.

El concepto de planeación personal puede variar según la persona, el autor, dependiendo de lo que se considere correcto, lo que se busca, el objetivo, la meta, cuál es manera para obtener resultados, las creencias, experiencias de vida, si la persona tiene una religión o no. Existen diferentes factores que se toman en cuenta como ya se han mencionado algunos. Cada persona es diferente en la forma de pensar, actuar y de qué forma llega a las metas. Cada ser humano tiene su planeación estratégica personal, no por eso está equivocada si es diferente a los demás, pero hay que tener valores y principios para que esta no afecte a las demás personas que pueden estar involucradas directa o indirectamente en alguna decisión personal o profesional según sea el caso.

A continuación se exponen algunas ideas que reflejan la esencia del planeamiento estratégico personal:

- Es una filosofía de vida representada por los valores y principios que animan la existencia humana, y que orientan las grandes decisiones existenciales así como las opciones del día a día.
- Es una cultura que engloba paradigmas, actitudes, creencias y formas de actuación que posibilitan un sentido de prevención para enfrentar las contingencias de la propia vida.
- Es un proceso permanente que ayuda a tomar decisiones racionales.
- Es un hábito de vida que al ponerlo en práctica cada día configura nuevos patrones de actuación que ayudan a moldear la propia personalidad (Vargas, 2005).
- Es una técnica desarrollada al servicio de la persona para alcanzar determinados objetivos de la vida (Vargas, 2005).
- Es un arte en el que se manifiestan la propia individualidad y, por ende, la creatividad de cada persona (Vargas, 2005).

Como el autor Vargas lo indica, es una filosofía de vida, en la cual se toman decisiones importantes día a día, no es únicamente tomar una decisión porque sí, es pensar, analizar los posibles escenarios y las implicaciones de cada decisión que las personas toman. Dentro de la planeación estratégica personal, es

importante considerar el modelo de toma de decisiones personales y profesionales como una herramienta que integra 3 variables a considerar en la toma de decisiones que son: la parte financiera, la espiritual y el estado emocional. Cada variable tiene un peso en cada persona, dependiendo del caso, el ser humano puede decidir a cuál asignar la mayor ponderación pero sin dejar atrás las otras variables que lo pueden ayudar a que la decisión sea integral.

El autor hace mención de las siguientes preguntas:

Tabla 6: Las 7 preguntas del planeamiento estratégico personal.

¿Quién?	Cada persona es la responsable de emprender su propio planeamiento estratégico. Esta es una tarea en la que no cabe la desatención por las consecuencias negativas que puede acarrear para la propia vida y la familia.
¿Qué?	El planteamiento estratégico personal constituye una filosofía, una cultura, un proceso, un hábito, una técnica y un arte.
¿Por qué?	Constituye fundamentalmente una valiosa inversión para el futuro que necesariamente deberá realizarse en el momento presente.
¿Cómo?	Las técnicas del planteamiento estratégico personal son variadas, pero una de las más empleadas es el análisis FORD- fortalezas, oportunidades, riesgos y debilidades.
¿Cuándo?	Cualquier momento es oportuno para emprender el proceso de planificar la propia vida. Este planeamiento de vida puede plantearse no solamente en la adolescencia y adultez joven, sino también en las etapas de la adultez media, adultez tardía y aún en la ancianidad.
¿Dónde?	El planeamiento estratégico personal corresponde realizarlo frente a todas las circunstancias de la vida, inclusive en los momentos más dramáticos y angustiosos.
¿Cuánto?	El costo del planeamiento de vida es psicológico, pero para muchas personas es tan alto que no están dispuestas a asumirlo. Requiere del pensamiento racional, del pensamiento creativo y también del pensamiento tenaz, además de una actuación comprometida y moralmente íntegra.

Fuente: (Vargas, 2015)

Es importante hacerse preguntas cuando uno toma una decisión: ¿Por qué lo estoy haciendo? ¿Qué ventajas y desventajas hay en el corto, mediano y largo

plazo? No es únicamente tomar una decisión porque sí o no, cada decisión que toma el ser humano tiene repercusiones positivas y negativas. En la vida uno no puede pasar mucho tiempo pensando una situación, porque la vida es para actuar y seguir adelante, pero uno sí se puede detener para observar el posible escenario y las consecuencias. En un momento determinado, el individuo se puede sentir satisfecho con una decisión, porque tenía la oportunidad de tomar revancha en alguna situación que no fue beneficiado, pero después que la persona está fría y tranquila puede que se arrepienta de tal decisión.

No hay un método, herramienta o sistema que determine si la decisión que se tome va a funcionar, que sea la correcta y optima, no estoy de acuerdo que sea la mejor decisión porque se puede mejorar el escenario posible de la decisión que se va a tomar. Una decisión es un proceso de razonamiento, de analizar los diferentes escenarios y variables, que tiene un impacto en la vida diaria de cada persona.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.

3.1.- Introducción.

En el capítulo se presentan los aspectos metodológicos de la investigación. Se explican las herramientas que se seleccionaron para llevar acabo el trabajo y obtener la información que es necesaria para la investigación. El diseño de la investigación es con base en un estudio transversal en el que los datos se recolectan en un tiempo único. El propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La elección de este estudio fue porque hay una sola medición para la recopilación de los datos correspondientes. La herramienta que se eligió para la recolección de los datos fue la encuesta, en la cual se establecen factores que más adelante en el capítulo se describen a detalle las razones del por qué está diseñada de esta forma.

El proceso de la investigación que se utiliza es el enfoque mixto:

Hernández Sampieri, hace mención de Johnson, quien define la investigación mixta. En un sentido amplio visualizan la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo peso. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La selección de la muestra se hace en la ciudad de Puebla, en diferentes puntos de la misma para obtener diferentes opiniones de los encuestados. La selección de los lugares se debe a que hay diferentes capillas donde asisten los posibles encuestados.

Una muestra es el subconjunto de una población. Una muestra está integrada por los individuos, objetos o medidas seleccionadas de una población por la persona que obtiene los elementos de la muestra. (Johnson y Kuby, 2008)

Es una breve descripción de la metodología que se utilizó, para que el lector tenga una idea general. Más adelante se describe el porqué del diseño, la encuesta y otros aspectos que se tomaron en cuenta.

3.2.- Alcances y enfoque de la investigación.

En el siguiente punto se presentan en forma más detallada los alcances y el enfoque que tiene la investigación, con los diferentes conceptos, definiciones, problemáticas, ajustes y modificaciones que tiene el trabajo.

El alcance del estudio depende de la estrategia (el diseño) de la investigación, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de la investigación, que son distintos en estudios exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. ¿De qué depende que el estudio sea de un alcance u otro? Básicamente depende de dos factores: el estado actual del conocimiento sobre el tema de investigación (puesto en evidencia por la revisión de la literatura y la construcción del marco teórico) y el enfoque que se pretenda dar al estudio. (Gómez, 2006)

El diseño de la investigación es un diseño no experimental que tiene las siguientes características en base a Hernández Sampieri:

- Se analiza el nivel o modalidad de una variable o variable en un tiempo dado.
- Se evalúan la situación, el evento o fenómeno en un punto determinado de tiempo.
- Se determina la relación de un conjunto de variables en un momento. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Los diseños no experimentales están clasificados como: transeccional y longitudinal.

En el diseño transeccional (transversales), los investigadores recopilan información en único momento. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Estos tipos de estudios son de elección cuando no se puede determinar con precisión el momento de inicio del evento que se estudia. En el caso de investigación, se seleccionó el diseño transversal por las características anteriormente descritas. La recolección de datos por medio de las encuestas se hace en un momento determinado. Se miden las percepciones de los encuestados referentes a su experiencia de estar asistiendo a las capillas de adoración. La encuesta está diseñada con ciertos factores, en relación con la asistencia del

encuestado a la capilla y de qué manera su vida ha cambiado a raíz de que asiste. Se identifican las variables relacionadas en ese momento por tener un impacto en su toma de decisiones personales y profesionales:

¿Qué aspectos son importantes para los individuos?

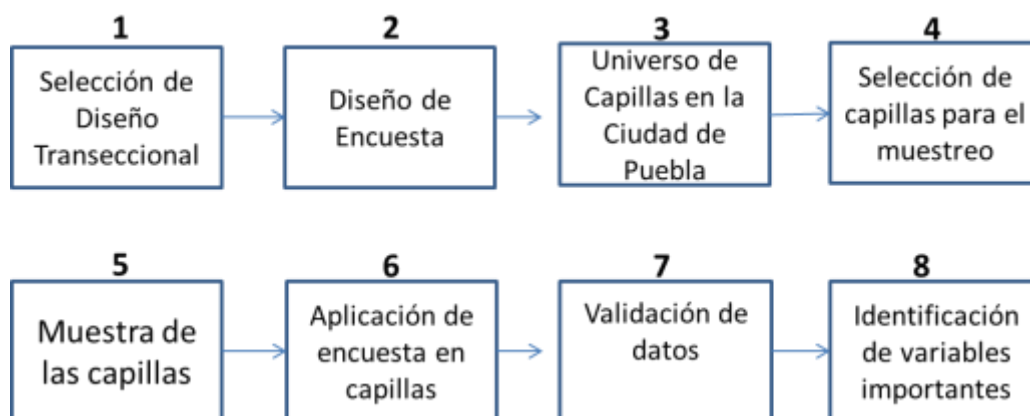
¿Cuáles tienen más peso para tomar ciertas decisiones?

El estudio que se aplica a la investigación es el correlacional que tiene el siguiente propósito su finalidad es conocer la relación o el grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La relación que se investiga es en la toma de decisiones cuando se utilizan los tres ejes ya mencionados, de la manera en que están relacionados en la toma de decisiones personales y profesionales.

En el siguiente Diagrama 1, Procesos de diseño de investigación, se muestran los pasos para el diseño de la investigación.

Diagrama 1: Proceso de diseño de investigación.



Fuente: Elaboración Propia.

Explicación de cada paso:

- 1) En el primer paso se seleccionó el diseño de la investigación que fue transeccional, porque se recopilan los datos en un momento único.
- 2) Se inició con el diseño de la encuesta, por medio de entrevistas con personas que estaban involucradas con las capillas. La encuesta se fue

modificando hasta hacer pruebas piloto, y por medio de la retroalimentación se hicieron los cambios hasta llegar a la encuesta final.

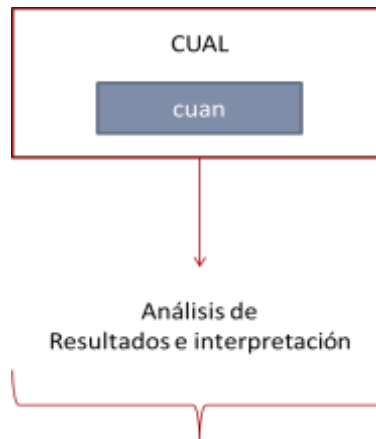
- 3) En la ciudad de Puebla hay un universo de capillas donde asisten los posibles encuestados.
- 4) La selección de las capillas es aleatorio para aplicar las encuestas a los adoradores.
- 5) La selección y ubicación de las capillas para obtener la información correspondiente.
- 6) Aplicación de las encuestas en las diferentes capillas y en horarios alternos.
- 7) Validación de los datos.
- 8) Identificación de las variables con las cuales se está diseñando el modelo de toma de decisiones.

El enfoque que tiene la investigación es mixto, porque el método representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica los datos, la recolección de datos y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Con base en el diseño que se aplica a la investigación es el diseño anidado o incrustado concurrente de modelo dominante . En este caso, el método que tiene mayor peso es el cualitativo, el cuantitativo es anidado. Los datos recolectados por los dos métodos se comparan en la parte final del análisis. En el proceso de la investigación, la recolección de datos es un proceso importante porque se toma la opinión de los encuestados referente a su percepción, experiencia, de qué manera su vida ha cambiado en un antes y después de haber asistido a las capillas de adoración. La encuesta está diseñada para recopilar estos datos por medio de un método cualitativo. Posteriormente, se deben evaluar estos datos, donde el método cuantitativo es importante.

Con el proceso de investigación, evaluación de datos y conocimiento de las variables que tienen mayor peso en los encuestados, se diseñó un modelo con un conjunto de estrategias para la toma de decisiones personales y profesionales. Esto, para que las decisiones que tomen los individuos sean más razonadas y que no se tomen en forma rápida por aspectos económicos.

Figura 12: Diseño anidados concurrentes de modelo dominante.



Fuente: Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (2014). México: McGrawHill Educación.

3.3.- Hipótesis.

Para tener un concepto claro y preciso de lo que es la hipótesis en un trabajo de investigación, se listan diferentes definiciones de otros autores que cita Rodríguez (2005):

- "Es una conjetura o proposición sujeta a comprobación" (Zorilla, 1989).
- "Es una proposición enunciada para responder tentativamente a un problema" (Pardinas, 1981)
- "Es una anticipación en el sentido de que se proponen ciertos hechos o relaciones que pueden existir, pero que todavía no conocemos y no hemos comprobado que existan" (Arias, 1984) (Rodríguez, 2005)

Las hipótesis pueden ser más o menos generales o precisas, y abarcar dos o más variables; pero en cualquier caso son sólo afirmaciones sujetas a comprobación empírica, es decir, a verificación en la realidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La hipótesis de una investigación la defino de la siguiente manera: es una idea que se puede considerar factible, pero lleva un proceso de investigación para ver si es posible probarla o rechazarla según sea el caso.

El ser humano durante su vida toma diferentes tipos de decisiones: familiares, personales, profesionales, etc. Una decisión puede impactar una vida, varias o miles de personas. El individuo solo utiliza ciertos criterios para tomar decisiones, no toma un tiempo para razonar más, solo busca obtener un beneficio personal. A eso se debe la inquietud de desarrollar un modelo de toma de decisiones, para que las personas se tomen un tiempo en tomarla, ya que uno reacciona de diferente manera según la situación en la que se encuentre. Se tienen como ejes rectores el financiero, el espiritual y el emocional, que son importantes en la toma de cualquier decisión personal y profesional.

Surgen dudas o preguntas de cómo hacer que este proceso de toma de decisiones sea más completo y que los individuos razonen por más tiempo sus decisiones. Que el aspecto financiero o económico no sea el más importante o el único que determine la decisión, y que se conjunten los otros dos aspectos: el espiritual y el emocional. Si el ser humano tiene una mejor calidad de vida en lo espiritual, puede influir en que la decisión no sea tan rápida, violenta, sin razonamiento. Es necesario tomarse un tiempo para estar relajado y no dejar que su estado emocional influya en la toma de decisión, es decir, estar tranquilo, ecuaníme, sin cambios bruscos, refiriéndose al enojo o frustrado, o al polo opuesto, feliz o muy efusivo. Se debe buscar un equilibrio, que es lo más difícil de tener en la vida diaria.

La hipótesis de la investigación es la siguiente:

- Por medio del modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando los 3 ejes rectores, el financiero, espiritual y emocional, se pueden obtener mejores decisiones.

Si se evalúa cada eje rector en el modelo, y no sólo se toma uno o dos, en base a la hipótesis ya mencionada, los 3 ejes son importantes para que se tomen en consideración los otros factores para tomar la decisión. Esto, teniendo en cuenta que el eje rector que tiene más peso es el financiero, en el aspecto profesional y personal. A los otros dos ejes rectores se les asigna un peso por igual y por lo general quedan en segundo término.

El siguiente Diagrama 2, Propuesta de modelo estratégico, resume la hipótesis:

Diagrama 2: Propuesta de modelo estratégico.



Fuente: Elaboración Propia.

3.4.- Muestra.

En la siguiente sección se describen los pasos de la selección de la muestra para el desarrollo de la investigación. A continuación se listan diferentes definiciones de la muestra:

Muestra: subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Muestra: es el subconjunto de una población. (Johnson y Kuby, 2008)

La unidad de muestro para la investigación que se ha definido son las personas que asisten a las capillas de adoración en la ciudad de Puebla.

Delimitación de la población: antes se define el concepto de población.

Población o universo: conjunto de todos los casos que concuerden con determinadas especificaciones. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Población: es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común en grupo de seres u objetos. (Moguel, 2005)

La población que se seleccionó fueron las capillas de adoración que se ubican en la ciudad de Puebla. A continuación se listan las capillas:

Tabla 7: Total de capillas en la ciudad de Puebla.

Número	Parroquia	Colonia	Fecha Apertura
1	Santuario del Señor de la Misericordia	Satélite Magisterial	21-sep-08
2	Parroquia San Juan de los Lagos	San Rafael Poniente	08-mar-09
3	Parroquia Nuestra Señora de Ocotlán	Humbolt	31-may-09
4	Parroquia Nuestra Señora de Fátima	Loma Bella	01-ene-10
5	Iglesia de Nuestra Señora de la Misericordia	Xonaca	13-mar-10
6	Parroquia Santa Cruz y Divino Niño	Santa Cruz Buenavista	25-jul-10
7	Parroquia de Nuestra Señora de Guadalupe	Guadalupe Hidalgo	23-sep-10
8	Parroquia Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	El Carmen	20-nov-10
9	Parroquia Divino Salvador	Chachapa	29-ene-11
10	Parroquia Nuestro Señor de las Maravillas	Maravillas	13-feb-11
11	Iglesia Ntra. Señora de los Ángeles	Ángeles Mayorazgo	19-mar-11
12	Parroquia Madre Admirable	Prados Agua Azul	08-abr-11
13	Parroquia San Miguel Canoa	Canoa	05-jun-11
14	Parroquia Santa María de la Asunción	Amozoc	15-ago-11
15	Parroquia la Preciosa Sangre de Cristo	Jardines de Santiago	04-oct-11
16	Parroquia Santa María de la Natividad	Xonacatepec	06-feb-12
17	Parroquia San Martín de Porres	Álamos	07-mar-12
18	Parroquia Divina Providencia	Castillotla	18-nov-12

19	Iglesia de la Sagrada Familia	Insurgentes	26-mar-13
20	Parroquia Coronación de Nuestra Señora de Guadalupe	La libertad	28-abr-13
21	Seminario Mayor Palafoxiano	Providencia	08-dic-13

Fuente: Elaboración Propia.

Delimitación de la población:

- Capillas de adoración ubicadas en la ciudad de Puebla.
- Personas que asisten a las capillas únicamente para la adoración.
- Mayores de edad, sexo indistinto.
- La encuesta se realiza afuera de la capilla.
- El tiempo de asistencia a la capilla no es una limitante.

3.4.1.-Tipo de muestra.

Los tipos de muestras se pueden categorizar en dos: Muestras no probabilísticas y Muestras probabilísticas. El autor Hernández Sampieri las define de esta manera:

Muestra probabilística: Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

Muestra no probabilística o dirigida: Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transeccionales (transversales), tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo). El tamaño representativo de la muestra que se va a utilizar es de 200 encuestas.

3.5.- Diseño de la investigación.

En la siguiente sección se describe el diseño de la investigación. La primera parte fue el diseño del cuestionario, el cual tuvo varias modificaciones hasta llegar a la versión final.

En el diseño del cuestionario existen dos objetivos básicos: obtener información aplicable a los contenidos de la investigación, y que esa información sea recogida con el máximo nivel de fiabilidad y validez. El objeto de la investigación es el que determina la temática sobre la que versa cada una de las preguntas del cuestionario. (Díaz, 2001)

Las preguntas del cuestionario son de escala: son preguntas cuyas respuestas se dan a través de una escala preestablecida, ya sea elaborada por el investigador, una escala de Likert u otra. (Corral, 2010)

Ejemplo de pregunta del cuestionario:

Para determinar el antes y después se utilizan dos factores que se describen a continuación:

Primer Factor Tiempo:

- El tiempo que llevan asistiendo a la capilla de adoración.
- Para el Antes se toma el que lleven menos de un año asistiendo a la capilla.
- En el caso de Después es que lleven más de un año asistiendo a la capilla.
- Estos factores se toman de la pregunta de la encuesta que se les hace a los adoradores que asisten a la capilla.

Segundo Factor Relación con Dios:

- Para la Relación hay tres opciones: Fuerte, Regular y Débil.
- En el caso del Antes, las dos opciones son Regular y Débil.
- En el Después, el único que aplica es Fuerte.

Las preguntas que se utilizan para determinar esos dos factores son las siguientes:

¿Qué tiempo lleva usted asistiendo al Santísimo Sacramento?

A) Menos de 1 año

B) Más de 1 año

¿Qué relación tiene con el Santísimo Sacramento?

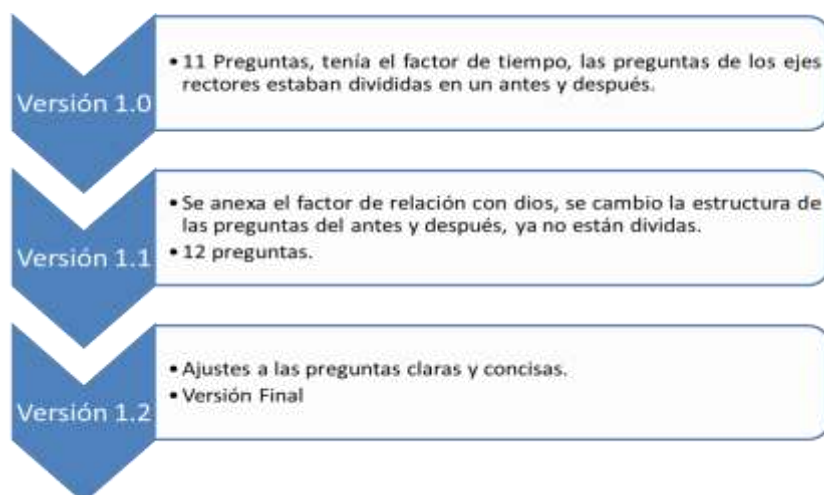
A) Fuerte

B) Regular

C) Débil

En el siguiente Diagrama 3, Diseño de Cuestionario, se muestran las etapas de diseño del cuestionario desde la primera versión hasta la última para aplicarlo a las personas en las capillas de adoración. Con los aspectos más relevantes de cada versión.

Diagrama 3: Diseño de Cuestionario.



Fuente: Elaboración Propia.

3.5.1.-Cuestionario.

Se muestra el instrumento que se utilizó para realizar la encuesta, cuestionario final.

1. ¿Qué tiempo lleva usted asistiendo al Santísimo Sacramento?

A) Menos de 1 año

B) Más de 1 año

2.- ¿Qué relación tiene con el Santísimo Sacramento?

A) Fuerte

B) Regular

C) Débil

3. ¿La economía familiar ha tenido cambios positivos desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

4. ¿El ingreso monetario ha aumentado desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

5. ¿Usted siente una mayor seguridad en su trabajo desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

6. ¿Su paz interior se ha fortalecido a partir que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

7. ¿Su actitud ante la vida es más positiva desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

8. ¿Su vida espiritual ha mejorado desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

9. ¿Usted puede manejar sus emociones de mejor manera en situaciones difíciles desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

10. ¿Usted tiene una mayor estabilidad emocional, desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E)Pésimo

11. ¿Su autoestima se ha fortalecido a raíz de asistir ante el Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E) Pésimo

12. ¿Su confianza se ha incrementado al vivir la experiencia de estar ante el Santísimo Sacramento?

A) Excelente B) Bueno C) Regular D) Malo E) Pésimo

3.5.2.- Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. La encuesta que se utilizó fue la personal que consiste en un encuentro entre dos personas en el cual una de ellas obtiene información proporcionada por la otra sobre la base de un cuestionario. (Grande y Abascal, 2005)

La encuesta personal fue en las capillas de adoración. Se hizo 1 prueba piloto para revisar si los tipos de preguntas eran las más adecuadas, si la pregunta era clara y comprensible, si el ordenamiento era lógico.

El método de validación que se utilizó fue el Alpha de Cronbach el cual se define de la siguiente manera:

El coeficiente alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach. Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados. (Oviedo y Campo-Arias, 2005). Los valores oscilan entre 0 y 1. Se considera que existe una buena consistencia interna cuando el valor del alpha es superior a 0.8.

Alpha de Cronbach

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

α = Alpha de Cronbach

K = Número de Items

V_i = Varianza de cada item

V_T = Varianza Total

A continuación el resultado de la prueba piloto:

- Prueba piloto con 30 encuestas:

$$\alpha = .889$$

Una vez que se realizó la prueba piloto, el resultado fue alto ya que el valor es mayor que 0.8, se procedió a continuar con la encuesta y el resultado final de las 200 encuesta es el siguiente:

$$\alpha = .869$$

Con base en los resultados finales, la confiabilidad del instrumento se mantuvo con porcentajes similares a los resultados de la prueba piloto.

3.6.- Diagrama de Bloques.

En la siguiente sección se describe por medio de un diagrama de bloques la metodología que se utilizó. A continuación se listan los pasos que se siguieron para desarrollar la metodología en la investigación.

- 1) El primer paso fue la selección del diseño que fue transeccional-transversal, porque la información se recopila en un momento único.
- 2) El enfoque de la investigación es mixto, con el enfoque cualitativo tiene un mayor peso, el cuantitativo es anidado.

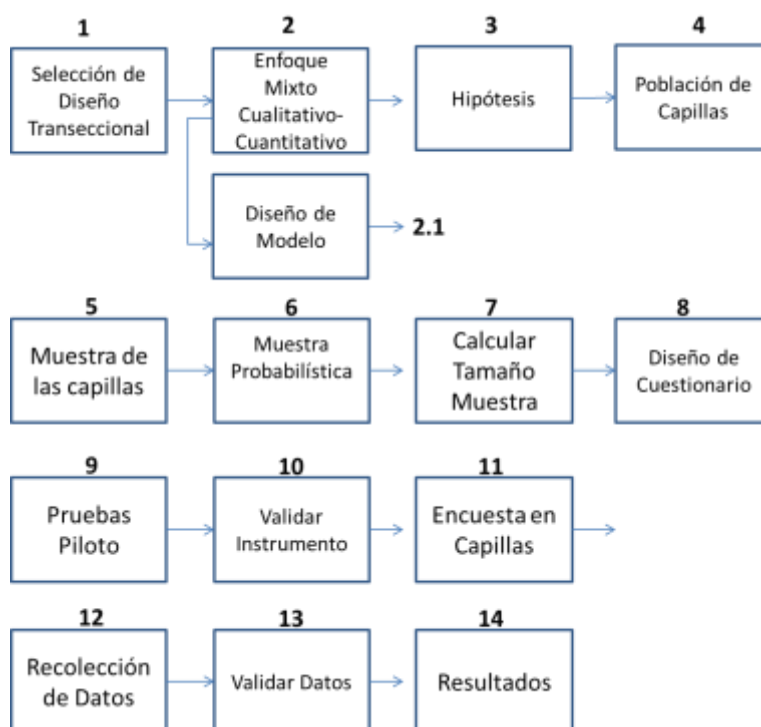
- 2.1) En el desarrollo de la metodología, el modelo estratégico de toma de decisiones personales y profesionales se diseña en paralelo. Se seleccionan los ejes que se van a utilizar y las razones por las cuales se eligieron.
3. La hipótesis que se quiere probar que es la siguiente: Por medio del modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales, utilizando los 3 ejes rectores, financiero, espiritual y emocional se pueden obtener mejores decisiones.
4. En la ciudad de Puebla hay un número de capillas de adoración a las que asisten las personas, con base en estas, se seleccionó la población para hacer la encuesta y las entrevistas. Con estas características se delimitó la población: capillas de adoración ubicadas en la ciudad de Puebla. Personas que asisten a las capillas únicamente para la adoración. Mayores de edad, sexo indistinto. La encuesta se realiza afuera de la capilla. El tiempo de asistencia a la capilla no es una limitante.
5. La selección de la muestra es aleatoria: se aplican en las diferentes capillas de adoración que se encuentran en diferentes ubicaciones dentro de la ciudad de Puebla.
6. La muestra fue probabilística: son esenciales en los diseños de investigación transeccionales (transversales), tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos).
7. El número de personas a las que se aplicó la encuesta fue 200.
8. Diseño del cuestionario: consistió en 3 versiones, las preguntas del cuestionario son de escala, las preguntas están divididas en un antes y después.
9. La prueba piloto fue con 30 encuestas cada una. Las preguntas eran claras y concisas.
10. El instrumento que se utilizó es el Alpha de Cronbach para validar los datos del cuestionario que se utilizó en la prueba piloto.
11. Las encuestas se realizaron en las diferentes capillas de adoración, con las mismas personas que asisten.

12. Se hizo la recolección de los datos y descarga de ellos. Se utilizó Excel como herramienta.

13. Para la validación de los datos de la encuesta se utilizó el Alpha de Cronbach.

14. Se analizaron los datos y arrojaron los resultados de las encuestas que se hicieron en las capillas de la ciudad.

Diagrama 4: Diagrama General de Metodología.



Fuente: Elaboración Propia.

3.6.1.- Modelo de decisiones

La toma de decisiones es un proceso natural que cualquier ser humano hace diariamente en diferentes aspectos como el individual, familiar, empresa, según sea la situación. Es un aprendizaje natural o estructurado en el cual hay diferentes opciones. (Fundesyram, 2011)

La toma de decisiones se basa en cuatro corrientes académicas, basadas en los principios de racionalidad analítica y la armonía de los objetivos. La escuela de proceso administrativo, se basan dentro de los conceptos de costos y ganancias,

el criterio el generar ganancias para las empresas. La escuela cuantitativa, se aplican las leyes de validez universal, en la empresa.

El criterio es optimizar, tener el mayor esperado. En la escuela de relaciones humanas y conductista, la racionalidad de las decisiones que se tomen bajo la teoría del rol de la personalidad y aprendizaje. El criterio que el hombre tenga la mayor satisfacción. Las diversas corrientes del cambio, incluyen propuestas tales la teoría general de sistemas, teoría situacional. El criterio de decisión es la solución de los conflictos si y solo si nos perjudican. (Acevedo, Linares y Cachay, 2010)

En esta sección se describe el modelo que se plantea, primero el esquema en general, después se hace una explicación por individual de cada eje en el diagrama general del modelo de toma de decisiones. El primer módulo es el eje rector financiero, el cual es muy importante al elegir la decisión, ya sea personal o profesional. Es un factor que toma mucho peso en la toma de alguna decisión, porque representa una estabilidad personal y profesional para cualquier ser humano. El segundo es la espiritualidad para el ser humano, ya que al tener ese eje en la vida personal y profesional la decisión no solo será en base a lo económico. Otros aspectos que se toman en cuenta en este módulo son: confianza, paz interna, alegría, dignidad, respeto y humildad. El último es el estado emocional, éste puede influir en una decisión correcta o incorrecta dependiente del estado de ánimo en que se encuentre la persona. Es importante precisar que al tener un equilibrio emocional, la decisión tiene mayor posibilidad de ser acertada y minimizar el error.

3.7.- Prueba de Hipótesis

En esta sección del trabajo de investigación se establece por qué se va a utilizar la prueba de hipótesis, los posibles resultados de ésta y las reglas para decidir si la hipótesis se rechaza o no.

El proceso de decisión empieza al identificar algo de interés y luego formular dos hipótesis acerca de éste. La hipótesis es un enunciado de que algo es verdadero.

Se va a utilizar la prueba de hipótesis estadística para rechazar o probar las diferentes variables del modelo de toma de decisión. (Johnson y Kuby, 2008)

Prueba de hipótesis estadística: proceso para el que se toma una decisión entre dos hipótesis opuestas. Las dos hipótesis opuestas se formulan de modo que cada una es la negación de la otra. (Una de ellas es siempre verdadera, y la otra es siempre falsa). Entonces se prueba una hipótesis esperando que pueda demostrar ser un suceso improbable, lo cual implica que es probable que la otra hipótesis sea la verdad.

Las dos hipótesis comprendidas para tomar una decisión se conocen como la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. (Johnson y Kuby, 2008)

En la siguiente tabla se establecen las definiciones de hipótesis nula y alternativa.

Tabla 8: Hipótesis Nula y Alternativa.

Hipótesis nula, *H ₀	Hipótesis alternativa, *H _a
La hipótesis nula que probaremos. Generalmente, ésta es la exposición de que un parámetro poblacional tiene un valor específico. La hipótesis nula recibe ese nombre porque es el "punto de partida" para la investigación. (La frase no hay diferencia se usa con frecuencia en su interpretación).	Enunciado acerca del mismo parámetro poblacional que se usa en la hipótesis nula. Generalmente, éste es un enunciado que especifica que el parámetro poblacional tiene un valor diferente, en alguna forma, del valor dado en la hipótesis nula. El rechazo de la hipótesis nula implicará la probable verdad de esta hipótesis alternativa.

Fuente: Johnson, R. & Kuby, P. (2008). *Estadística elemental: Lo esencial (10ª ed.)*. D.F.: CENGAGE LEARNING.

En la tabla se definen los cuatro posibles resultados en una prueba de hipótesis.

Tabla 9: Cuatro posibles resultados en una prueba de hipótesis.

Cuatro posibles resultados en una prueba de hipótesis		
Hipótesis nula		
Decisión	Verdadera	Falsa
No rechaza H_0 Rechazar H_0	Decisión correcto tipo A Error tipo I	Error tipo II Decisión correcta tipo B

Fuente: Johnson, R. & Kubly, P. (2008). Estadística elemental: Lo esencial (10a ed.).D.F.: CENGAGE LEARNING.

Regla de decisión:

- Si el valor de p es menor o igual al nivel de significación α , entonces la decisión debe ser **rechazar H_0** .

Si el valor p es mayor al nivel de significación α , entonces la decisión debe ser **no rechazar H_0** . (Johnson y Kubly, 2008)

3.8.- Anova

Sirve para comparar si los valores de un conjunto de datos numéricos son significativamente distintos a los valores de otro grupo o más conjuntos de datos.

La base teórica del análisis de varianza fue desarrollada y publicada por R.A. Fisher (1923). Hoy en día, el análisis de varianza es una técnica estadística que permite analizar datos provenientes de un experimento aleatorio comparativo. El análisis de varianza, en adelante ANOVA, es un conjunto de procedimientos que se ajustan a las características del diseño experimental usado en la obtención de los datos. Si el diseño es unifactorial, se aplica el ANOVA de clasificación, este será de dos vías cuando se analicen dos factores; de tres vías cuando se analizan tres factores, etc. Si se tiene un factor y una variable de agrupación, diseño de bloques, el ANOVA también es de dos vías. El objetivo central del ANOVA es la

comparación de dos o más tratamientos, cada uno de los cuales representa una población, como es usual en los experimentos comparativos. (Díaz, 2009)

Como indican Evrad, Prass y Roux, el análisis de la varianza ha sido considerado desde dos perspectivas distintas:

Una, relacionada con la experimentación, en tanto que herramientas de análisis de diseños experimentales, para lo cual se requiere de celdas (número de observaciones de una o varias modalidades) con el mismo tamaño. Se apoya en un modelo aleatorio según el cual las modalidades de una variable explicativa son muestras extraídas de un conjunto mayor de modalidades posibles.

Otra, relacionada con el análisis de datos, acepta que los grupos estén compuestos por un número diferente de efectivos (corresponde generalmente a datos de encuestas donde se controlan todas las situaciones experimentales). Descansa sobre un modelo lineal (efectos fijados) donde las influencias conciernen únicamente a las modalidades de la variable explicativa que han sido estudiadas (y no al conjunto de esta variable). (Luque, 2012)

3.8.1.- Anova de dos factores

El método estadístico que se seleccionó para procesar los datos y obtener los resultados finales de la investigación fue el Anova de dos factores y el software que fue seleccionado es SSPS. A continuación se describe la parte teórica del Anova de dos factores.

Sean dos factores, que denominaremos A, con t niveles y B, con r niveles, si el diseño es cruzado tendremos tr clases en total, si además es equilibrado, con n observaciones en cada clase, el número total de observaciones es $N = trn$.

El modelo de análisis de la varianza con dos factores sin interacción se puede escribir como:

$$X_{ij} = m + A_i + B_j + e_{ij}$$

Donde X_{ij} es una variable aleatoria que representa al conjunto de valores posibles de la variable dependiente correspondiente al nivel i -ésimo del factor A y al nivel j -ésimo del factor B, m es la media general, A_i es el efecto aditivo que

sobre esa media produce el nivel i -ésimo del factor A, B_j el correspondiente al nivel j -ésimo del factor B y e_{ij} es el error o residuo del modelo (UCO, 2005).

Los distintos elementos que componen el modelo se definen como:

$A_i = m_i - m$, siendo m_i la media poblacional del nivel i -ésimo del factor A, sin considerar el factor B.

$B_j = m_{\cdot j} - m$ siendo $m_{\cdot j}$ la media poblacional del nivel j -ésimo del factor B, sin considerar el factor A.

$$e_{ij} = X_{ij} - m_i - m_{\cdot j} + m$$

En el caso de que se considere la interacción, el modelo se formula como:

$$X_{ijk} = m + A_i + B_j + AB_{ij} + e_{ij}$$

Donde AB_{ij} es el efecto de la combinación del nivel i -ésimo del factor A con el j -ésimo del factor B no contemplado por dichos niveles individualmente. En este caso, si definimos $m_{ij} = m + A_i + B_j + AB_{ij}$ como la media total correspondiente a los niveles i -ésimo de A y j -ésimo de B, el modelo se puede expresar como:

$$X_{ijk} = m_{ij} + e_{ij}, \text{ con lo que el residuo es}$$

$$e_{ij} = X_{ij} - m_{ij}, \text{ y la interacción:}$$

$$AB_{ij} = X_{ij} - m - A_i - B_j - e_{ij} = m_{ij} - m_i - m_{\cdot j} + m$$

Vemos que el modelo sin interacción está incluido en el modelo con interacción, sin más que considerar en este último caso que AB_{ij} es cero, por ello, en lo que sigue se considera siempre modelo con interacción, procediendo a anular dicho término en el caso de que no lo haya (UCO, 2005).

CAPÍTULO 4. RESULTADOS.

4.1.- Introducción.

En este capítulo se presenta el desarrollo del modelo estratégico de toma de decisiones personales y profesionales utilizando los tres ejes rectores: financiero, espiritual y estado emocional. Se muestra el esquema general del modelo con la explicación del porqué cada eje rector es importante en la toma de decisiones.

La selección de las preguntas que se utilizaron en el cuestionario cuando se aplicó la encuesta está relacionada con los tres ejes rectores antes mencionados. Un análisis completo de los factores que se seleccionaron para determinar el antes y después en la encuesta la cual se aplicó. El modelo estadístico el cual se utilizó para procesar la información y obtener los resultados. Las gráficas de los resultados finales, las pruebas de hipótesis para decidir cuál de las hipótesis es verdadera y la otra se rechace.

4.2.-Modelo estratégico para la toma de decisiones personales y profesionales utilizando tres ejes rectores: financiero, emocional y espiritual.

En la sección se muestra el modelo general del modelo estratégico de toma de decisiones antes mencionado con los ejes rectores. Es un modelo estratégico de toma de decisiones personales y profesionales que tiene tres ejes rectores: financiero, emocional y espiritual.

Cada uno de los 3 ejes rectores es importante en la toma de cualquier decisión personal y profesional, el modelo toma estos 3 ejes rectores para que se utilicen en la toma de las decisiones. Es de importancia no solo centrar una decisión en la parte económica, sino incorporar estos dos elementos que son la espiritualidad y estado emocional. Cada concepto es importante, por ello se utilizan los 3 para la toma de decisiones, para complementar y para que la decisión sea más integral y razonada.

Además de que una decisión puede ser estratégica para los ámbitos personales y profesionales, no solo se debe tomar por tomar, sino que es un proceso que debe incorporar diferentes opciones para que ésta sea la más acertada o lo que buscamos obtener como resultado final. La toma de decisiones

no es un proceso tan sencillo como puede parecer, hay que tomar en cuenta diferentes situaciones, circunstancias, según sea el caso. Si una decisión se toma con base en el aspecto económico únicamente, ¿qué pasa si la persona que la toma está en un estado emocional violento, enojado, triste o depresivo? ¿Qué tanto puede afectar esto la decisión? O bien, ¿qué pasa si se encuentra en un momento frágil o de desgaste en la parte de espiritualidad? El concepto que cada persona tiene de espiritualidad no necesariamente tiene que estar vinculado con la religión. Por eso no se trata únicamente de tomar una decisión porque sí, es necesario evaluar y visualizar los diferentes escenarios o circunstancias, y las repercusiones o beneficios al tomar una u otra decisión sobre si ésta fue la correcta.

El modelo estratégico de toma de decisiones profesionales y personales incorpora los tres ejes rectores para que la decisión se analice con más tiempo y para que la persona que toma la decisión evalúe los puntos relacionados con la situación y desglose los escenarios posibles. Además, con base en los valores de la persona, ésta llegue a una decisión más integral y analizada.

En el siguiente diagrama se muestra el esquema general del modelo estratégico de toma de decisiones, que tiene 3 módulos o ejes rectores ya mencionados. La meta del modelo es proporcionar a las personas una forma de pensar, razonar e integrar otros conceptos para tomar la decisión en el ámbito personal y profesional. Además de que una decisión puede ser estratégica en los ámbitos mencionados, es una opción más en los diferentes métodos o modelos que existen hoy en día. Por lo general, en la gran mayoría de las decisiones, el aspecto financiero tiene un peso importante para obtener mayores beneficios, ganancias, dinero y/o posicionamiento. Una decisión no solo se toma a la ligera. Sabemos que hay situaciones en las que las decisiones se tienen que tomar de una forma rápida por las necesidades, pero el ser humano necesita un tiempo para analizar cada situación a la cual se enfrenta. Por ello es necesario integrar dos conceptos más que son la espiritualidad y el estado emocional.

Figura 13: Diagrama General del Modelo de Decisiones.

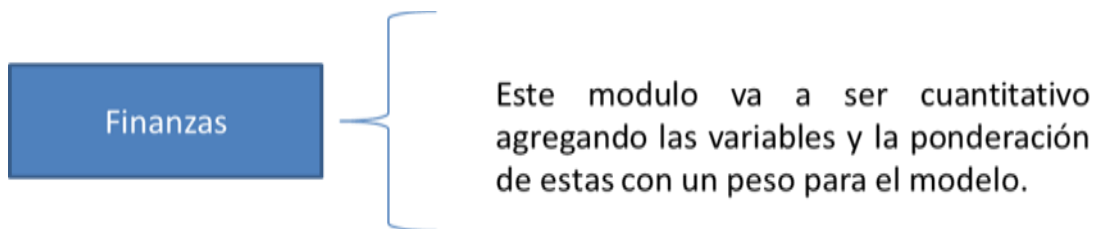


Fuente: Elaboración Propia.

En el siguiente diagrama se encuentra la propuesta por cada módulo del modelo de toma de decisiones.

En el primer módulo que es el financiero, dentro de las decisiones profesionales que el individuo podrá tomar se encuentran: incrementar el valor de la empresa, maximizar las ganancias, generar mejores resultados a corto plazo, dónde invertir, cuestiones relativas al posicionamiento del personal y la empresa; y en lo personal, qué hacer para tener un mejor patrimonio, ahorro, seguridad (laboral, social, familiar) y educación.

Figura 14: Modulo 1 Finanzas.

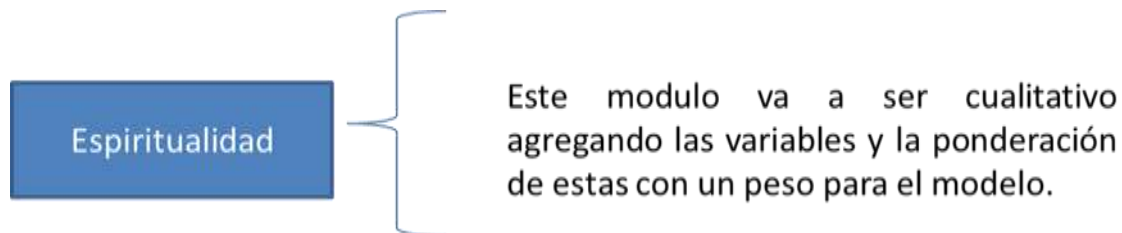


Fuente: Elaboración Propia

El segundo módulo que es la espiritualidad, es importante porque entran los valores que se mencionaron anteriormente. Estos tienen un peso ya que se debe evaluar si vale la pena tomar una decisión solo para generar más riquezas o poder y a qué personas se puede afectar con esas decisiones. En el aspecto personal se puede crear un conflicto entre los valores que uno tiene y lo que la empresa

requiere; por ejemplo, en lo profesional es posible despedir a gente por una situación fuera de las manos del que ejecuta la decisión.

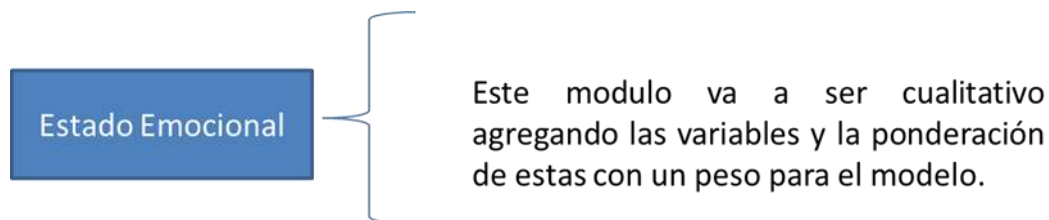
Figura 15: Modulo 2 Espiritualidad.



Fuente: Elaboración Propia.

El tercer módulo es el estado emocional del individuo y es muy importante en la toma de decisiones porque si no es el correcto, existe un gran porcentaje de que la decisión sea incorrecta. Es necesario tomar un tiempo para evaluar cada situación.

Figura 16: Modulo 3 Estado Emocional.



Fuente: Elaboración Propia.

En el siguiente diagrama se encuentra la propuesta del modelo de toma de decisiones personales y profesionales. Se propone integrar cada uno de estos 3 ejes, con sus ventajas y desventajas, a fin de obtener una mejor decisión, a través de la cual se obtenga una herramienta para lograr una mejor planeación y así reducir el riesgo al tomar una mala decisión en el ámbito personal y profesional. Considerar estos 3 puntos nos brinda una mejor oportunidad de generar una decisión más completa en todos los sentidos. Las decisiones personales y profesionales serán más acertadas.

Figura 17: Propuesta de Modelo.



Fuente: Elaboración Propia.

4.3.-Resultados.

En esta sección del trabajo de investigación, se hizo la selección de las preguntas que están directamente relacionadas con los 3 ejes rectores del modelo estratégico de toma de decisiones que son: financiero, espiritualidad y estado emocional. Las mismas están divididas en etapas de un antes y después. El antes se refiere a antes de asistir a la capilla de adoración, y el después ya habiendo asistido a la capilla

Factores

Primer Factor Tiempo:

- El tiempo que llevan asistiendo a la capilla de adoración.
- Para el Antes se toma el que lleven menos de un año asistiendo a la capilla.
- En el caso de Después es que lleven más de un año asistiendo a la capilla.
- Estos factores se toman de la pregunta de la encuesta que se les hace a los adoradores que asisten a la capilla.

Segundo Factor Relación con Dios:

- Para la Relación hay tres opciones: Fuerte, Regular y Débil.
- En el caso del Antes, las dos opciones son Regular y Débil.
- En el Después, el único que aplica es Fuerte.

Segmentación de los grupos

Los grupos que se van a comparar son Antes y Después.

Grupo Antes:

- Este grupo tiene que cumplir el Factor I Tiempo, que han asistido menos de un año a la capilla.
- Factor II Relación con Dios, las opciones son Regular y Débil.

Grupo Después:

- Factor I Tiempo, han asistido más de un año a la capilla.
- Factor II Relación con Dios, la única opción es Fuerte.

Una vez que se segmentaron los dos grupos utilizando los factores antes mencionados, se realiza un análisis de varianza univariante. El estudio está dividido en tres ejes rectores: financiero, espiritual y estado emocional. A continuación se hace un análisis detallado de cada eje rector.

4.3.1.-Análisis del eje rector financiero.

Pregunta 1

¿La economía familiar ha tenido cambios positivos desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 10: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos.		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente III, en este caso es la pregunta 1 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 11: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector financiero.

Pruebas de los efectos inter-sujetos

Variable dependiente: III

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	37.958 ^a	5	7.592	9.622	.000
Intersección	1708.463	1	1708.463	2165.402	.00000
I	12.178	1	12.178	15.435	.00012
II	11.142	2	5.571	7.061	.00110
I * II	8.410	2	4.205	5.330	.006
Error	153.062	194	.789		
Total	2740.000	200			
Total corregida	191.020	199			

a. R cuadrado = .199 (R cuadrado corregida = .178)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "La economía familiar no ha tenido un cambio favorable para los adoradores que tienen menos y más de un año asistiendo a la capilla"
- H_A "El cambio es positivo en la economía familia desde que asiste a la capilla de adoración"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A .

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00012, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque sí hubo un cambio positivo en la economía familiar desde que asiste a la capilla de adoración.

El asistir a la capilla no tomando en cuenta el tiempo de asistencia esto siendo menos o más de un año, tiene un cambio positivo en la vida de los

adoradores. En este caso fue en el ámbito económico, mejorando la economía familiar para que estos puedan tener una mejor calidad de vida.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- H_O "La economía familiar no ha tenido un cambio favorable para los adoradores que tienen una relación Débil, Regular o Fuerte con Dios según sea el caso"

- H_A "El cambio es positivo en la economía familia"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A .

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00110, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque sí hubo un cambio positivo en la economía familiar desde que asiste a la capilla de adoración.

En este caso hay un cambio positivo en la parte de la economía familiar de los adoradores que los cuales pueden tener una relación débil, regular o fuerte según sea el caso. Pero con los cambios que van teniendo en su vida, esto va generando que la relación sufra un cambio positivo, o si es fuerte se vuelva más entrañable.

Pregunta 2

¿El ingreso monetario ha aumentado desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 12: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
	1.0 Débil	32
II	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente IV, en este caso es la pregunta 2 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 13: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje rector financiero.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: IV

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	41.979 ^a	5	8.396	11.241	.000
Intersección	1537.883	1	1537.883	2059.055	.000
I	7.316	1	7.316	9.795	.00202
II	18.267	2	9.133	12.228	.00001
I * II	7.627	2	3.814	5.106	.007
Error	144.896	194	.747		
Total	2533.000	200			
Total corregida	186.875	199			

a. R cuadrado = .225 (R cuadrado corregida = .205)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_0 "El ingreso monetario no ha sufrido ninguna modificación aunque usted lleve menos o más de un año asistiendo a la capilla"

- H_A "Hay un aumento en el ingreso monetario que percibe al asistir a la capilla regularmente"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A .

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A . En la tabla de análisis, la significancia es .00202, siendo menor a 0.05, se rechaza H_O , se prueba H_A porque sí hay un aumento en el ingreso monetario de los adoradores que asisten a la capilla.

Los adoradores que asisten a la capilla, han tenido un aumento en el ingreso monetario que perciben, los montos pueden variar y porcentajes. El incremento puede ser alto, medio o bajo dependiendo de la percepción del adorador. Este incremento ojala se utilice para mejorar la vida de la familia y personal del adorador.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- H_O "El ingreso monetario no ha tenido ningún cambio basado en la relación que tiene usted con Dios"
- H_A "El ingreso monetario ha aumentado al ir cambiando su relación con Dios"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A . En la tabla de análisis, la significancia es .00001, siendo menor a 0.05, se rechaza H_O , se prueba H_A porque sí hay un aumento en el ingreso monetario de los adoradores que asisten a la capilla.

El ingreso monetario ha tenido un aumento, el porcentaje o aumento puede ser alto, mediano o bajo dependiendo de las necesidades, expectativas o nivel de vida del adorador. El aumento ojala tenga un fin para el beneficio familiar del adorador para que su familia pueda obtener una mejor calidad de vida.

Pregunta 3

3. ¿Usted siente una mayor seguridad en su trabajo desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 14: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente V, en este caso es la pregunta 3 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 15: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector financiero.

Pruebas de los efectos inter-sujetos.

Variable dependiente: V

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	55.207 ^a	5	11.041	10.843	.000
Intersección	1787.363	1	1787.363	1755.263	.000
I	11.946	1	11.946	11.731	.00075
II	21.444	2	10.722	10.529	.00005
I * II	7.433	2	3.717	3.650	.028
Error	197.548	194	1.018		
Total	3013.000	200			
Total corregida	252.755	199			

a. R cuadrado = .218 (R cuadrado corregida = .198)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "El tiempo que lleva asistiendo a la capilla no percibe un cambio interno que usted sienta una mayor seguridad en su trabajo"
- H_A "Asistiendo a la capilla de adoración esto genera un cambio de mayor seguridad en su trabajo"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A . En la tabla de análisis, la significancia es de 0.00075, lo cual es menor a 0.05 con lo que se rechaza H_O , se prueba H_A porque el asistir a la capilla le genera a los adoradores una mayor seguridad en su trabajo.

La percepción de la seguridad depende de cada adorador, lo importante que haya un incremento en la seguridad que ellos puedan percibir en su trabajo. Al tener una seguridad mayor puede que estos se desempeñen de mejor manera en su trabajo obteniendo beneficios según sea el caso, por medio de estos su familia pueden obtener una mejor vida.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- H_O "El adorador puede tener diferentes tipos de relaciones con Dios, Débil, Regular o Fuerte, no ha generado que sienta un mayor seguridad en el trabajo"
- H_A "El asistir a la capilla genera que sienta una mayor seguridad en su trabajo"

En este caso, si $P < 0.05$ se rechaza H_O y se prueba H_A . En la tabla de análisis, la significancia es de 0.00005, lo cual es menor a 0.05 con lo que se rechaza H_O , se prueba H_A que el asistir a la capilla incrementa o tiene un cambio positivo en la seguridad que puede percibir el orador.

4.3.2.-Análisis del eje rector Espiritualidad

Pregunta 1

¿Su paz interior se ha fortalecido a partir que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 16: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente VI, en este caso es la pregunta 1 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 17: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector espiritual.

Pruebas de los efectos inter-sujetos

Variable dependiente: VI

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	67.715 ^a	5	13.543	16.103	.000
Intersección	2092.114	1	2092.114	2487.564	.000
I	9.205	1	9.205	10.945	.00112
II	34.994	2	17.497	20.804	.00000
I * II	4.163	2	2.082	2.475	.087
Error	163.160	194	.841		
Total	3471.000	200			
Total corregida	230.875	199			

a. R cuadrado = .293 (R cuadrado corregida = .275)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "Durante el tiempo que lleva asistiendo a la capilla de adoración, su paz interior no ha tenido cambio"
- H_A "Asistiendo a la capilla de adoración su paz interior se ha fortalecido"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00112, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque la paz interior del orador se ha fortalecido. En este caso el hecho que los oradores asistan a la capilla manifiestan un cambio en el fortalecimiento de su paz interior, el fortalecimiento de cada uno de ellos no se puede medir porque la percepción por cada orador depende de ellos. Lo significativo es que el visitar a la capilla tiene un beneficio en su vida espiritual.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- H_O "Al asistir a la capilla no se ha fortalecido su paz interior, teniendo en cuenta que los adoradores pueden tener diferentes percepciones de su relación Dios"
- H_A "Asistiendo a la capilla de adoración su paz interior se ha fortalecido y su relación con Dios ha tenido un cambio positivo"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00000, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque la paz interior del orador se ha fortalecido. En este caso la paz interior de los adoradores se ha fortalecido, en qué porcentaje depende de cada uno de ellos, porque cada uno de ellos tiene una diferente percepción de que tanto se ha fortalecido su paz interior. Lo importante es que esto genera un cambio positivo en la vida de los adoradores, al encontrar paz interior que los puede dejar más relajados y tranquilos en su vida diaria.

Pregunta 2

¿Su actitud ante la vida es más positiva desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 18: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
	1.0 Débil	32
II	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los

otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente VII, en este caso es la pregunta 2 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 19: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje rector espiritual.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: VII

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	46.588 ^a	5	9.318	10.451	.000
Intersección	2000.611	1	2000.611	2243.889	.000000
I	10.869	1	10.869	12.190	.00059
II	18.568	2	9.284	10.413	.00005
I * II	5.000	2	2.500	2.804	.063
Error	172.967	194	.892		
Total	3285.000	200			
Total corregida	219.555	199			

a. R cuadrado = .212 (R cuadrado corregida = .192)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "Durante el tiempo que lleva asistiendo a la capilla de adoración la actitud que tiene ante la vida no ha sufrido algún cambio"
- H_A "Asistiendo a la capilla de adoración la actitud que tiene ante la vida es más positiva"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00059, entonces se rechaza H_0 porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla tienen un cambio positivo en la actitud ante la vida. Hay que destacar que no importando el tiempo sea menor o más de un año que llevan asistiendo a la capilla los adoradores tienen un beneficio en una mejor actitud ante la vida. El que ellos tengan una mejor actitud ante la vida es un beneficio para el entorno en donde se desarrollan profesionalmente, académicamente y personalmente, pueden solucionar de mejor manera las situaciones a las cuales se pueden enfrentar.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- H_0 "La relación que usted tiene con Dios no ha generado un cambio ante la actitud que tiene ante la vida"
- H_A "El asistir a la capilla de adoración ha cambiado de forma positiva su percepción ante la vida y mejorado su relación con Dios"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00005, entonces se rechaza H_0 porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla tienen un cambio positivo en la actitud ante la vida. Los adoradores han mostrado un cambio positivo ante la actitud que ellos tienen ante la vida, además que la relación con Dios ha mejorado, teniendo en cuenta que no se puede medir cuanto ha mejorado eso es percepción de cada orador basado en su opinión y experiencia personal.

Pregunta 3

¿Su vida espiritual ha mejorado desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 20: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente VIII, en este caso es la pregunta 3 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 21: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector espiritual.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: VIII

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	66.089 ^a	5	13.218	15.850	.000
Intersección	1902.484	1	1902.484	2281.293	.000
I	8.020	1	8.020	9.617	.00222
II	34.766	2	17.383	20.844	.00000
I * II	2.180	2	1.090	1.307	.273
Error	161.786	194	.834		
Total	3231.000	200			
Total corregida	227.875	199			

a. R cuadrado = .290 (R cuadrado corregida = .272)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "Asistiendo a la capilla de adoración su vida espiritual ha tenido algún cambio"
- H_A "Asistiendo a la capilla de adoración su vida espiritual ha mejorado positivamente"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00022, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla de adoración han tenido un cambio positivo en su vida espiritual. Es un beneficio para cualquier persona tener un cambio para mejorar en cualquier ámbito, pero si es en la vida espiritual es importante ya que es un aspecto que a veces no se le da el peso que debería tener. El que el ser humano pueda tener una vida espiritual más estable, ayuda en otros aspectos de su vida,

tales como el profesional, familiar, para poder tomar decisiones más integrales y no arrebatadas que en un momento dado se pueden tomar.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- HO "La relación que tiene usted con Dios no ha generado un cambio en su vida espiritual"
- HA "El asistir a la capilla de adoración ha tenido un cambio positivo en su vida espiritual y en la relación con Dios"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00000, entonces se rechaza HO porque la significancia es menor que 0.05, se prueba HA porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio en su vida espiritual y relación con Dios el cual los beneficia.

4.3.3.-Análisis del eje rector Estado emocional.

Pregunta 1

¿Usted puede manejar sus emociones de mejor manera en situaciones difíciles desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 22: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente IX, en este caso es la pregunta 1 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 23: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 1 del eje rector estado emocional.

Pruebas de los efectos inter-sujetos

Variable dependiente: IX

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	49.107 ^a	5	9.821	10.823	.000
Intersección	1711.833	1	1711.833	1886.398	.000
I	5.744	1	5.744	6.329	.01269
II	25.808	2	12.904	14.220	.00000
I * II	2.240	2	1.120	1.234	.293
Error	176.048	194	.907		
Total	2941.000	200			
Total corregida	225.155	199			

a. R cuadrado = .218 (R cuadrado corregida = .198)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "No hay un cambio de positivo en el manejo de las emociones ante situaciones difíciles, mismas que pueden suceder en cualquier momento"
- H_A "Al asistir a la capilla de adoración usted maneja de mejor manera sus emociones ante situaciones difíciles"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.01269, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en la manera que manejan sus emociones ante situaciones difíciles que se pueden enfrentar en los diferentes aspectos de la vida. El poder manejar las situaciones de una mejor manera es un beneficio en los ámbitos profesionales, personales, familiares para el adorador, se puede estar enfocado, concentrado, limitando las emociones negativas. Por medio de esto las decisiones no son tan abruptas, el proceso de la toma de decisión tiene un mayor tiempo y puede analizar diferentes soluciones que sean viables según la situación.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- HO "La relación con Dios no ha tenido ningún cambio en la forma que maneja sus emociones antes situaciones difíciles"
- HA "Asistiendo a la capilla de adoración ha mejorado la manera en que maneja sus emociones antes situaciones difíciles y su relación con Dios"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00000, entonces se rechaza HO porque la significancia es menor que 0.05, se prueba HA porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en la manera que manejan sus emociones ante situaciones adversas, además de su relación con Dios es un complemento para enfrentar tales situaciones de una manera más adecuada y mejor actitud.

Pregunta 2

¿Usted tiene una mayor estabilidad emocional, desde que asiste a la capilla de adoración del Santísimo Sacramento?

Tabla 24: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil
- 85 Regular

- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente X, en este caso es la pregunta 2 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 25: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 2 del eje estado emocional.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: X

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	40.092 ^a	5	8.018	8.804	.000
Intersección	1757.452	1	1757.452	1929.648	.000
I	8.020	1	8.020	8.806	.00338
II	15.466	2	7.733	8.491	.00029
I * II	5.268	2	2.634	2.892	.058
Error	176.688	194	.911		
Total	2940.000	200			
Total corregida	216.780	199			

a. R cuadrado = .185 (R cuadrado corregida = .164)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "No hay un cambio positivo en la estabilidad emocional en su vida diaria cuando asiste a la capilla de adoración"
- H_A "Asistir a la capilla de adoración ha generado una mayor estabilidad emocional en su vida diaria"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00338, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla tienen un cambio que los beneficia relacionado con su estabilidad emocional. El ser humano por lo general busca una estabilidad en varios aspectos, como en lo económico, profesional, personal, familiar, en otras. El

poder tener una mayor estabilidad emocional es un beneficio personal, si alguno de los adoradores tiene familia puede transmitir esta estabilidad a ellos.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- HO "La relación que usted tiene con Dios no ha tenido un cambio en su estabilidad emocional"
- HA "Ha tenido un cambio positivo en su estabilidad emocional a partir que su relación con Dios se ha modificado positivamente"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00029, entonces se rechaza HO porque la significancia es menor que 0.05, se prueba HA porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en su relación con Dios esto genera otro beneficio que es la estabilidad emocional de los adoradores ha mejorado. La mejoría depende de la percepción de cada orador.

Pregunta 3

¿Su autoestima se ha fortalecido a raíz de asistir ante el Santísimo Sacramento?

Tabla 26: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SPSS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil

- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente XI, en este caso es la pregunta 3 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 27: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector estado emocional.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: XI

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	45.778 ^a	5	9.156	9.878	.000
Intersección	1755.228	1	1755.228	1893.667	.000
I	9.860	1	9.860	10.638	.00131
II	19.970	2	9.985	10.773	.00004
I * II	1.578	2	.789	.851	.428
Error	179.817	194	.927		
Total	2971.000	200			
Total corregida	225.595	199			

a. R cuadrado = .203 (R cuadrado corregida = .182)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "Su autoestima no se ha fortalecido al asistir a la capilla de adoración"
- H_A "Al asistir a la capilla de adoración su autoestima se ha fortalecido"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00131, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en su autoestima. Es importante que la autoestima de los adoradores mejore, hay situaciones si la autoestima no es la correcta se puede tomar decisiones que no puedan ser las correctas, por el estado de ánimo del orador. Hay que cuidar que si el autoestima

no esté tan alta, porque de igual manera la decisión no sea la mejor, hay que buscar un equilibrio.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- HO "La relación que tiene con Dios no ha contribuido en ningún cambio relacionado con su autoestima"
- HA "Su autoestima ha tenido un cambio positivo a partir que su relación con Dios ha mejorado"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00004, entonces se rechaza HO porque la significancia es menor que 0.05, se prueba HA porque los adoradores que asisten a la capilla de adoración tienen un cambio positivo en su autoestima al mejorar su relación con Dios. El porcentaje de mejora depende de la percepción de cada orador.

Pregunta 4

¿Su confianza se ha incrementado al vivir la experiencia de estar ante el Santísimo Sacramento?

Tabla 28: Factores inter-sujetos de cuestionario aplicado a los adoradores.

Factores inter-sujetos		
	Etiqueta del valor	N
I	1.0 Menos de un año	75
	2.0 Más de un año	125
II	1.0 Débil	32
	2.0 Regular	85
	3.0 Fuerte	83

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SPSS.

En la primera fila de la tabla con el número romano I, está el factor I Tiempo, de los cuales 75 encuestados llevan menos de un año asistiendo a la capilla, los otros 125 llevan más de un año asistiendo. El segundo factor II, es la relación del encuestado con Dios, con los siguientes resultados:

- 32 Débil

- 85 Regular
- 83 Fuerte

Análisis de varianza univariante, de la variable dependiente XII, en este caso es la pregunta 4 antes mencionada. Se analizan los dos factores I y II. A continuación se muestra si hay algún cambio o es nulo, con la siguiente tabla de resultados.

Tabla 29: Pruebas de los efectos inter-sujetos de la pregunta 3 del eje rector estado emocional.

Pruebas de los efectos inter-sujetos
Variable dependiente: XII

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	63.166 ^a	5	12.633	13.562	.000
Intersección	1892.484	1	1892.484	2031.674	.000
I	18.222	1	18.222	19.562	.00002
II	21.588	2	10.794	11.588	.00002
I * II	5.579	2	2.789	2.994	.052
Error	180.709	194	.931		
Total	3247.000	200			
Total corregida	243.875	199			

a. R cuadrado = .259 (R cuadrado corregida = .240)

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

Prueba de Hipótesis Factor I (Tiempo):

- H_O "Su confianza no se ha modificado a partir que asiste a la capilla de adoración"
- H_A "Su confianza ha tenido un cambio positivo a partir que a la capilla de adoración"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00002, entonces se rechaza H_O porque la significancia es menor que 0.05, se prueba H_A porque los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en su confianza. Es positivo el cambio en el nivel de confianza que puede tener cada orador, teniendo en

cuenta que no se puede medir el incremento de la confianza, eso depende de la percepción de cada orador.

Prueba de Hipótesis Factor II (Relación con Dios):

- HO "La relación con Dios que tiene con Dios no ha contribuido en ningún cambio en su confianza"
- HA "Su autoestima ha tenido un cambio positivo a partir que su relación con Dios ha mejorado"

En la tabla de análisis, la significancia es 0.00002, entonces se rechaza HO porque la significancia es menor que 0.05, se prueba HA porque los adoradores que asisten a la capilla su confianza ha tenido un cambio positivo a partir que ellos han mejorado su relación con Dios.

Tabla de Resumen

En la siguiente tabla se hace un resumen de los factores, eje rector, pregunta y variable de los resultados descritos anteriormente a detalle.

Tabla 30: Resumen de Resultados.

Eje Rector	Variable	Factor 1 El tiempo que llevan asistiendo a la capilla de adoración.	Factor 2 Para la Relación hay tres opciones: Fuerte, Regular y Débil.
Financiero	III Está variable está relacionada con la economía familiar si ha tenido cambios positivos al asistir a la capilla de adoración.	0.00012 Ha tenido un cambio positivo, en este caso fue en el ámbito económico, mejorando la economía familiar.	0.00110 Hay un cambio positivo en la economía familiar, esto va generando que la relación sufra un cambio positivo, o si es fuerte se vuelva más entrañable.
	IV Está variable está relacionada con el ingreso monetario si ha aumentado al asistir a la capilla de adoración.	0.00202 Los adoradores que asisten a la capilla, han tenido un aumento en el ingreso monetario que perciben, los montos pueden variar y porcentajes.	0.00001 El ingreso monetario ha tenido un aumento, el porcentaje o aumento puede ser alto, mediano o bajo dependiendo de las necesidades, expectativas o nivel de vida del adorador.
	V La variable tiene relación con la seguridad en el trabajo, esto siendo que si es mayor al asistir a la capilla de adoración.	0.00075 La percepción de la seguridad depende de cada adorador, lo importante que hay un incremento en la seguridad que ellos puedan percibir en su trabajo.	0.00005 El asistir a la capilla ha incrementado o ha tenido un cambio positivo en la seguridad que puede percibir el orador.
Espiritualidad	VI Variable relacionada con la paz interior, si está se ha fortalecido al asistir a la capilla.	0.00112 El hecho que los oradores asistan a la capilla manifiestan un cambio en el fortalecimiento de su paz interior.	0.00000 En este caso la paz interior de los adoradores se ha fortalecido.
	VII Variable relacionada con la actitud ante la vida es más positiva al asistir a la capilla de adoración.	0.00059 Hay que destacar que no importando el tiempo sea menor o más de un año que llevan asistiendo a la capilla los adoradores tienen un beneficio en una mejor actitud ante la	0.00005 Los adoradores han mostrado un cambio positivo ante la actitud que ellos tienen ante la vida, además que la relación con Dios ha mejorado.
	VIII		

	La vida espiritual de los adoradores ha mejorado asistiendo a la capilla de adoración.	vida. 0.00222 El que el ser humano pueda tener un cambio positivo en su vida espiritual, ayuda en otros aspectos de su vida.	0.00000 Los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio en su vida espiritual y relación con Dios el cual los beneficia.
Estado Emocional	IX Puede manejar de mejor manera sus emociones en situaciones adversas al asistir a la capilla de adoración. X Al asistir a la capilla tiene una mejor estabilidad emocional. XI La variable está relacionada si la autoestima de los adoradores se ha fortalecido al asistir la capilla de adoración. XII La variable está relacionada si la confianza de los adoradores se ha incrementado al asistir a la capilla de adoración.	0.01269 Los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en la manera que manejan sus emociones ante situaciones difíciles que se pueden enfrentar en los diferentes aspectos de la vida. 0.00338 El poder tener una mayor estabilidad emocional es un beneficio personal, si alguno de los adoradores tiene familia puede transmitir está estabilidad a ellos. 0.00131 Es importante que la autoestima de los adoradores mejore, hay situaciones si la autoestima no es la correcta se puede tomar decisiones que no puedan ser las correctas, por el estado de ánimo del orador. 0.00002 Es positivo el cambio en el nivel de confianza que puede tener cada orador, teniendo en cuenta que no se puede medir el incremento de la confianza, eso depende de la percepción de cada orador.	0.00000 Los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en la manera que manejan sus emociones ante situaciones adversas, además de su relación con Dios es un complemento para enfrentar tales situaciones de una manera más adecuada y mejor actitud. 0.00029 Los adoradores que asisten a la capilla han tenido un cambio positivo en su relación con Dios esto genera otro beneficio que es la estabilidad emocional de los adoradores ha mejorado. 0.00004 Los adoradores que asisten a la capilla de adoración tienen un cambio positivo en su autoestima al mejorar su relación con Dios. 0.00002 Los adoradores que asisten a la capilla su confianza ha tenido un cambio positivo a partir que ellos han mejorado su relación con Dios.

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados con el software SSPS.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES.

Este trabajo de investigación me ha dejado muchas enseñanzas en lo personal, académico y profesional, ya que he podido compartir esta idea con varias personas que directa e indirectamente aportaron para el desarrollo del mismo. La toma de decisiones es un proceso que parece ser sencillo, en el cual el ser humano selecciona la mejor opción según el caso. Es un proceso que tiene diferentes variables a considerar en cada decisión que se toma, por el impacto que puede tener en el corto, mediano y largo plazo. Anteriormente se expuso que el ser humano toma algunas decisiones con base en lo económico, dejando atrás otros aspectos como el espiritual y el estado emocional.

El desarrollo de este modelo de toma de decisiones, se inició a raíz de un cambio que tuve a nivel personal y profesional gracias a la materia de Misión y Liderazgo que se imparte en la Universidad, siendo el Dr. Héctor Meneses quien generó un cambio de mentalidad en mi persona en aspectos que yo no les daba importancia en ese momento, ya que estaba enfocado en otras situaciones en mi vida personal y profesional. Después del curso llegué a la conclusión de que el ser humano necesita un equilibrio en varios aspectos de su vida. En lo personal, yo no le había dado un peso importante a la parte espiritual como tal, ya que para mí lo más importante era el aspecto económico. Gran parte de mis decisiones estaban basadas en esta variable.

Por lo general, en mi vida me he cuestionado las decisiones que he tomado, a veces preguntándome acerca del "¿hubiera?" o si al cambiar la decisión yo estaría mejor o peor. Inicie una investigación de diferentes modelos de toma de decisiones, que se puede pensar que es un proceso sencillo, pero es un proceso muy complejo. De esta manera fui integrando la idea del modelo de toma de decisiones. En un principio tenía dos ejes en que podía iniciar la investigación: la parte financiera y la espiritualidad, que en un momento la denominé como religión. Una vez iniciada la investigación, por situaciones de la vida incluí el último eje que es el estado emocional de las personas, que investigué. La idea tenía forma pero faltaba un ingrediente muy importante encontrar a la persona que pudiera

entender mi idea, pulirla, darle forma y finalmente poderla implementar. Las cosas no suceden por coincidencia, y fue cuando Dios puso en mi camino al Dr. Pablo Nuño de la Parra, que sin su apoyo esto no hubiera sido posible, él es mi director de tesis doctoral.

El proceso del desarrollo del modelo de toma de decisiones no fue sencillo, partiendo del diseño de la encuesta que sufrió varias modificaciones. En las primeras versiones de la encuesta, las preguntas no eran claras y concisas para los adoradores, eran demasiadas preguntas y los factores no eran claros. Después de realizar varios cambios en la encuesta, se pudo llegar a la última versión que era clara, concisa, los factores para hacer la segmentación estaban definidos y las preguntas se redujeron, para que fuera más cómodo y rápido para los adoradores responder la encuesta. La elección de la herramienta matemática para evaluar la fiabilidad del instrumento fue el Alpha de Cronbach, y el método estadístico fue ANOVA para medir los resultados y los cambios que habían tenido los adoradores.

Hubo momentos durante la investigación que el modelo no tenía forma, cuando pensaba que ya estaba cerca de terminar la investigación hubo que realizar unos cambios en la encuesta porque los datos no eran los correctos. Se hizo otra encuesta con los datos correctos para poder tener una base de datos limpia, sin que hubiera errores. Fue una gran lección de aprendizaje, pero el mayor cambio para poder concluir a este trabajo de tesis doctoral fue cuando acudí de forma regular a la capilla de adoración en la UPAEP. El proyecto estaba detenido, estancado y sin rumbo, pero yo viví este cambio en lo personal y profesional al iniciar las visitas todos los miércoles a la capilla de adoración. Semana a semana el trabajo de investigación iba avanzando de una manera que yo mismo me sorprendía, iba fluyendo de una forma muy natural, Dios me fue abriendo las puertas que eran necesarias para ir terminando cada etapa de este proyecto.

En la parte matemática, el modelo estadístico que era ANOVA me costó trabajo entender y aplicarlo, y me cuestionaba mucho esa parte de la tesis. De nuevo cuando pensaba que estaba sin rumbo, las puertas se abrieron y poco a

poco fue quedando claro el por qué utilizarlo. Cuando entregué los resultados por primera vez, Pablo me cuestionó varios aspectos cuyo por qué no entendía. Después de hacer un análisis profundo de estos, me tomé un tiempo para entender lo que Pablo deseaba que yo entendiera. Estos resultados tuvieron una modificación, y después de analizarlos entendí de forma concisa los cambios que tuvieron las personas, además de que este cambio lo viví en carne propia.

La conclusión más importante de este proyecto para mí es la lección de vida que tuve al realizar un proyecto en el que algunas personas no creyeron, me cuestionaban por qué hacer una investigación de ese tipo y qué beneficio iba a obtener yo o la ciencia como tal. A veces pensé que el proyecto iba a quedar inconcluso, pero no fue así, el asistir cada miércoles a la capilla hizo que el proyecto fuera tomando forma y que hubiera avances claros y concisos. Ahora estoy convencido de que lo mejor que me pudo pasar en mi formación personal, académica y profesional fue desarrollar este proyecto para poder aportar algo a la formación de cualquier persona, ojalá tenga un impacto positivo como lo tuvo conmigo. Estoy agradecido por todas las bendiciones que Dios me dio para concluir este gran proyecto.

5.1.-Aportaciones originales.

Las aportaciones originales de este modelo de toma de decisiones, que utiliza tres ejes rectores son:

- Financiero
- Espiritual
- Estado Emocional

Estos tres ejes son integrados al modelo de toma decisiones, para que la decisión que se ejecute no tome en cuenta únicamente el lado económico, pues la mayoría de las personas le dan un peso importante al aspecto financiero en la toma de decisiones. Al integrar estos dos ejes rectores antes mencionados, la persona que tome o ejecute la decisión tome en cuenta estos dos ejes rectores en la decisión para que esta sea integral.

Al integrar el aspecto económico, espiritual, y el estado emocional en la toma de decisiones, el ser humano puede asignar una ponderación a cada uno de estos ejes. La persona que toma la decisión es la única que puede decidir cuál de los tres ejes es el más importante, y tiene la responsabilidad de realizar un análisis más profundo de la situación para tomar una decisión más acertada. Posiblemente el aspecto financiero tendrá mucho más peso o importancia que los otros ejes. Es válido, pero si se toman en cuenta los otros dos ejes, es factible que la decisión se modifique. El aspecto financiero hoy en día es importante en el desarrollo del ser humano, muchas de las situaciones que el individuo enfrenta tienen que ver con situaciones económicas, las cuales pueden afectar a estos u otras personas.

La espiritualidad es un tema personal, que en este modelo no se asigna ningún nombre en específico a las creencias que cada ser humano pueda tener. Por lo general el ser humano cree en alguna fuerza, energía o ser supremo independientemente de si tiene religión o no. El integrar este eje a la toma de decisiones en este modelo propuesto, es una aportación original, porque se combinan aspectos del ser humano. Este modelo de toma de decisiones busca que la decisión sea más integral, que el ser humano esté consciente de la responsabilidad que tiene al tomar una decisión.

El estado emocional del ser humano tiene un impacto positivo o negativo en la toma de decisiones, de esta manera se integra este eje rector. Se menciona por lo siguiente: al estar eufórica o feliz, enojada, molesta, la persona puede responder de manera diferente según la situación, esto sin realizar un análisis detallado de la situación en la cual hay que tomar la decisión. Una persona que está feliz puede decir que sí a todo lo que se le proponga sin evaluar la situación, pese a que no sea conveniente dar una respuesta positiva; en el caso de que la persona esté molesta, puede decir que no sin hacer una evaluación como tal, por el hecho de que no está en un equilibrio emocional para tomar la decisión.

Hay varios modelos de toma de decisiones que el ser humano puede utilizar según sea el caso, este modelo ofrece tres ejes rectores para que la decisión sea integral, tomando en cuenta otros aspectos que no sean los financieros. Como lo mencioné anteriormente, el aspecto financiero tiene un peso importante en

cualquier aspecto de la vida, por lo general uno se puede enfocar en este eje únicamente. Lo que este modelo propone como tal es que existen otras variables a considerar en la toma de una decisión, las otras dos variables son el estado emocional y la espiritualidad del ser humano como tal. No todo en la vida debe girar en torno al aspecto económico, pero al ser humano le importa mucho esta variable porque influye en varios aspectos de su vida.

La aportación más importante de este modelo de toma de decisiones, es que el ser humano tome en cuenta otros aspectos en la toma de decisiones y no únicamente el financiero. Que cada decisión que tome en el aspecto profesional o profesional sea más integral utilizando los otros dos ejes ya mencionados, decir, que las decisiones sean más humanas, al tomarse un tiempo para hacer el análisis de cada situación, aunque habrá ocasiones que no se pueda por la premura de la situación. Es por eso que se presenta la propuesta de este modelo de toma de decisiones.

5.2.-Límites del modelo planteado.

Una limitación del modelo de toma de decisiones es la reacción que puede tener la gente con este modelo, en específico con el eje rector de la espiritualidad. La gente lo puede rechazar, puede pensar que se establece una religión, o un nombre específico de un ser supremo. Otra limitación es que no se tome el tiempo necesario para analizar lo que propone el modelo o no le interese. El eje rector de la espiritualidad es un tema que si la gente no está interesada, al mencionarse pueden rechazarlo únicamente por ese eje rector. La principal limitante del modelo de toma de decisiones es el eje rector de la espiritualidad.

Otras personas únicamente están interesadas en el aspecto financiero, y no toman en cuenta las otras variables como lo propone el modelo. Hay diferentes modelos de toma de decisiones que la gente puede utilizar, este puede que no sea de su agrado o no les interese como tal. Pueden cuestionar el modelo, si funciona, el por qué de la propuesta de los 3 ejes rectores. Las personas pueden preguntar o cuestionar qué beneficio tiene este modelo al implementarlo en su vida laboral y

personal. Así como qué importancia tiene que la decisión que se tome sea más integral y, que se analicen otros factores en la toma de esta.

5.3.-Recomendaciones para futuros estudios.

- Realizar el estudio en diferentes partes de la República Mexicana para comparar los resultados y los cambios que han tenido en el país.
- Se podrá incluir otro u otros ejes rectores según las necesidades del investigador que continúe con el estudio del modelo de toma de decisiones.
- Evaluar el modelo de toma de decisiones en alguna institución de estudios para ver el impacto que puede tener en los estudiantes y docentes.
- Comparar los resultados del modelo utilizando además de capillas, otros templos de diferentes religiones y personas que no tienen ninguna religión, cuál es la forma en que responden y los posibles cambios en su vida.
- Darle una ponderación mayor a alguno de los ejes rectores y analizar los cambios con respecto al estudio anterior.

Referencias.

- Aguiar, F. (2004). Teoría de la decisión e incertidumbre: modelos normativos y descriptivos. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Social*, 8, 139-160.
- Acevedo-Borrego, A., Linares-Barrantes, C. & Cachay-Boza, O. (2010). Herramienta para superar el dilema gerencial: Toma de decisiones o resolución de problemas. *Industrial Data*, 13(1) 18-27.
- Afi. (2014). *Planificación de las finanzas personales*. España: Afi. Recuperado de <http://www.bancocaminos.es/BCGeneral/descargas/1152345/583655/Planificacion-de-las-finanzas-personales.pdf>
- Amorós, E. (2007). Comportamiento Organizacional En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas. En E. Amorós, *Comportamiento Organizacional En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas* (pág. 155). Lambayeque: USAT - Escuela de Economía.
- Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Recuperado de http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_e_strategica.pdf
- Arrendondo-Trapero, F.G., & Vázquez-Parra, J.C. (2013). Un modelo de análisis racional para la toma de decisiones gerenciales, desde la perspectiva elsteriana. *Cuadernos de Administración*, 26(46), 135-158.
- Banco de España. (2008). *Plan Educación Financiera*. España: Comisión Nacional del Mercado de Valores. Recuperado de <http://www.cnmv.es/DocPortal/publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion.pdf>
- Berger, K. (2001). ¿Qué es la espiritualidad bíblica? España: Sal Terrae.
- Bernal-García, J.J., Soledad-Martínez, M.D., & Sánchez-García, J.F. (2006). 20 *Herramientas para la toma de decisiones*. Madrid: Especial Directivos.
- Besley, S., & Brihgman, E.F. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. Distrito Federal: Cengage Learning.
- Bisquerra-Alzina, R. (2003). Educación Emocional y Competencias básicas para la vida. *Revista de Investigación Educativa*, 21(1), 7-43.

- Blanco-Tejedor, A., & Carracedo-Mata, A. (2009). Inteligencia emocional. Recuperado de <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/195/1/Trabajo+imprimible.pdf>
- Blasco-Calvo, P., & Giner-Alcañiz, M.J. (2011). *Psicopedagogía*. Valencia: Publidisa. *Revista El Buzón de Pacioli*, (81), 4-19. Recuperado de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/81/Pacioli-81.pdf>
- Bojórquez-Zapata, M.I. & Pérez-Brito, A.E. (2013). La planeación estratégica. Un pilar en la gestión empresarial.
- Bravo, N. (1997). *Valores Humanos por la senda de una ética cotidiana* (6^{ta} ed.). Santiago de Chile: RIL editores.
- Bodie, Z., & Merton, R.C. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.
- Bucay, J. (2011). *El camino de la espiritualidad*. México: Grijalbo.
- Caballero-Miguez, G., & Domínguez-Torrero, M. (2006). *Finanzas para no financieros*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Canós-Darós, L., Pons-Morera, C., Valero-Herrera, M., & Mahuet, J.P. (2012). Toma de decisiones en la empresa: proceso y clasificación. España: Universitat Politècnica de Valencia. Recuperado de <http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/16502/TomaDecisiones.pdf?sequence=1>
- Cedpa. (2000). *Planificación estratégica un enfoque de indagación*. USA: Cedpa. Recuperado de http://www.cedpa.org/uploaded_files/stratplan_spanish_all.pdf
- Chóliz, M. (2005). *Psicología de la emoción: el proceso emocional*. Recuperado de www.uv.es/~choliz
- Corral, Y. (2010). Diseño de cuestionario para recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 20(36) 152-168
- Díaz-de Rada, V. (2001). La elaboración y diseño del cuestionario. En, *Diseño y Elaboración de cuestionarios para la investigación comercial* (pág. 55). Madrid: ESIC.

- Eppen, G.D. (2000). *Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa* (5^{ta} ed.). México: Prentice-Hall.
- Esteban, M.M., Puerto, M.L., Fernández-Cordero, X., Jiménez-García, R., Gil de Miguel, A., & Hernández-Barrera, V. (2012). Factores que determinan la mala salud mental en las personas de 16 a 64 años residentes en una gran ciudad. *An. Sist. Sanit. Navar*, 30(2),229-240.
- Figari, L. F. (1988). Una espiritualidad para nuestro tiempo. Lima: "Vida y Espiritualidad" VE.
- Figueroa, P. C. (20 de Junio de 2013). El punto de vista de la iglesia católica para la toma de decisiones personales y profesionales. (R. I. Ugarte, Entrevistador)
- Flores, D. A. (26 de junio de 2013). Toma de decisiones en base al estado mental del individuo. (R. I. Ugarte, Entrevistador)
- Fundesyram. (2011). *¿Cómo enseñar a tomar decisiones acertadas?* San Salvador: Casa Barak.
- Gámez-Gastélum, R. (2007). *Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas*. Recuperado de www.eumed.net/libros/2007a/221/
- .Gitman, L. J. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Gómez, M. M. (2006). Alcances y enfoque de una investigación. En, *Introducción a la metodología de la investigación científica* (pág. 64). Córdoba: Editorial Brujas.
- González, W. J. (2003). *Racionalidad, historicidad y predicción en Herbert A. Simón*. La Coruña: Neybiblo.
- Grande, I. & Abascal, E. (2005). La encuesta: concepto, características y utilidad. En, *Análisis de encuestas* (pág. 14). Madrid: ESIC.
- Harvard Business School Publishing Corporation. (2006). *Toma de decisiones para conseguir mejores resultados*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Heath, J. (2012). *Lo que indican los indicadores: cómo utilizar la información estadística para entender la realidad económica de México*. México: INEGI.

- Hein, N., & Salett-Biembengut, M. (2005). Brasil: Universidade Regional de Blumenau. Recuperado de http://matesup.utsalca.cl/modelos/articulos/modelacion_mate2.pdf
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5^{ta} ed.). Distrito Federal: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4^{ta} ed.). Distrito Federal: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (2014). Los métodos mixtos. En, *Metodología de la investigación* 6 edición (pág. 534). México: McGrawHill Educación.
- Sampieri-Hernández, R., Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (2014). ¿Cuáles son los tipos de diseños no experimentales? En, *Metodología de la investigación* 6 edición (pág. 154). México: McGrawHill Education.
- Johnson, R. & Kuby, P. (2008). *Estadística elemental: Lo esencial* (10^a ed.).D.F.: CENGAGE LEARNING.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica* (7^{ma} ed.). Madrid:Pearson Prentice Hall.
- Juan, A., Sedano, M., Villa, A., Martínez, J.F., & López, A. (2003). Secretaría de Estado de Educación y Universidades. Recuperado de http://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Modelos_Probabilidad.pdf
- Klein, G. (2008). Naturalistic Decision Making. *HUMAN FACTORS* 50(3), 456–460.
- Llano-Cifuentes, C. (2004). *Humildad y Liderazgo*. Naucalpan: Ediciones Ruz
- López, N., & Sandoval, I. Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Recuperado de http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf
- López-Baena., A.J., Valcárce-Cases, M., & Barbancho-Medina, M. (s.f.).Indicadores Cuantitativos y Cualitativos para la Evaluación de la Actividad Investigadora: ¿Complementarios? ¿Contradictorios? ¿Excluyentes? Córdoba:Cuadernos IRC. Recuperado de

http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/consejo_social/90857413_1032010104051.pdf

Marcum, D., Smith, S., & Mahan, K. (2003). *Think Business Principios para tomar decisiones acertadas en los negocios: ¡Ahora y en cualquier situación!* Bogotá: Norma.

Martínez-Herrera, M. (2013). *Vivir con felicidad* (1^{ra} ed.). Bogotá: ECOE.

Martínez-Selva, J.M., Sánchez-Navarro, J.P., Becara, A., & Román, F. (2006). Mecanismos cerebrales de la toma de decisiones. *Rev Neurol*, 42(7), 411-418

Maurus, J. (2006). *Dios es alegría*. Bogotá: San Pablo.

Medina, M. (2008). *El éxito de la humildad hombres y mujeres que hacen de la sencillez su mayor triunfo*. Barcelona: Random House Mondadori.

Méndez-V, D. (2010). *Proceso de Planeación Financiera*. Estados Unidos de América: Palibrio.

Michellini, D.J. (2010). Dignidad humana en Kant y Habermas. *Revista anual de la Unidad de Historiografía e Historia de las Ideas*, 12(1), 41-49.

Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Villahermosa: Colección Héctor Merino Rodríguez.

Moncho i Pascual, J.R. (2003). Sobre la dignidad humana. *AGORA-Papeles de Filosofía* 22(1), 189-202.

Stoner, J.A., Freeman, R.E., & Gilbert, D.R. (1996). *Administración* (6 ed.). México: Pearson Educación.

Swett-Marden, O. (2003). *La alegría de vivir*. Ediciones del Sur.

Oviedo, H.C. & Campos-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580.

Pérez-Santiago, J.A. (2007). Estudio exploratorio sobre el tema de la espiritualidad en el ambiente laboral. *Anales de psicología*, 23(1), 137-146.

Ramírez-Arango, J.S. (2010). Participación en la toma de decisiones. *INCAE BUSINESS REVIEW*, 1(12), 70-76.

Ramírez-Díaz, L.F., & Parra-Penagos, C.O. (2012). Herramientas predictivas en política financiera para empresas rentables: ¿realidad o espejismo? *Apuntes del CENES*, 31(53), 225-249.

- Raufast, J. P. (2011). *Finanzas Personales, Cuatro Principios para invertir bien*. España: LID Editorial Empresarial.
- Regalado-Méndez, A., Peralta-Reyes, E., & González-Rugiero, C.A. (2008). Cómo hacer un modelo matemático. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 12(35), 9-18.
- Reggio, P.-A. (1989). Madrid: Ediciones Rialp.
- Rendón-Merino, Á. (2008). *El aprendizaje de la paz, Métodos y técnicas para su construcción desde procesos pedagógicos*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Reyes, O. (2012). *Planeación Estratégica para alta dirección*. USA: Palibrio.
- Review, H. B. (2006). La toma de decisiones. En H. B. Review, *La toma de decisiones* (págs. 1-2). Barcelona: Deusto
- Rivera-Ledesma, A., & Montero, M. (2005). Espiritualidad y religiosidad en adultos mayores mexicanos. *Salud Mental*, 28(6), 51-58.
- Robbins, S.P., & Coulter, M. (2005). *Administración* (8^{va} ed.). México: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*, (10^a ed.). México: Pearson Educación.
- Salas, D. B. (2012). ANUARIO DE RATIOS FINANCIEROS SECTORIALES EN MÉXICO PARA ANÁLISIS COMPARATIVO EMPRESARIAL. *Ra Ximhai* Vol.8(2) , 271-286.
- Sallenave, J.P. (1989). *Gerencia y Planeación Estratégica*. Colombia:Versalles Ltda.
- Soto-Barreras, L.G. (2005). *El control de las emociones: Un método de prevención de la violencia en el trabajo*. Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez. Recuperada de http://www2.uacj.mx/icsa/Programas/Ciencias_admitivas/CA/LuisSoto.pdf
- Suárez-Cifuentes, J.F. (2003). *Introducción a la teoría de probabilidades*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia Manizales.
- Torres-Hernández, Z. (2014). *Administración Estratégica*. México, D.F., Grupo Editorial Patria.

- UCO. (2005). *Análisis de la varianza con dos variables*. España:UCO. Recuperado de https://www.uco.es/servicios/informatica/windows/filemgr/download/modlineal/Practica_7/dos_factores.PDF
- Van Horne, J.C., & Wachowicz, J.M. (1994). *Fundamentos de administración financiera*, (8^{va} ed.). Naucalpan de Juárez: Prentice Hall.
- Vargas-Trepaud, R.I. (2005). *Proyecto de vida y Planeamiento estratégico personal*. Lima: Ricardo Isaías Vargas Trepaud.
- Von Hildebrand, D. (1996). *Nuestra Transformación en Cristo, Sobre la actitud fundamental del cristianismo*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Von Hildebrand, D. (2004). La importancia del respeto en la educación. *Educación y Educadores*, 7, 221-228.
- Wheelen, L., Thomas, & Hunger, J.D. *Administración estratégica y política de negocios* (10^{ma} ed.). México: Pearson Educación.